

***SELF DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL***  
**(Studi Fenomenologi pada Ketiga Akun TikTok**  
**Husain Basyaiban)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah untuk  
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

**LINDA FITRI WINDIARNI**

**NIM: 2017102124**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**  
**JURUSAN KOMUNIKASI ISLAM FAKULTAS DAKWAH**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI**  
**PURWOKERTO**

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Linda Fitri Windiarni  
NIM : 2017102124  
Jenjang : S-1  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : *Self Disclosure* di Media Sosial (Studi Fenomenologi pada Akun TikTok Husain Basyaiban)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi sebagaimana judul terlampir, secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini, diberi sitasi dan ditunjukkan dalam bentuk Daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Purwokerto, 02 Mei 2024



**Linda Fitri Windiarni**  
NIM. 2017102124



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**

***"SELF DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL***

**(STUDI FENOMENOLOGI PADA KETIGA AKUN TIKTOK HUSAIN BASYAIBAN)"**

Yang disusun oleh **Linda Fitri Windiarni** NIM. 2017102124 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **28 Mei 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S. Sos) dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom

NIP. 19870525 201801 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji II

Zahratika Zalafi, S.Psi., M.Si

NIP. 19930716 202012 2 018

Penguji Utama

Dr. Musta'in, M.Si

NIP. 19710302 200901 1 004

Mengesahkan,

Purwokerto, **06 Juni 2024**

Dekan,



Dr. Muskinul Fuad, M.Ag

NIP. 19741226 200003 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di Tempat

*Assalaamu'alaikum Wr. Wb,*

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan-perbaikan terhadap penulisan naskah, maka melalui surat ini saya sampaikan:

Nama : Linda Fitri Windiarni  
NIM : 2017102124  
Jenjang : S-1  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : *Self Disclosure* di Media Sosial (Studi Fenomenologi pada Ketiga Akun TikTok Husain Basyaiban)

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut dapat diujikan dalam sidang munaqosyah.

*Wassalaamu'alaikum Wr. Wb,*

Purwokerto, 02 Mei 2024  
Pembimbing,



**Dedy Rivadin Saputro, M.I.Kom**

NIP. 19870525 201801 100 1

# **SELF DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL (STUDI FENOMENOLOGI PADA KETIGA AKUN TIKTOK HUSAIN BASYAIBAN)**

**Linda Fitri Windiarni**

**NIM. 2017102124**

**[2017102124@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:2017102124@mhs.uinsaizu.ac.id)**

## **ABSTRAK**

*Self disclosure* Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Pada Ketiga Akun Tiktok Husain Basyaiban). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait fungsi media sosial TikTok yang digunakan sebagai sarana pengungkapan diri oleh Husain Basyaiban. Melalui penelitian ini, pembaca akan mengetahui bahwa di era informasi seperti saat ini, seseorang mampu mengungkapkan dirinya melalui akunnya di media sosial. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan banyak akun pada media sosial TikTok oleh Husain Basyaiban. Ia diketahui menggunakan tiga akunnya di TikTok untuk memproyeksikan masing-masing karakternya. Melalui latar belakang tersebut peneliti mengaitkannya dengan teori komunikasi termediasi komputer (CMC) dan teori keterbukaan diri. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, dengan menggunakan studi fenomenologi. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian berupa wawancara tertulis melalui kuisisioner Google Form, dokumentasi dan pengamatan. Hasil penelitian ini meliputi; penggunaan media sosial TikTok sebagai media komunikasi melalui pengungkapan diri pada ketiga akun oleh Husain Basyaiban. Fenomena praktis tersebut merupakan implementasi teori komunikasi termediasi komputer dan teori pengungkapan diri yang berlangsung di media sosial.

**Kata Kunci:** *Self disclosure*, Media Sosial, TikTok, Husain Basyaiban, Fenomenologi.

***SELF DISCLOSURE ON SOCIAL MEDIA (PHENOMENOLOGICAL STUDY  
OF HUSAIN BASYAIBAN'S THREE TIKTOK ACCOUNTS)***

**Linda Fitri Windiarni**

**NIM. 2017102124**

**[2017102124@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:2017102124@mhs.uinsaizu.ac.id)**

***ABSTRACT***

*Self disclosure on Social Media (Phenomenological Study of Husain Basyaiban's Three TikTok Account). This research aims to find out the function of TikTok social media which is used as a means of self disclosure by Husain Basyaiban. Through this research, readers will find out that in the information era like today, someone is able to express themselves through their social accounts. This research was motivated by Husain Basyaiban's use of multiple accounts on TikTok social media. He is known to use his three accounts on TikTok to project each of his characters. This is because he has been known among TikTok social media users as a preaching influencer, so he needs "another place" in the form of a "second account" so that he can freely show his character which he does not want to show through his main account. Through this background, researchers relate it to the theory of computer-mediated communication (CMC) and the theory of self-disclosure. This research is descriptive qualitative, using phenomenological studies. The data collection methods used in the research are written interviews via Google Form questionnaires, documentation and observations. The results of this research include; the use of social media TikTok as a communication medium through self disclosure in three accounts by Husain Basyaiban. The practical phenomenon is implementing computer mediated communication Theory and self disclosure theory on social media.*

***Keywords: Self Disclosure, Social Media, TikTok, Husain Basyaiban, Phenomenology***

**MOTTO**

*“Now or never”*

**-Lindo**



## KATA PENGANTAR

*Bismillaahirrahmaanirrahiim,*

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya panjatkan puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman, islam dan ihsan. Dengan mengucapkan Alhamdulillah, skripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurah limpahkan kepada junjungan nabi agung Muhammad SAW, sebagai teladan bagi seluruh umat islam.

Dengan ini, saya persembahkan karya skripsi ini kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Priyadi dan Ibu Triwinarni sebagai ungkapan terima kasih atas do'a restu, dukungan dan kasih sayang tak terhingga yang telah diberikan. Semoga persembahan ini menjadi bakti cinta penulis, serta menjadi amal yang diberkahi oleh Allah SWT.

Melalui skripsi ini juga saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah mampu bertanggung jawab menyelesaikan Pendidikan S-1 di usia 21 tahun. Dengan penuh rasa syukur, pengabdian dan kesadaran penulis, karya ini diharapkan mampu menjadi pengingat atas bukti ketekunan dan perjuangan dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul Self disclosure di Media Sosial (Studi Fenomenologi pada Akun TikTok Husain Basyaiban) sebagai syarat untuk memperoleh gelar S.Sos. Dengan harapan, semoga karya skripsi ini mampu menjadi manfaat bagi pembaca dikemudian hari sehingga menciptakan berkah tersendiri bagi penulis.



## PERSEMBAHAN

*Assalaamu'alaikum Wr.Wb,*

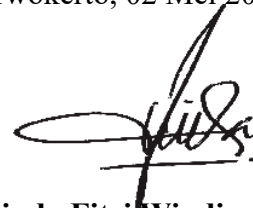
*Alhamdulillah* rabbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalwat serta salam semoga tersampaikan pada junjungan kita nabi agung Muhammad SAW, semoga kita semua diakui sebagai ummatnya di yaumul akhir, aamiin.

Penelitian berjudul ***Self disclosure* di Media Sosial (Studi Fenomenologi pada Akun TikTok Husain Basyaiban)** ini diharapkan mampu menjadi referensi bacaan sebagai bentuk kontribusi positif di bidang komunikasi. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui banyak kekurangan dan kesalahan yang kian diperbaiki, oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada;

1. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto,
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto,
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si, Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto,
4. Dr. Alief Budiyono, M.Pd., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto,
5. Dr. Nawawi, M.Hum., Wakil Dekan III Fakultad Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto,

6. Uus Uswatussolihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto,
7. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing sekaligus Kepala Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto,
8. Kedua orang tua, Ibu Triwinarni dan Bapak Priyadi serta keluarga tercinta yang telah memberikan dedikasi dukungan, do'a dan kasih sayang sampai saat ini,
9. Ketiga adik peneliti, Nabila Dwi, Husna Cahya dan Sabrina Syaza,
10. Husain Basyaiban, yang telah berkenan ketiga akunnya di TikTok dijadikan objek penelitian,
11. Manager Husain Basyaiban, yang telah memerantarai komunikasi peneliti dengan Husain Basyaiban selaku subjek penelitian,
12. Teman-teman KPI C 2020 serta Anggota PPL Setda Purbalingga 2023, Anisa Rahma, Esa Nurul, Fadilah Nur dan Nurya Fatma yang turut memberikan semangat *positive vibes* di masa-masa terakhir perkuliahan,
13. Semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, semoga Allah membalas kebaikan mereka, aamiin..

Purwokerto, 02 Mei 2023



**Linda Fitri Windiarni**,  
NIM. 2017102124

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. LATAR BELAKANG MASALAH</b> .....	<b>1</b>
<b>B. PENEGASAN ISTILAH</b> .....	<b>10</b>
<b>C. BATASAN DAN RUMUSAN MASALAH</b> .....	<b>14</b>
<b>D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN</b> .....	<b>15</b>
<b>E. TELAHAH PUSTAKA/PENELITIAN YANG RELEVAN</b> .....	<b>16</b>
<b>F. SISTEMATIKA PENULISAN</b> .....	<b>20</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>21</b>
<b>KERANGKA TEORI</b> .....	<b>21</b>
<b>A. KOMUNIKASI</b> .....	<b>21</b>
1. Definisi Komunikasi .....	<b>21</b>
2. Teori Komunikasi Interpersonal.....	<b>23</b>

3. Karakteristik Komunikasi Interpersonal .....	25
<b>B. TEORI <i>COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION</i> .....</b>	<b>27</b>
1. Definisi <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i> .....	27
2. Ruang Lingkup Komunikasi Interpersonal Melalui Internet .....	30
<b>C. <i>SELF DISCLOSURE</i>.....</b>	<b>32</b>
1. Definisi <i>Self Disclosure</i> .....	32
2. Ruang Lingkup Teori <i>Self Disclosure</i> oleh Johari Window .....	33
3. Pengaruh <i>Self Disclosure</i> Terhadap Komunikasi Interpersonal .....	35
4. <i>Self Disclosure</i> di Media Sosial .....	37
<b>D. KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>39</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
<b>A. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
1. Jenis Penelitian.....	39
<b>B. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
1. Subjek Penelitian .....	41
2. Objek Penelitian .....	41
<b>C. SUMBER DATA PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
1. Sumber Data Primer .....	42
2. Sumber Data Sekunder .....	42
<b>D. METODE PENGUMPULAN DATA.....</b>	<b>42</b>
<b>E. METODE ANALISIS DATA.....</b>	<b>43</b>

<b>BAB IV .....</b>	<b>44</b>
<b>PENYAJIAN DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
<b>A. PENYAJIAN DATA.....</b>	<b>44</b>
1. Profil Husain Basyaiban .....	44
2. Observasi Ketiga Akun TikTok Husain Basyaiban .....	45
3. Wawancara Tertulis Husain Basyaiban .....	67
<b>B. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
1. Komunikasi Termediasi Komputer: Jejak Dakwah.....	71
2. Self Disclosure: Penggunaan Tiga Akun oleh Husain.....	76
3. TikTok sebagai Media Komunikasi Menjadi Sarana .....	78
<b>BAB V .....</b>	<b>82</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	82
C. Penutup.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> : Surat Izin Riset .....	77
<b>Lampiran 2</b> : Dokumentasi Wawancara .....	78
<b>Lampiran 3</b> : Transkrip Wawancara .....	82
<b>Lampiran 4</b> : Dokumentasi Ketiga Akun TikTok Husain Basyaiban .....	84
<b>Lampiran 5</b> : Daftar Riwayat Hidup Penulis .....	87

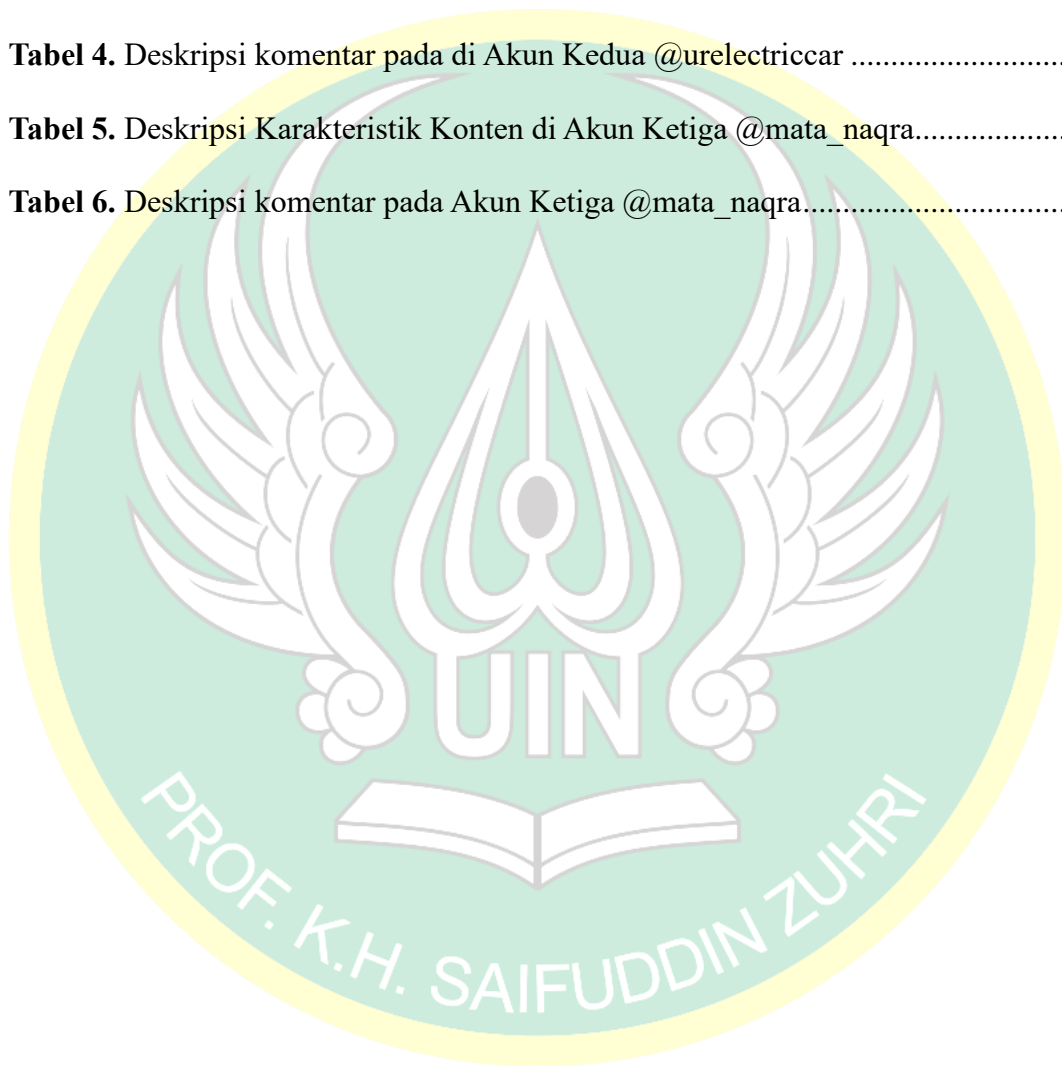


## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Favourite Social Media (We Are Social) .....	2
<b>Gambar 2.</b> Akun TikTok Risyad Baya'sud .....	4
<b>Gambar 3.</b> Akun TikTok Agam Fachrul .....	4
<b>Gambar 4.</b> Akun TikTok Husain Basyaiban .....	4
<b>Gambar 5.</b> Akun TikTok Nadina.....	4
<b>Gambar 6.</b> Akun TikTok Umi Laila.....	4
<b>Gambar 7.</b> Akun TikTok Usth. Halimah Alaydrus .....	4
<b>Gambar 8.</b> Akun Utama Husain Basyaiban .....	6
<b>Gambar 9.</b> Akun Kedua Husain Basyaiban .....	6
<b>Gambar 10.</b> Akun Ketiga Husain Basyaiban .....	6
<b>Gambar 11.</b> Faktor <i>Self Disclosure</i> .....	33
<b>Gambar 12.</b> Kerangka Berpikir Penelitian .....	38
<b>Gambar 14.</b> Husain Basyaiban, 20 Januari 2024.....	44
<b>Gambar 15.</b> Husain Mengisi Email Yang Digunakan Untuk Mengisi Kuisisioner.....	67
<b>Gambar 16.</b> Jawaban Husain Basyaiban Mengenai Ketiga Akunnya .....	69
<b>Gambar 17.</b> Jawaban Husain Basyaiban mengenai karakteristik di akun pertama ..	68
<b>Gambar 18.</b> Jawaban Husain Basyaiban mengenai karakteristik di akun kedua.....	68
<b>Gambar 20.</b> Jawaban Husain Basyaiban mengenai karakteristik di akun ketiga .....	68
<b>Gambar 21.</b> Jawaban Husain Basyaiban mengenai <i>Hidden Area</i> .....	69
<b>Gambar 22.</b> Jawaban Husain Basyaiban mengenai <i>Open Area</i> .....	69
<b>Gambar 23.</b> Konsep Teori Self Disclosure menurut Johari Window.....	70
<b>Gambar 24.</b> Jawaban Husain Basyaiban mengenai hambatan dalam berdakwah ....	70

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Deskripsi Karakteristik Konten di Akun Pertama @kadamsidik00 .....	46
<b>Tabel 2.</b> Deskripsi komentar pada di Akun Pertama @kadamsidik00 .....	52
<b>Tabel 3.</b> Deskripsi Karakteristik Konten di Akun Kedua@urelectriccar .....	57
<b>Tabel 4.</b> Deskripsi komentar pada di Akun Kedua @urelectriccar .....	59
<b>Tabel 5.</b> Deskripsi Karakteristik Konten di Akun Ketiga @mata_naqra.....	61
<b>Tabel 6.</b> Deskripsi komentar pada Akun Ketiga @mata_naqra.....	64





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Era informasi ditandai dengan hadirnya internet dan media sosial yang kian menjadi bagian dari aspek kehidupan, baik kehidupan individu maupun kehidupan sosial. Perkembangan media sosial di era informasi membawa pengaruh tersendiri terhadap bagaimana manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Generasi yang hidup pada era ini disebut sebagai masyarakat informasi. Hampir semua informasi yang kita butuhkan tersedia di berbagai platform media massa digital berupa media sosial atau internet, maupun di platform media massa konvensional berbasis cetak, maupun elektronik<sup>1</sup>.

Komunikasi dengan beragam jenis medianya memiliki keunikan tersendiri. Komunikasi merupakan aspek penting dalam menjalin interaksi antar individu maupun kelompok. Untuk menjalin interaksi yang baik, maka diperlukan adanya komunikasi yang bersifat dua arah, hal ini disebut sebagai komunikasi efektif. Melalui prosesnya, komunikasi melibatkan komunikator dan komunikan yang saling bertukar pesan. Kemudian, barulah atas pesan yang hendak disampaikan itu, terjadilah proses komunikasi. Selain itu, ciri komunikasi efektif juga bisa dilihat melalui media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut<sup>2</sup>. Sehingga dalam hal ini, komunikasi antar individu (interpersonal), maupun komunikasi massa bisa diketahui maksud dari pesan yang disampaikan.

Salah satu ciri komunikasi di era informasi adalah dengan memanfaatkan kehadiran teknologi dengan internet dan media sosial sebagai perantaranya. Teknologi merupakan sarana untuk menyediakan

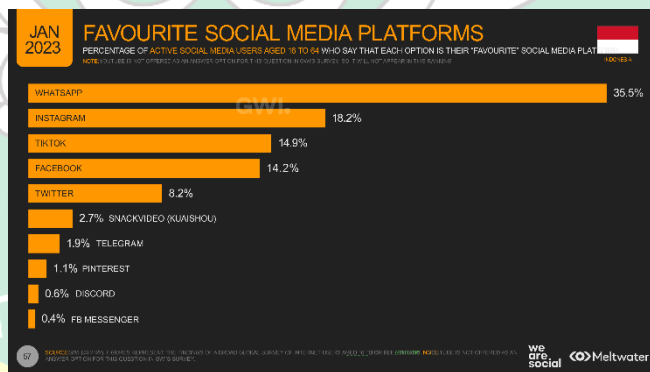
---

<sup>1</sup> Dewi, Ratnasari., Janitra, Preciosa., 2018. Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram Sebagai Alter Ego. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 8, No. 3, Hlm. 341.

<sup>2</sup>Mukarom, Zaenal., 2020. Teori-Teori Komunikasi. Bandung, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati. ISBN: 978-623-6524-01-5. Hlm. 18

barang-barang yang diperlukan bagi keberlangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Teknologi juga menjadi wujud dari kemajuan berpikir suatu generasi yang hidup pada era tersebut<sup>3</sup>. Adapun internet yang didefinisikan sebagai jaringan komunikasi elektronik untuk menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit. Manfaat Internet pada awal perkembangan teknologi hanya sebatas sebagai akses informasi, namun seiring perkembangan teknologi lebih lanjut, fungsi internet merambah menjadi akses komunikasi dan interaksi. Banyaknya manfaat yang bisa diambil dari hadirnya internet merupakan bukti bahwa teknologi telah memudahkan penggunaannya.

Adapun Media Sosial merupakan salah satu jenis media siber, karena untuk menggunakannya diperlukan adanya koneksi internet. Sebagai menjadi aspek dasar penggunaan media sosial, internet mengalami perkembangan teknologi informasi kian diterapkan dalam perkembangan (update) media sosial. Begitu pula keterkaitan antara media sosial dan internet dengan kehidupan masyarakat sehari-hari.



Gambar 1. Favourite Social Media - We Are Social

Didefinisikan oleh Chris Brogan (2010), media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya

<sup>3</sup> Affandi, Muhajir., Setiadi, Tedi., 2020. Self Disclosure Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial. Jurnal ATSAR UNISA, Vol. 1, No. 2, Hlm. 67-68.

berbagai jenis interaksi<sup>4</sup>. Media sosial seiring perkembangan teknologi digunakan untuk berbagai kepentingan diantaranya; untuk kepentingan pembelajaran, pekerjaan, mencari informasi serta untuk menjalin interaksi dengan orang lain.

Melihat dari banyaknya pemanfaatan media sosial seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, mengakibatkan sebagian besar masyarakat informasi memiliki akun media sosial. Terlepas dari kepentingan masing-masing pengguna, media sosial tetap menjadi opsi pertama sebagai platform untuk sarana eksistensi<sup>5</sup>. Adapun media sosial yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat khususnya masyarakat Indonesia berdasarkan data oleh *We Are Social*, dilihat secara urutan terbanyak diantaranya adalah: Whatsapp, Instagram, TikTok, Facebook dan Twitter. TikTok merupakan media sosial yang akan menjadi fokus pada penelitian ini. Platform media sosial satu ini merupakan media sosial populer di dunia khususnya di Indonesia, dengan pengguna sebanyak 112,97 juta pengguna. Survei oleh *We Are Social* seperti yang terlihat pada diagram batang di atas menunjukkan bahwa TikTok berada di urutan ketiga, tepat di bawah Instagram, dengan demikian diketahui 14,9% masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan TikTok<sup>6</sup>.

Sebagai media sosial populer ketiga, TikTok dalam konteks penggunaannya sekaligus menjadi media dakwah bagi sebagian pengguna pandai memanfaatkannya. Hal ini menunjukkan adanya kebaruan fungsi

---

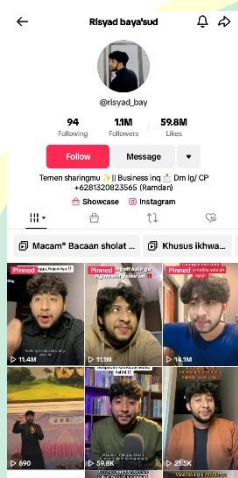
<sup>4</sup> Tongkotow L., Fonny J Waani., Jouke J Lasut., Peran Media Sosial dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*. Volume 2, No.1. (FISIPOP-Unsrat, 2022). Hlm. 1-13. Diambil dari:

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahociety/article/download/38118/34843>. Diakses Tanggal 27 November 2023, 3:30 WIB.

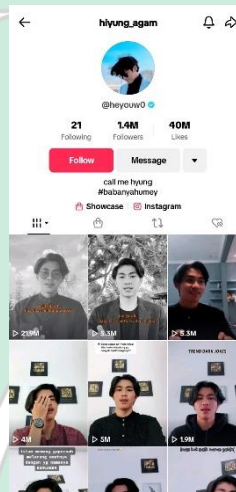
<sup>5</sup> Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Survei Penetrasi Internet Indonesia 2023 <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna>. Diakses 24 November 2023, 18:51 WIB.

<sup>6</sup> Sumber: We Are Social <https://wearesocial.com/us/>, diakses tanggal 09 Desember 2023, 05:36

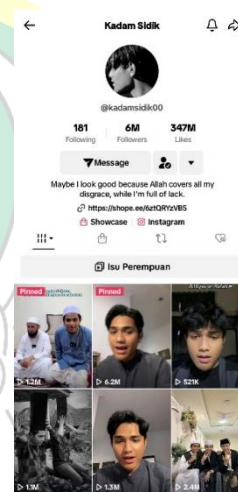
media sosial, yakni sebagai perantara untuk berdakwah. Beberapa pengguna yang menjadikan TikTok sebagai media untuk berdakwah diantaranya merupakan influencer muda yang senantiasa memanfaatkan popularitasnya untuk berdakwah, Seperti;<sup>7</sup> Risyad Baya'sud, Agam Fachrul, Husein Basyaiban, Nadina, Umi Laila, Usth. Halimah Alaydrus dan masih banyak lagi. Berikut tampilan akun-akun TikTok para influencer diatas;



Gambar 2. Akun TikTok Risyad Baya'sud



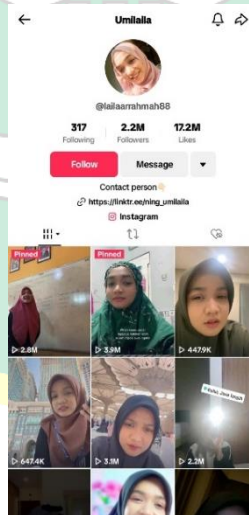
Gambar 3. Akun TikTok Agam Fachrul



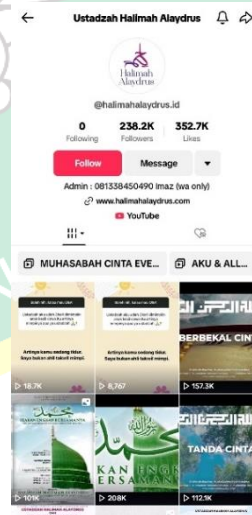
Gambar 4. Akun TikTok Husain Basyaiban



Gambar 5. Akun TikTok Nadina



Gambar 6. Akun TikTok Umi Laila



Gambar 7. Akun Usth. Halimah Alaydrus

<sup>7</sup> Sumber: TikTok

*Influencer* merupakan istilah profesi baru di bidang ekonomi digital kreatif, dengan memanfaatkan media sosial. *Influencer* berasal dari Bahasa Inggris yang berarti ‘pemberi pengaruh’. *Influencer* dilihat dari karakteristik akunnya antara lain memiliki contact person untuk merencanakan suatu bisnis, kerjasama dan kolaborasi, atas suatu misi kerjasama yang akan disepakati. Adapun karakteristik yang lain adalah, karena *Influencer* bertugas untuk memberi pengaruh, tentunya ia harus memiliki banyak pengikut (*followers*), agar ia memiliki target yang tepat serta barisan pendukung (*supporters*) meski secara tidak langsung. Demikianlah lampiran gambar yang berisi tampilan akun influencer TikTok yang selalu FYP<sup>8</sup> dan mendapat perhatian dari netizen<sup>9</sup>.

Banyaknya *influencer-influencer* yang muncul seiring perkembangan media sosial ini, tentunya mereka memiliki ciri khas yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Seperti halnya pada penelitian kali ini, peneliti menyoroti *influencer* yang memiliki passion di bidang dakwah. Lagi lagi, meskipun peneliti telah menemukan beberapa *influencer* dakwah, namun nyatanya karakteristik tetap akan menjadi nilai tersendiri dalam proses dakwah terhadap audiensnya di media sosial, khususnya TikTok. Seperti halnya yang diterapkan oleh Husein Basyaiban, yang memiliki karakteristik tersendiri dibanding Risyad Baya’sud, Agam Fachrul, Nadina, Umi Laila dan Usth. Halimah Alaydrus.

Husain Basyaiban merupakan pendakwah muda yang aktif di TikTok. Bahkan diketahui, Husain Basyaiban memiliki lebih dari satu akun di TikTok yang isi kontennya memiliki karakteristik tersendiri. Meskipun konten yang berada di masing-masing akun sebagian besar mengarah pada dakwah, namun beliau mengungkapkan bahwa masing-masing akun dibuat berdasarkan fokus konten dan audiensnya. Sejauh ini

---

<sup>8</sup> FYP: For Your Page, sebuah istilah jika suatu konten muncul di beranda media sosial, menghasilkan output berupa banyaknya jumlah *views*, *likes*, *comments* dan *share* terhadap suatu konten.

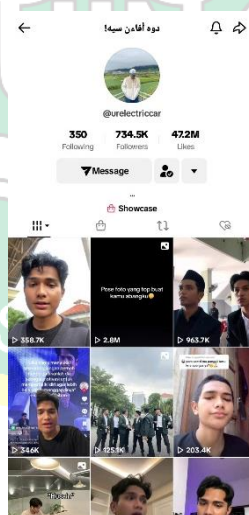
<sup>9</sup> Netizen: istilah bagi pengguna internet, diadopsi dari kata *Citizen* yang berarti warganegara.

peneliti menemukan ada tiga (3) akun yang diduga kuat merupakan kepemilikan Husain Basyaiban<sup>10</sup>, dan hal ini juga dikonfirmasi oleh beliau pada salah satu kontennya di TikTok, dengan tujuan agar tidak adanya kekeliruan informasi yang mengatasnamakan dirinya sebagai *username* suatu akun.

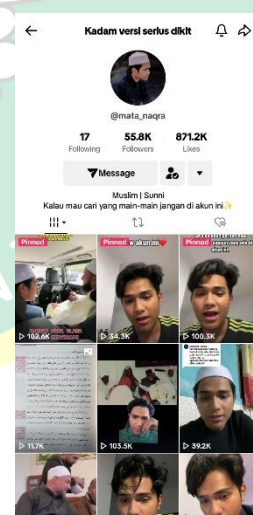
Karakteristik yang dimiliki oleh Husain Basyaiban adalah, ia menggunakan tiga akun sebagai media penyeimbang dimana ia menunjukkan eksistensinya, bersosialisasi dan berdakwah. TikTok juga dilengkapi dengan fitur *multi-device* yang dengan mudahnya pengguna bisa *handle* lebih dari satu akun TikTok melalui perangkat yang sama maupun berbeda. Kegunaan *second account* adalah untuk mengklasifikasi jenis konten, berdasarkan tujuan pengguna. Begitupun dengan berdakwah, karena audiens dakwah berasal dari kalangan yang tidak semuanya sama, maka sudah seyogyanya pendakwah memikirkan bagaimana metode yang tepat untuk menyampaikan dakwah berdasarkan klasifikasi kalangan sebagai audiens dakwah. Berikut dibawah ini merupakan tampilan ketiga akun yang telah diklarifikasi merupakan kepemilikan beliau<sup>11</sup>;



Gambar 8. Akun Utama Husain Basyaiban



Gambar 9. Akun Kedua Husain Basyaiban



Gambar 10. Akun Ketiga Husain Basyaiban

<sup>10</sup> Melalui konten pada akunnya yang ketiga @matanaqra <https://vt.tiktok.com/ZSFHhayRk/> Diakses pada 12 November 2024.

<sup>11</sup> Sumber: Platform Media Sosial TikTok.

Karakteristik Husain Basyaiban dibandingkan dengan influencer dakwah lain di TikTok adalah Husain memiliki relasi luas dengan influencer non-dakwah lain yang aktif di TikTok. Hal ini dibuktikan dengan kebersamaan Husain dengan influencer non-dakwah pada suatu event baik formal maupun non-formal yang kerap kali muncul di FYP (beranda) TikTok. Hal ini dibuktikan dengan jumlah *followers* Husain yang bisa dikatakan cukup fantastis. Akun pertama @kadamsidik00, dengan 6 juta *followers*nya memiliki 347 juta *likes*. Akun kedua @urelectriccar, dengan 727.200 *followers* dan 47 juta *likes*. Serta akun ketiganya @mata\_naqra, dengan 55.000 *followers* dan 871.200 *likes*. Bagi seorang influencer, *followers* dan *likes* sejumlah demikian merupakan asset berharga yang berpotensi untuk dikembangkan.

Husain Basyaiban atau dikenal dengan nama Kadam Sidik ini memiliki banyak konten dakwah di *platform* media sosialnya, seperti di Instagram, Twitter dan khususnya di TikTok. Pemanfaatan media sosial sebagai *platform* dakwah ini merupakan wujud dari kemajuan berpikir suatu generasi. Ketika fungsi media sosial sebelumnya hanya terbatas untuk media eksistensi, namun Husain Basyaiban membuktikan bahwa fungsi media sosial lebih dari itu. Adapun fungsi komunikasi juga terdapat pada konten-konten beliau di TikTok, karena komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, sedangkan pesan yang dibawakan oleh Husain pada umumnya adalah berupa dakwah.

Husain Basyaiban yang masih termasuk kalangan remaja, diketahui seringkali menunjukkan eksistensi dirinya dengan berbagai upaya dalam memproyeksikan bagaimana dirinya ingin terlihat di ruang publik atau biasa disebut dengan *branding*. *Branding* ini termasuk bagian dari *self disclosure*, sedangkan strategi *self disclosure* setiap individu di media sosial bersifat subjektif jika dilihat dari 'kejauhan' saja tanpa melalui

kacamata *self disclosure*<sup>12</sup>. Sehingga dengan demikian, diperlukan adanya wawancara dan atau pengisian kuisisioner terhadap narasumber, sebagai teknik pengumpulan data, agar dapat memudahkan peneliti dalam melangsungkan proses penelitian.

Jika sebelumnya dakwah disampaikan secara formal melalui suatu kajian, maka di era kemajuan teknologi dan informasi ini, dakwah menjadi kegiatan yang bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Bahkan kegiatan dakwah akan lebih menyenangkan jika *da'i* mengetahui siapa *mad'u* nya<sup>13</sup>, sehingga proses komunikasi sekaligus dakwah ini bisa berjalan dengan efektif. Adapun komunikasi yang terjadi pada kegiatan dakwah di media sosial TikTok ini adalah komunikasi interpersonal, karena *feedback* dari dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban akan mendapatkan komentar dari *mad'u*. Kemudian, dari beberapa komentar akan menciptakan respon sebagai *feedback*.

Berangkat dari fenomena di atas, peneliti merasa tertarik untuk menjadikan hal ini sebagai objek penelitian. Jika pada konteks komunikasi, fenomena tersebut merupakan upaya bagi setiap pengguna TikTok sebagai Individu dalam hal pengungkapan diri. *Self Disclosure* atau pengungkapan diri merupakan bagian penting dari komunikasi yang menjadi faktor pendukung terjadinya komunikasi interpersonal<sup>14</sup>. Mengapa demikian? Karena pengungkapan diri merupakan wujud dari keterbukaan seseorang atas informasi terkait dirinya sendiri kepada orang lain. Maksudnya, komunikasi interpersonal akan terjadi jika salah satu atau kedua pihak membuka akses informasi tentang dirinya.

Berbicara mengenai keterbukaan diri atau *self disclosure*, merupakan upaya pengungkapan diri seseorang tentang informasi-

---

<sup>12</sup> Asmayulia, Afifah., 2023. Pengungkapan Diri Ditinjau Dari Teori Communication Privacy Management. eJurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 11, No. 1, Hlm. 191.

<sup>13</sup> Da'i: Seseorang yang melakukan kegiatan dakwah, sebagai komunikator. Mad'u: Audiens yang mendapatkan dakwah, sebagai komunikan.

<sup>14</sup> Asmayulia, Afifah., Hlm. 184.



informasi yang menyangkut dirinya terhadap orang lain<sup>15</sup>. Keterbukaan diri ini memicu keberhasilan komunikasi interpersonal. Karena, dengan kita bersikap terbuka kepada orang lain, maka secara tidak langsung kita menginginkan lawan bicara kita untuk bersikap demikian juga terhadap kita. Meskipun kebutuhan setiap individu atas pengungkapan diri tidak selalu sama, namun *self disclosure* tetap diperlukan agar terjalin komunikasi yang efektif. *Self disclosure* juga memiliki beberapa sisi, ada sisi yang hanya perlu diketahui oleh diri sendiri dan ada sisi yang perlu diketahui juga oleh orang lain. Selain itu, ada pula sisi-sisi lain dari penerapan *self disclosure* terutama dalam konteks komunikasi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan melihat penerapan *self disclosure* pada fenomena penggunaan 'second account' di TikTok oleh Husain Basyaiban. Bagaimana seorang pendakwah juga butuh eksistensi di media sosial dengan memposisikan konten pada audiens mana ia akan memproyeksikan dirinya, tanpa mengganggu aktivitasnya sebagai seorang influencer sekaligus pendakwah millennial. Oleh karena itu, peneliti mengkaji penelitian dengan judul ***“SELF DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL (Studi Fenomenologi pada Akun TikTok Husain Basyaiban)”***

---

<sup>15</sup> Affandi, M., Setiadi, Tedi., Self Disclosure Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial. Jurnal Atsar Unisa, Volume 1, No.2, 2020. Hlm: 67.

## B. PENEGASAN ISTILAH

Penegasan Istilah dimaksudkan agar pembaca tidak mendapati kesalahpahaman terkait segala informasi tertulis pada penelitian ini. Penegasan Istilah juga menjadi panduan atas definisi maupun pengertian akan istilah-istilah umum yang tertulis. Hal ini bertujuan agar memudahkan pembaca dalam memahami konteks pembahasan penelitian<sup>16</sup>. Kesalahpahaman pada informasi tertulis oleh pembaca memang diluar kendali peneliti, namun setidaknya peneliti telah berusaha untuk meluruskan istilah-istilah yang digunakan agar tidak keluar dari jalur pembahasan.

Oleh karena itu, sebelum mengkaji lebih lanjut terkait pembahasan penelitian, alangkah lebih baiknya pembaca mengetahui istilah-istilah yang dimaksud oleh peneliti, diantaranya;

### 1. *Self Disclosure*

Teori *self disclosure* pertama kali dikembangkan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham pada tahun 1955, yang merupakan psikolog dari University of California. Teori tersebut bertujuan untuk meneliti sejauh mana tingkat pengetahuan manusia saat mereka sedang saling berkomunikasi. Kemudian, lahirlah konsep diri Johari Window, yang uniknyanya kata 'Johari' diambil dari gabungan nama kedua psikolog tersebut, yakni; Joseph dan Harry. Sedangkan 'Window' merupakan istilah bahwa konsep diri memiliki 4 kuadran, sama halnya dengan gambaran jendela<sup>17</sup>.

Aspek penting dari komunikasi interpersonal adalah dengan adanya sikap keterbukaan diri yang dimunculkan oleh salah satu atau kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Seorang individu

---

<sup>16</sup> F. Salsabila, Alifia., 2022. Pesan Dakwah Terhadap Anak Muda. Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hlm, 6.

<sup>17</sup> F. Hidayati, Karina., 2022. Johari Window: Ap aitu, Sejarah, Kuadran, Manfaat dan Contohnya. <https://glints.com/id/lowongan/johari-window-adalah/> Diakses tanggal 09 Februari 13:28 WIB

yang memutuskan akan membuka diri membutuhkan proses yang cukup melibatkan banyaknya intensitas interaksi, baik interaksi melalui online atau offline. Jika individu telah merasa *secure* untuk memberikan informasi terkait dirinya sendiri kepada orang lain, maka dari situlah penerapan *self disclosure* dimulai. Semakin besar rasa percaya individu terhadap individu lain, maka akan semakin banyak ia membuka diri, dan semakin sering intensitas komunikasinya<sup>18</sup>.

*Self disclosure* tidak hanya berlaku di kehidupan nyata, melainkan juga berlaku di relitas virtual. Salah satu penerapan *self disclosure* di realitas virtual adalah dengan menggunakan media sosial<sup>19</sup>, dalam hal ini TikTok. Kebanyakan pengguna TikTok dari kalangan remaja hingga dewasa memanfaatkan TikTok sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, seperti diantaranya melalui unggahan atau postingan berupa foto maupun video. Hal ini membuktikan bahwa kalangan remaja hingga dewasa membutuhkan platform atau ruang bagi dirinya sendiri untuk didengar, dipahami dan ditanggapi.

Meskipun demikian, bukan berarti *self disclosure* di media sosial tidak boleh dilakukan oleh golongan dewasa matang atau bahkan lansia sekalipun. Karena di era informasi ini, kebijakan yang ditetapkan oleh *developer* media sosial seakan tidak ada relevansinya. Berdasarkan kebijakannya, TikTok menetapkan batas usia minimal pengguna adalah 13 tahun, dan tidak ada batas maksimal usia<sup>20</sup>. Namun realitanya, bayi sekalipun bisa memiliki akun TikTok. Hanya saja dikelola oleh orang tua atau *managernya*. Mungkin hal ini juga menjadi alasan mengapa jumlah pengguna TikTok naik sepersekian persen. Pada intinya, *self disclosure* merupakan kebutuhan masing-

---

<sup>18</sup> Mukarom Zaenal,. 2020. Teori-Teori Komunikasi. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. ISBN: 978-623-6524-01-5. Hlm. 77

<sup>19</sup> A. Achmad, Zaenal., Ida, Rachma., 2018. Etnografi Virtual sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. The Journal of Society & Media, Vol. 2, No. 2, Hlm. 135.

<sup>20</sup> Sumber: Terms of Service TikTok <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-service> Diakses 12 November 2023 13:44 WIB.

masing individu, baik melalui online maupun offline. Karena bagaimanapun, individu adalah makhluk sosial yang butuh diakui eksistensinya oleh individu lain, agar dapat terjalin interaksi dan komunikasi yang baik.

## 2. TikTok

Ada beragam jenis media sosial yang digunakan oleh individu untuk saling terkoneksi dengan informasi yang ingin ia ketahui. Platform media sosial menjadi alternatif bagi setiap individu untuk mengakses informasi. Seperti halnya TikTok, yang termasuk dalam jenis media sosial berbasis *entertainment* atau hiburan. Alasan mengapa TikTok menjadi media sosial berbasis hiburan adalah karena TikTok menjadi kesenangan tersendiri bagi pemiliknya. Meski tidak saling tatap muka, namun disini TikTok justru berperan sebagai perantara *online* yang dengan dibekali kecanggihan perkembangan teknologi dapat mengeratkan hubungan sesama penggunanya.

Sama dengan media sosial pada umumnya, TikTok memiliki fungsi sebagai media eksistensi diri bagi penggunanya. Untuk menjalankan fungsi eksistensi, setiap individu harus memiliki akun sebagai alamat media sosial, atau bisa juga disebut *username*. Berdasarkan kebijakan TikTok dan media sosial manapun, tidak ada satupun *username* di akun TikTok yang sama<sup>21</sup>. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari terjadinya 'salah alamat' antar *username*.

Lain halnya dengan kebijakan pemilihan *username* yang diatur dengan keterangan tidak boleh sama dengan pengguna lain, TikTok justru tidak memiliki regulasi pasti mengenai batas maksimal kepemilikan *username*. Berarti, setiap individu berhak untuk memiliki lebih dari satu atau dua akun. Kebebasan ini menjadikan semakin meningkatnya pengguna TikTok di Indonesia sebanyak 6,54%, dari

---

<sup>21</sup> Sumber: Terms of Service TikTok <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-service>  
Diakses 12 November 2023 14:13 WIB.

yang semula 109,03 juta pengguna, menjadi 116,16 juta pengguna<sup>22</sup>. Peningkatan pengguna yang cukup drastis jika dibandingkan dengan jumlah pengguna pada survei sebelumnya. Adapun interaksi pada TikTok berasal dari fitur-fitur interaktif didalamnya seperti;

- a. *Like* sebagai respon suka atas suatu unggahan,
- b. Komentar sebagai wadah untuk tanggapan atas suatu unggahan,
- c. *Repost* sebagai fitur pendistribusian konten di beranda,
- d. *Share* untuk membagikan konten ke platform media sosial lain
- e. *Direct Message (DM)* untuk mengirim pesan sesama penggunanya secara personal,
- f. *Live* untuk membagikan laporan langsung pengguna kepada publik,

serta masih banyak lagi fitur-fitur lain di TikTok yang menjadi sarana terjadinya komunikasi. Maraknya penggunaan TikTok menjadikan jangkauan audiens semakin meluas, ditambah lagi dengan munculnya trend-trend konten di TikTok yang selalu menarik untuk diikuti. Hal ini pun mendukung fungsi eksistensi pengguna pada media sosial TikTok.

---

<sup>22</sup> Sumber: Data Indonesia <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>. Diakses Tanggal 25 November 2023, 09:30 WIB.

### C. BATASAN DAN RUMUSAN MASALAH

Batasan dan rumusan masalah pada penelitian ini dimaksudkan agar mengedukasi pembaca mengenai konteks pembahasan pada penelitian serta memperkecil ruang lingkup penelitian.<sup>23</sup> Hal ini dimaksudkan untuk membantu pembaca dalam memahami informasi tertulis. Sedangkan bagi peneliti, Batasan dan rumusan masalah berfungsi untuk memberikan arahan antar fakta tertulis pada penelitian.

Selain itu, alasan mengapa peneliti memilih akun Husain Basyaiban sebagai subjek penelitian adalah, karena beliau mampu membuktikan bahwa fungsi media sosial tidak hanya sebagai media eksistensi, akan tetapi juga bisa digunakan sebagai media dakwah, yang tentunya hal ini merupakan hal positif bagi masyarakat informasi. Sebagai informasi, dalam penelitian ini, dakwah merupakan bagian dari pesan yang terkandung dalam komunikasi. Berdasarkan uraian latar belakang dan definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini meliputi;

1. bagaimana media sosial TikTok digunakan sebagai sarana pengungkapan diri (*self disclosure*) oleh Pendakwah muda, Husain Basyaiban melalui ketiga akunnya?,

---

<sup>23</sup> Sumber: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/10/140000969/pengertian-hipotesis-menurut-para-ahli-fungsi-ciri-dan-manfaatnya?page=all>. Diakses Tanggal 27 November 2023, jam 13:44 WIB.

## **D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Tujuan Penelitian**

1. mengetahui fungsi media sosial khususnya TikTok sebagai sarana pengungkapan diri oleh Husain Basyaiban, seorang influencer dakwah muda yang memulai jejak dakwahnya di TikTok.
2. penelitian ini juga membuktikan kebenaran teori *self disclosure* yang mempengaruhi proses komunikasi interpersonal melalui konsep keterbukaan diri pada pemanfaatan *second account* oleh Husain Basyaiban di TikTok.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Secara Teoritis**

- 1) Memberikan ide penelitian di bidang komunikasi atas penerapan *self disclosure* melalui media sosial.
- 2) Memberikan pengembangan ilmu mengenai fenomena praktis pemanfaatan media sosial sebagai sarana *self disclosure* oleh penggunanya
- 3) Menambah sumber referensi bacaan untuk menjadi bahan kajian penelitian pada bidang komunikasi di masa yang akan datang.

#### **b. Manfaat Secara Praktis**

- 1) Dengan penelitian ini diharapkan pembaca mampu memahami alasan mengapa *self disclosure* mempengaruhi proses komunikasi interpersonal terutama di media sosial.
- 2) Menambah pengetahuan, pandangan serta batasan akan penerapan *self disclosure* di media sosial.
- 3) Dapat dijadikan sebagai bahan bacaan untuk mengetahui perilaku individu dibalik penggunaan lebih dari satu akun di media sosial TikTok melalui studi fenomenologi.

## E. TELAHAH PUSTAKA/PENELITIAN YANG RELEVAN

Pentingnya telaah pustaka dicantumkan adalah guna menghindari kesamaan dan plagiasi dengan penelitian sebelumnya. Telaah pustaka juga berfungsi sebagai perbandingan antar penelitian sebelumnya. Sehingga dengan demikian, peneliti dapat memperoleh informasi untuk membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun telaah pustaka pada penelitian ini diantaranya;

Pertama, Jurnal dari Retasari Dewi, Preciosa Alnashava Janitra yang berjudul *Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram Sebagai Alter Ego*, tahun 2018<sup>24</sup>. Persamaan penelitian tersebut adalah sama-sama membahas tentang pemanfaatan second account di media sosial. Namun yang membedakan adalah objek penelitian milik Retasari Dewi dkk ini membahas second account instagram sebagai alter ego.

Kedua, Jurnal oleh Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, Noviawan Rasyid Ohorella yang berjudul *Self Disclosure Generasi Millennial melalui Second Account Instagram, 2020*<sup>25</sup>. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Edy Prihantoro dkk ini adalah sama-sama membahas mengenai fenomena self disclosure melalui second account di media sosial, yang membedakan adalah objek penelitian ini berada di Instagram pun subjek penelitiannya adalah generasi *millennial* secara general.

---

<sup>24</sup> Dewi R., Janitra Preciosa D., *Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Alter Ego*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 8, No.3. (Sumedang, Universitas Padjajaran, 2018). Hlm. 340-347. Diambil dari <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/5671>. Diakses Tanggal 04 November 2023, jam 10:27 WIB.

<sup>25</sup> Prihantoro, E., Damintana Karin P, I., Ohorella, Noviawan R., *Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 18, No.3. (Depok, Universitas Gunadarma, 2020). Hlm. 312-323. Diambil dari <https://www.neliti.com/id/publications/467931/self-disclosure-generasi-milenial-melalui-second-account-instagram>. Diakses Tanggal 04 November, jam 10:35 WIB.



Ketiga, Artikel Online berjudul *Memahami Fenomena Komunikasi Hyperpersonal di Instagram: Studi Penggunaan Second Account oleh Pengguna Instagram*, karya Yasirul Amri Muhammad, Yanuar Luqman dan Nurul Hasfi<sup>26</sup>. Persamaan objek penelitian adalah membahas mengenai kegunaan second account. Hanya saja, yang membedakan adalah subjek pemahaman pada penelitian yang membahas mengenai komunikasi hyperpersonal.

Keempat, Jurnal Pendidikan Tambusai yang berjudul *Gambaran Self Disclosure Pengguna Second Account Instagram (Studi Fenomenologi Self Disclosure Pengguna Second Account Pada Dewasa Awal)*, oleh Altashya Nurul Budiani, Ferdi Fauzi, Genia Yevandarest Bantar, Mery Vioga tahun 2023.<sup>27</sup> Kesamaan objek penelitian diantaranya sama-sama membahas mengenai fenomena *self disclosure* melalui Second Account di media sosial, bedanya terletak pada objek dan subjek pada penelitian ini yang melibatkan pengguna Instagram kalangan dewasa awal, kisaran usia 18-24 tahun dan 25-34 tahun.

Kelima, Skripsi oleh Ratri Pangestuti yang berjudul *Fenomena Second Account Instagram di Kalangan Mahasiswa (Studi Komunikasi Hiperpersonal pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung)*<sup>28</sup>. Skripsi ini memiliki persamaan fenomena yang menjadi fokus penelitian, yang membedakan adalah metode yang digunakan untuk mengungkap

---

<sup>26</sup> Muhammad Y, Amri., Luqman, Y., Hashfi N., Memahami Fenomena Komunikasi Hyperpersonal di Instagram: Studi Penggunaan Second Account oleh Pengguna Instagram. Artikel Universitas Diponegoro. Diambil dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/37299/28361>. Diakses Tanggal 04 November 2023, jam 10:41 WIB

<sup>27</sup> Budiani Altashya, N., Fauzi F., Bantar Genia, Y., Vioga M., Gambaran Self Disclosure Pengguna Second Account Instagram (Studi Fenomenologi Self Disclosure Pengguna Second Account Instagram pada Dewasa Awal). Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 7, No.2, tahun 2023. Diambil dari <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/9100>. Diakses Tanggal 04 November 2023, jam 10:43 WIB.

<sup>28</sup> Pangestuti, Ratri., Fenomena Second Account Instagram di Kalangan Mahasiswa (Studi Komunikasi Hiperpersonal pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung). *Skripsi*. Diambil dari <http://digilib.unila.ac.id/61765/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>. Diakses Tanggal 04 November 2023, jam 10:48 WIB

fakta dari fenomena penggunaan second account, serta subjek penelitian yang melibatkan mahasiswa.

Keenam, Jurnal oleh Cintya Tri Utami dan Ani Yuningsih, yang berjudul *Hubungan antara Komunikasi Antarpribadi Bermedia Internet dengan Keterbukaan Diri*.<sup>29</sup> Penelitian ini memiliki persamaan objek yakni keterbukaan diri di media internet atau dalam hal ini mungkin dimaksudkan sebagai sosial media. Perbedaannya adalah objek penelitian ini yang terlalu umum.

Ketujuh, Jurnal Atsar UNISA yang berjudul *Self Disclosure Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial* oleh Muhajir Affandi dan Tedi Setiadi<sup>30</sup>. Objek penelitian ini adalah sama-sama mengkaji fenomena *self disclosure* di media sosial. Bedanya, penelitian ini menggambarkan fenomena *self disclosure* di kalangan mahasiswa melalui media sosial, Karena, penelitian yang akan peneliti lakukan adalah mengungkap fenomena *self disclosure* melalui *second account* di media sosial oleh akun TikTok milik Husain Basyaiban.

Terakhir, Artikel berjudul *Self Disclosure di Media Sosial pada Mahasiswa IAIN Kendari (Studi Kajian Psikologi Komunikasi pada Pengguna Media Sosial)* oleh Sri Hadijag Arnus. Subjek penelitian pada artikel tersebut adalah dari kalangan mahasiswa, dan ini merupakan salah satu perbedaan. Kemudian ada perbedaan lain, yaitu penelitian ini memiliki fokus di bidang psikologi, meski diikuti oleh variabel komunikasi di belakangnya.

Uraian telaah pustaka dan kajian penelitian yang relevan diatas menjadi pedoman bagi peneliti dalam menyelesaikan proses penelitian.

---

<sup>29</sup> Utami Cintya, T., Yuningsih, A., Hubungan antara Komunikasi Antarpribadi Bermedia Internet dengan Keterbukaan Diri. *Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat*, Volume 6, No.1, tahun 2020. Hlm 51-55. Diambil dari <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/19664>. Diakses Tanggal 04 November 2023, jam 10:58 WIB.

<sup>30</sup> Affandi M., Setiadi T., *Self Disclosure Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial*. *Jurnal Atsar Unisa*, Volume 1, No.2, tahun 2020. Diambil dari <https://jurnal.unisa.ac.id/index.php/atsar/article/view/100>. Diakses Tanggal 04 November 2023, jam 11:15 WIB.

Ada sebanyak 8 penelitian relevan yang diperoleh oleh peneliti melalui internet, delapan materi yang relevan diantaranya terdiri dari lima (5) jurnal, dua (2) artikel dan satu (1) skripsi. Dengan demikian peneliti bisa mengambil referensi sebagai bahan pengayaan materi pada penulisan skripsi ini.



## F. SISTEMATIKA PENULISAN

Struktur kajian yang digunakan untuk memberikan garis besar dan arahan tentang fokus-fokus yang akan dibaca pada penelitian ini. Berikut pembagian sistematika pembahasan:

**BAB I**           Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, kemudian tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka serta sistematika penulisan.

**BAB II**           Kerangka Teori, berisi definisi dan analisis isi dari teori; komunikasi interpersonal, computer mediated communication, dan self disclosure berdasarkan konsep Johari Window serta kerangka berpikir penelitian.

**BAB III**          Metode Penelitian, berisi tentang penjelasan teori yang digunakan, jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data serta analisis data.

**BAB IV**          Terdiri dari kesesuaian analisis data penelitian dengan topik penelitian. Selain itu juga terdapat penjelasan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan dijelaskan pada setiap sub bab.

**BAB V**           Berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan pada hasil analisis yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, dilanjutkan dengan saran dan penutup.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Komunikasi

##### 1. Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan yang berisi informasi oleh komunikator kepada komunikan<sup>31</sup> melalui media tertentu. Media yang dimaksud adalah perantara penyampai pesan, seperti halnya penyampaian informasi secara langsung, melalui internet atau via online, maupun dengan melibatkan pihak ketiga. Komunikator dan komunikan harus menentukan media apa akan digunakan untuk saling bertukar pesan. Oleh karena itu, komunikator dan komunikan cenderung memilih media yang mudah dipahami, agar tidak terjadi *mised* komunikasi. Jika terjadi kesalahpahaman dalam proses komunikasi, maka itu artinya komunikator harus mengulangi kembali proses penyampaian informasi agar dapat dipahami oleh komunikan<sup>32</sup>.

Komunikasi sebagai proses penyampaian informasi atau pesan juga berisi serangkaian peristiwa yang terjadi secara berurutan dan memiliki *output* yang berkaitan satu dengan yang lainnya. Tentunya, komunikasi dilakukan secara sadar dan disengaja untuk mencapai tujuan atau maksud tertentu yang melibatkan orang lain<sup>33</sup>. Melalui prosesnya, komunikasi diharapkan mampu memberikan pemahaman atas sikap, perasaan dan maksud komunikator kepada komunikan. *Output* dari proses komunikasi dinyatakan berhasil apabila komunikan memahami informasi yang disampaikan oleh komunikator.

---

<sup>31</sup> Komunikator: pihak yang menyampaikan pesan atau informasi, sedangkan Komunikan: pihak yang menerima pesan atau informasi dalam proses komunikasi

<sup>32</sup> Sagiyanto, Asriyani., 2018. Self Disclosure melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote). Nyimak Jurnal of Communication, Vol. 2, No.1, Hlm. 82.

<sup>33</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm. 70.

Informasi merupakan pesan yang terkandung dalam proses komunikasi. Terdapat beberapa jenis pesan dalam konteks komunikasi ini, diantara jenis-jenis pesan tersebut antara lain; pesan verbal, pesan non-verbal<sup>34</sup>. Pesan verbal berupa pesan yang disampaikan melalui lisan atau tulisan, yang didalamnya berisi kata-kata dengan bahasa yang mudah dipahami seperti bahasa yang digunakan dalam sehari-hari. Adapun pesan non-verbal adalah berupa perilaku, tindakan atau jenis komunikasi lain yang tidak menggunakan kata-kata sebagai perantara informasi. Pada intinya, apapun jenis komunikasi yang digunakan, agar komunikasi berjalan secara efektif, maka komunikator sebagai pengirim pesan perlu menentukan melalui jenis pesan dan media apakah ia akan menyampaikan informasi kepada komunikan sebagai penerima pesan. Adapun yang terkandung dalam proses komunikasi adalah *feedback* atau umpan balik sebagai hasil dari komunikasi<sup>35</sup>.

Feedback merupakan bentuk dari keterlibatan interaksi yang dihasilkan dari komunikasi. Feedback yang dimaksud bisa berupa feedback aktif dan pasif<sup>36</sup>. Uniknya, feedback aktif ini muncul apabila suatu informasi atau pesan tidak dipahami, sedangkan feedback pasif muncul apabila pesan telah dipahami. Hal ini terjadi karena jika pesan tidak dipahami, maka komunikan akan memberikan feedback berupa pertanyaan kepada komunikator, sehingga mau tidak mau komunikator harus menyampaikan kembali maksud dari pesan tersebut, inilah yang dimaksud dengan feedback aktif. Sedangkan feedback pasif merupakan bentuk dari keberhasilan pemahaman oleh komunikan atas pesan yang disampaikan, berupa penyampaian pernyataan maksud informasi dari komunikan kepada komunikator maupun dengan diam.

---

<sup>34</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm. 29.

<sup>35</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm. 193.

<sup>36</sup> Y. Wahyono, Saddam., 2018. Motif Penerima Pasif Jejaring Sosial *Line*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hlm. 5.

Adapun proses komunikasi yang dihasilkan dari kedua feedback tersebut menjadikan komunikasi bersifat interaktif<sup>37</sup>. Komunikasi interaktif melibatkan keaktifan partisipan komunikasi, sehingga feedback berupa tanggapan akan mendapatkan respon, serta jika komunikasi tersebut dilangsungkan oleh dua orang atau lebih, maka komunikasi ini akan termasuk kedalam komunikasi interpersonal. Seiring masing-masing partisipan komunikasi memberikan feedback, maka pada saat itu juga keterbukaan diri akan terlihat. Keterbukaan diri ini akan muncul berdasarkan rasa percaya akibat interaksi-interaksi yang terjadi.

## **2. Komunikasi Interpersonal**

Secara umum, komunikasi merupakan sarana untuk memulai interaksi antar sesama individu maupun kelompok. Komunikasi diperlukan karena kita sebagai manusia yang hidup berdampingan dengan manusia lain, baik dengan kelompok kecil maupun besar. Oleh karenanya, untuk menghadapi beragam klasifikasi partisipan komunikasi, ada beragam jenis komunikasi diantaranya; komunikasi intrapersonal, interpersonal, kelompok, komunikasi massa, organisasi, antar budaya, politik serta komunikasi pembangunan<sup>38</sup>. Dari banyaknya jenis komunikasi, fokus komunikasi pada penelitian ini adalah komunikasi interpersonalnya.

Menurut Moss dan Tubbs (2000), komunikasi interpersonal terjadi antara perorangan, yang didalamnya terdapat pesan, baik disampaikan secara langsung maupun melalui perantara pendukung. Pada umumnya, teori komunikasi interpersonal cenderung memperhatikan bagaimana bentuk dan sifat dari suatu hubungan interpersonal (relationship), percakapan (discourse) dan interaksi yang

---

<sup>37</sup> I. Sajidah, Nada., 2022. Strategi Komunikasi Husain Basyaiban dalam Konten Dakwah TikTok @Basyasman00. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Hlm. 39.

<sup>38</sup> dalam Mukarom, Zaenal., Hlm. 23.

digunakan serta bagaimana karakteristik komunikator<sup>39</sup>. Komunikasi interpersonal menjadi strategi komunikasi efektif untuk mempengaruhi sikap, opini dan perilaku seseorang. Melalui komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh seseorang terhadap orang lain, menjadikan partisipan komunikasi kaya akan suatu informasi mengenai seseorang. Informasi tersebut bisa berupa pendapat dilihat dari sudut pandang, sikap maupun perasaan seseorang yang melangsungkan komunikasi interpersonal tersebut. Hal demikian menjadi informasi bagi antar personal, karena orang yang tidak terlibat sebagai partisipan komunikasi interpersonal tidak akan memahami informasi tersebut.

Dalam komunikasi interpersonal, terdapat tiga (3) gagasan diantaranya; pikiran (mind), konsep diri (self) dan masyarakat (society) sebagai gambaran relasi antara individu dengan masyarakat<sup>40</sup>. Komunikasi interpersonal adalah teori yang digunakan peneliti untuk mengungkap fenomena praktis atas penerapan *self disclosure* di media sosial TikTok oleh Husain Basyaiban. Hal ini dikarenakan komunikasi interpersonal termasuk salah satu pendekatan yang diperlukan untuk mencapai pengungkapan diri<sup>41</sup>. Melalui komunikasi interpersonal, ada banyak informasi yang bisa diketahui oleh partisipan komunikasi. Informasi-informasi tersebut merupakan wujud dari pengungkapan diri. Semakin baik komunikasi interpersonal, maka semakin terbuka seseorang dalam mengungkapkan dirinya dan semakin memperkaya persepsi orang lain terhadap dirinya melebihi persepsi dirinya sendiri. Demikianlah komunikasi interpersonal mempengaruhi konsep keterbukaan diri seseorang.

Komunikasi interpersonal atau bisa juga disebut sebagai komunikasi antar personal merupakan serangkaian interaksi yang

---

<sup>39</sup> dalam Mukarom, Zaenal., Hlm. 24.

<sup>40</sup> dalam Mukarom, Zaenal., Hlm. 79.

<sup>41</sup> dalam Mukarom, Zaenal., Hlm. 89.



dilakukan oleh dua orang atau lebih melalui pertukaran informasi. Komunikasi interpersonal juga bisa dilakukan dengan menggunakan bahasa verbal maupun non-verbal<sup>42</sup>. Namun demikian, penggunaan bahasa verbal dan non-verbal tidak menghalangi terwujudnya maksud komunikasi interpersonal itu sendiri. Hal ini dikarenakan komunikasi interpersonal meliputi bagaimana seseorang membagikan pendapat, sikap dan perasaannya terhadap orang lain.

### 3. Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Dalam praktiknya, teori komunikasi interpersonal menurut Edna Rogers<sup>43</sup>, memiliki beberapa karakteristik diantaranya; Arus komunikasi bersifat dua arah, kemungkinan besar memiliki umpan balik, mempengaruhi perubahan sikap serta memiliki jangkauan relatif lambat terhadap khalayak. Adapun menurut Barnlund<sup>44</sup>, karakteristik komunikasi interpersonal adalah komunikasi bersifat spontan, kebetulan dan disengaja sehingga seringkali tidak terstruktur, dilakukan dengan tatap muka sehingga feedback dapat diketahui pada saat itu juga, serta memiliki tujuan komunikasi namun tidak terlalu mengejar tujuan yang telah direncanakan.

Kedua pandangan karakteristik komunikasi diatas membedakan proses komunikasi interpersonal dengan komunikasi lainnya, terlebih jika teori dikaitkan dengan konsep keterbukaan diri atau *self disclosure*. Bagaimana tidak, seseorang bisa mengungkapkan dirinya dengan melalui pengaruh orang lain atas pendapat, sikap dan perasaan yang dikomunikasikan. Ketiga hal tersebut (pendapat, sikap dan perasaan partisipan komunikasi interpersonal) menjadi pembuka

---

<sup>42</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm. 70.

<sup>43</sup>Rogers, Edna., Communication: An Interpersonal Perspective to The Communication. Artikel Online <https://www.routledge.com/Relational-Communication-An-Interactional-Perspective-To-the-Study-of-Process-and-Form/Rogers-Escudero/p/book/9780415761642>

<sup>44</sup> Liliweri, Alo. 2015. Komunikasi Antar Pribadi. E-Book, Jakarta, Prenadamedia Group. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=923956>

bagi seseorang untuk mengungkapkan dirinya sebelum nantinya mendapatkan feedback lebih mendalam. Dari sini bisa disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki keterkaitan dengan persepsi, konsep diri, ketertarikan serta hubungan interpersonal itu sendiri.

Adapun karakteristik komunikasi interpersonal menurut Judy C. Pearson, seorang aktivis komunikasi pada masanya<sup>45</sup>. Menurutnya komunikasi interpersonal memiliki karakteristik; setiap penafsiran atau penilaian terhadap lawan bicara adalah murni bersumber dari diri sendiri (self), pertukaran pesan bersifat transaksional sehingga berkelanjutan, tingkat efektivitas komunikasi interpersonal meliputi sejauh mana hubungan individu dengan lawan bicara mampu mempengaruhi kualitas isi pesan, selagi ada perantara (medium) maka komunikasi interpersonal tidak harus melalui tatap muka, kemudian ada aspek kedekatan hubungan antar personal, kebergantungan kedua belah pihak akan informasi serta komunikasi interpersonal menurutnya tidak bisa diulang maupun diubah karena terjadi begitu saja.

Komunikasi interpersonal terjadi dikarenakan oleh faktor personal, misalnya seperti memiliki kesamaan karakteristik, persepsi, ketertarikan, tekanan emosional serta status sosial. Kemudian ada faktor situasional seperti daya tarik fisik, kepopuleran, kedekatan serta keahlian. Dari kedua faktor tersebut<sup>46</sup>, terjalinlah hubungan interpersonal yang didalamnya terdapat proses komunikasi interpersonal berlandaskan rasa percaya, sikap supportif dan sikap terbuka. Konteks komunikasi yang terjadi memang terkesan hanya sebatas bertukar informasi, namun kenyataannya agar bisa menjalin hubungan interpersonal yang baik, maka perlu juga dilandasi dengan komunikasi yang baik.

---

<sup>45</sup> Luluk, F., 2022. Etheses IAIN Kediri diakses 22 Desember 2023 10:21 WIB. [https://etheses.iainkediri.ac.id/9384/3/932402718\\_bab2.pdf](https://etheses.iainkediri.ac.id/9384/3/932402718_bab2.pdf)

<sup>46</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm. 64.

Begitupun dengan fungsi komunikasi interpersonal yang berlaku baik secara langsung maupun dengan perantara berupa internet atau biasa disederhanakan dengan istilah online. Meskipun karakteristik komunikasi interpersonal menurut Barnlund salah satunya adalah dilakukan secara langsung yakni melalui tatap mata, namun siapa sangka karakteristik demikian seakan ditepis oleh kenyataan perkembangan zaman di masa sekarang. Saat ini, zaman dilihat dari kacamata teknologi telah berkembang dengan pesatnya. Komunikasi jenis apapun tidak selalu harus dilakukan secara langsung melainkan cukup dengan berbekal internet atau secara online. Hal ini juga didukung oleh teori CMC (*Computer Mediated Communication*) atau komunikasi yang diperantarai oleh komputer<sup>47</sup>.

## **B. Teori *Computer Mediated Communication* (CMC)**

### **1. Definisi *Computer Mediated Communication* (CMC)**

Melalui prosesnya, komunikasi membutuhkan adanya media sebagai alat penunjang terjadinya komunikasi. Media komunikasi juga mempengaruhi keefektifan ‘transaksi’ pesan. Beragam jenis media komunikasi yang digunakan dari masa ke masa. Setiap masa memiliki karakteristik media komunikasinya masing-masing. Komunikasi pernah menempati era dimana dalam prosesnya harus melibatkan adanya tatap-muka untuk bisa saling mengkomunikasikan pesan. Komunikasi juga pernah menempati era dimana dalam penerapannya, komunikator harus mengirimkan pesan melalui pos selama beberapa hari sebelum akhirnya informasi diketahui oleh komunikan. Saat ini komunikasi sudah sampai pada tahap modernisasi, yang dalam prosesnya semakin efektif dan efisien.

---

<sup>47</sup> Dewi, Retasari., A. Janitra, Preciosa., 2019. Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8, No. 3, Hlm. 342.

Salah satu alasan mengapa proses komunikasi saat ini sudah semakin efektif dan efisien adalah karena kehadiran internet yang terus menerus ber-evolusi sehingga lahirlah media sosial. Terlebih saat ini biaya akses internet sudah cukup terjangkau, sehingga siapapun bisa mengakses informasi apapun, dimanapun dan kapanpun. Inilah yang dinamakan komunikasi menjadi lebih efektif dan efisien. Ada beragam jenis media sosial berdasarkan konteks kebutuhan pengguna.

Penggunaan internet merupakan suatu keniscayaan bagi siapapun yang hidup di era informasi, terlebih pasca kebiasaan penggunaan fasilitas online selama covid-19 berlangsung. Berbagai jenis komunikasi beserta karakteristiknya menjadi sedikit mengalami perubahan. Jika sebelumnya komunikasi harus dilakukan secara langsung dan atau tatap muka agar pesan tersampaikan langsung dari tangan pertama, maka saat ini pesan komunikasi juga bisa tersampaikan secara langsung melalui perantara internet. Dengan demikian, hal ini dinilai menguntungkan jika dilihat dari sisi efektif dan efisiensi.

Kebiasaan komunikasi berbasis online ini ternyata memiliki teori yang biasa disebut dengan CMC. *Computer Mediated Communication Theory*, merupakan kepanjangan dari teori tersebut. Teori CMC ini diketahui mulai berkembang pada tahun 1987 oleh John December<sup>48</sup>. Teori ini merupakan bukti dari integrasi teknologi komputer dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai masyarakat informasi sekaligus makhluk sosial, tentunya memerlukan interaksi dengan memanfaatkan fasilitas online yang tersedia. Fasilitas tersebut berupa akses internet. Melalui teori *Computer Mediated Communication*, masyarakat informasi dengan mudahnya berkomunikasi dengan perantara computer. Proses ini sekaligus menjadi proses pembentukan

---

<sup>48</sup> Andrew F. Wood dan Mathew J. Smith. 2005. *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*.

media sebagai tujuan komunikasi yang melibatkan seseorang atau lebih dalam situasi tertentu.

Melalui fungsinya, teori *Computer Mediated Communication* ini tidak hanya berlaku untuk perangkat *Personal Computer (PC)* maupun Laptop saja, akan tetapi segala jenis perangkat yang dapat terhubung ke internet seperti *Smartphone*, gadget, notebook, tablet dan sejenisnya juga merupakan media baru yang dapat digunakan dalam konteks komunikasi<sup>49</sup>. Jenis teori ini memungkinkan seseorang terhubung ke internet dan melakukan berbagai aktivitas informasi seperti membaca berita melalui situs online, menambah wawasan melalui literatur online, berdiskusi dan bertukar pikiran secara online, bahkan transaksi secara online sekalipun.

Peranan internet dalam konteks komunikasi di era informasi akan sangat berpengaruh. Karena dalam praktiknya, komunikasi melalui online berdasarkan teori *Computer Mediated Communication* ini bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja selama memiliki perangkat “*computer*” dan didukung oleh akses internet. Internet hampir menjadi basis di semua bidang yang berkaitan dengan khalayak. Basis yang dimaksud disini bukan terkait bagaimana dua perangkat dapat saling berinteraksi (robot), melainkan ada “pihak” yang menjalankan perangkat-perangkat tersebut agar saling terhubung dan bertukar informasi.

Jadi, alasan mengapa CMC termasuk ke dalam teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah karena dapat ditarik kesimpulan bahwa; teori ini menggambarkan proses komunikasi manusia dengan “*computer*” menggunakan jaringan internet. Untuk mendukung pemahaman pembaca, peneliti akan menegaskan ulang bahwa fokus masalah yang akan diteliti adalah mengenai bagaimana Media Sosial

---

<sup>49</sup> H. Arnus, Sri., 2018. Self Disclosure di Media Sosial pada Mahasiswa IAIN Kendari. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/744/680228-Article> diakses pada Januari 2024.

Tiktok digunakan sebagai Sarana Keterbukaan Diri oleh seorang da'i sekaligus influencer muda Husain Basyaiban.

## 2. Ruang lingkup Komunikasi Interpersonal melalui Internet

Adapun budaya komunikasi yang berlaku dalam kehidupan sehari-hari adalah komunikasi interpersonal. Karakteristik komunikasi interpersonal ini melibatkan dua atau lebih peranan individu. Masing-masing peranan individu membawa informasi sebagai pesan. Proses penyampaian pesan semakin mudah akibat pesatnya perkembangan teknologi komunikasi sampai saat ini<sup>50</sup>. Sehingga pesan yang tersampaikan secara efektif dan efisien merupakan suatu kelaziman yang mengubah tata cara masyarakat dalam berkomunikasi dan berinteraksi.

Perubahan tata cara komunikasi tersebut dianggap sebagai budaya komunikasi. Begitu pula dengan perkembangan teknologi dapat mempengaruhi budaya komunikasi bagi setiap individu yang tergabung menjadi entitas di suatu platform media sosial<sup>51</sup>. Suatu kebiasaan di media sosial yang dilakukan oleh lebih dari 2 orang maka bisa disebut sebagai budaya atau *trend*. Kemudian, budaya atau *trend* komunikasi yang diterapkan oleh suatu entitas atau sebagian kalangan pengguna media sosial, menjadi sebuah fenomena yang menarik perhatian para peneliti di bidang media<sup>52</sup>.

Sama halnya dengan jenis komunikasi lain yang memiliki peranan sesuai fungsinya masing-masing, komunikasi interpersonal menurut Johnson<sup>53</sup> juga memiliki peranan yakni;

---

<sup>50</sup> Devi A, Prasanti Riana., Shinta Melisha., 2023. JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting, Vol. 3, No, 1, Hlm. 37.

<sup>51</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm. 118.

<sup>52</sup> Nasrullah, Rulli., 2018. Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet. Bandung, Simbiosis Rekatama Media. ISBN: 978-602-7973-46-6.

<sup>53</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm. 73.

a. *Membantu perkembangan intelektual dan sosial seseorang*

Pikiran manusia bersifat dinamis agar mampu berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya. Sebelum akhirnya bisa berinteraksi, semua bermula dari komunikasi intensif yang diterapkan oleh sebagian besar ibu pada bayinya. Hal tersebut bertujuan untuk menstimulasi bayi akan interaksinya terhadap sekitar. Namun, sebagai makhluk yang bertumbuh, manusia akan beradaptasi dengan gaya interaksi menyesuaikan usianya.

b. *Membentuk jati diri melalui komunikasi dengan orang lain*

Secara tidak langsung, pada saat kita berkomunikasi dengan orang lain, ternyata kita merekam, mengamati dan mencatat dalam ingatan atas semua feedback yang diberikan oleh orang lain terhadap diri kita. Ketika kita seringkali menceritakan hal yang menggembirakan kepada orang lain dibandingkan hal yang tidak menggembirakan, maka orang lain akan menganggap kita sebagai pribadi yang ceria dan tidak suka mengumbar kesedihan. Begitupun sebaliknya. Jadi, pandangan orang lain terhadap diri kita tergantung pada apa yang kerap kali kita proyeksikan kepada mereka. Begitupun dengan sikap, pendapat dan perasaan kita dimata orang lain.

c. *Memahami realitas di lingkungan sekitar*

Setelah membentuk jati diri, individu diharapkan mampu memahami kenyataan di lingkungan sekitar dimana ia bermukim. Sebagai individu yang hidup berdampingan dengan masyarakat dari berbagai kalangan, menjadikan individu harus pandai pandai memilih bagaimana ia memproyeksikan jati dirinya sesuai dengan kalangan apa ia berinteraksi seperti orang tua, sebaya, dewasa maupun anak-anak.

d. *Menentukan kualitas kesehatan mental*

Peranan-peranan diatas mempengaruhi kualitas kesehatan mental pelaku komunikasi interpersonal. Sederhananya, ketika ia memahami jati dirinya dalam berinteraksi dengan berbagai kalangan,

kualitas kesehatan mereka akan stabil sehingga mampu menempatkan diri. Ada kalanya ia harus bersikap terbuka dengan cara bercerita, adakalanya ia juga harus tertutup. Individu yang terlalu menutup diri tidak baik untuk kesehatan mental, begitupun sebaliknya.

## A. *Self-Disclosure*

### 1. Definisi *Self Disclosure*

*Self disclosure* secara garis besar merupakan keterbukaan diri. Uniknya, meskipun siartikan sebagai keterbukaan diri, konsep *self disclosure* juga digunakan sebagai sarana untuk membatasi diri<sup>54</sup>. Seperti penjelasan pada paragraf-paragraf sebelumnya, *self disclosure* diketahui merupakan bagian penting yang harus dimiliki seseorang untuk berinteraksi dengan sekitarnya. Jika seseorang ingin memiliki kemampuan berinteraksi yang baik, maka sebaiknya ia perhatikan dulu bagaimana ia menerapkan *self disclosure* didalamnya.

*Self disclosure* seakan memberikan ruang untuk mengembangkan pemahaman tentang informasi-informasi tentang diri sendiri kepada orang lain. Keterbukaan diri dilatarbelakangi oleh apa yang akan diungkapkan dan kepada siapa akan mengungkapkan. Seperti halnya menurut De Vito (2014)<sup>55</sup> yang mengungkapkan bahwa *self disclosure* mengacu pada informasi berupa pemikiran, perasaan dan opini pribadi yang biasanya kita sembunyikan kepada orang lain akan tetapi secara sengaja kita mengkomunikasikan hal tersebut ke orang lain. Menurutnya, *self disclosure* terjadi dikarenakan beberapa faktor, diantaranya:



11. Gambar Faktor *Self Disclosure*

<sup>54</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm 82.

<sup>55</sup> DeVito, J.A. (2007). *The Interpersonal Communication* (11<sup>th</sup> ed.). Boston: Pearson Education Inc.



Menurut West & Turner (2008)<sup>56</sup>, *self disclosure* diartikan sebagai pengungkapan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain agar dapat menumbuhkan kedekatan antar sesama individu. Informasi pribadi tersebut bisa berupa hobi, ketertarikan maupun kesamaan pemikiran. Individu tidak semata-mata memberikan informasi secara cuma-cuma kepada orang lain, melainkan ia mengetahui ada kesamaan yang melatarbelakanginya.

Menurut Floyd (2009)<sup>57</sup>, *self disclosure* adalah upaya penyampaian informasi tentang diri sendiri secara sadar dan sengaja kepada orang lain, serta kita meyakini bahwa informasi tersebut benar adanya, namun orang lain belum mengetahuinya. Informasi pribadi tersebut sengaja disampaikan kepada orang lain, bertujuan agar orang lain mengetahuinya. Setelah orang lain mengetahui, maka interaksi selanjutnya adalah bagaimana orang lain bersikap atas informasi yang telah kita sampaikan, atau biasa disebut sebagai *feedback*.

## 2. Ruang Lingkup Teori *Self Disclosure* oleh Johari Window

Pengungkapan diri, keterbukaan diri, kurang lebih itulah yang dimaksud dengan *self disclosure*. Elemen penting dari komunikasi interpersonal adalah *self disclosure*. Perlu diketahui, menurut Cangara (2016)<sup>58</sup>, terdapat sebuah konsep yang digambarkan sebagai kaca jendela yang memiliki empat sisi. Konsep tersebut dikenal dengan konsep Johari Window<sup>59</sup>. Model ini dimaksudkan sebagai jendela komunikasi tentang bagaimana seorang individu memberi dan menerima informasi tentang dirinya sendiri kepada orang lain. Empat sisi tersebut diantaranya; wilayah terbuka (*open area*), wilayah buta

---

<sup>56</sup> Repository Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Hlm. 21. diakses pada Februari 2024. <https://repository.ump.ac.id/3723/3/BAB%20II.pdf>

<sup>57</sup> Repository UMP. Hlm. 12.

<sup>58</sup> Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta, Rajawali. <https://inlislite.uinsuska.ac.id> diakses Februari 2024.

<sup>59</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm. 66.

(*blind area*), wilayah tersembunyi (*hidden area*), wilayah tak dikenal (*unknown area*).

*Open area* atau wilayah terbuka. Pada bagian ini, seorang individu bergantung pada bagaimana ia mengungkapkan dirinya untuk memahami diri orang lain melalui interaksi yang terlihat. Semakin individu terbuka dalam hal pengungkapan diri, semakin juga individu memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Karena, komunikasi interpersonal hanya akan terjadi apabila salah satu atau kedua komunikan membuka diri. Begitu juga apabila individu menutup diri, maka individu lain juga akan enggan untuk berkomunikasi, karena secara tidak langsung ia menutup akses tentang dirinya atas orang lain.

*Blind area* atau wilayah buta. Pada bagian kaca yang ini, seorang individu justru tidak mengenal dirinya sendiri. Artinya, seorang individu tidak bisa terbebas dari penilaian orang lain terhadap dirinya. Karena pada wilayah ini, ia buta akan dirinya sendiri. Seorang individu akan cenderung menyangkal pandangan orang lain terhadap dirinya sendiri. Sehingga dari sinilah kebanyakan masalah muncul. Untuk menyelesaikan masalah yang muncul akibat wilayah ini, maka yang harus dilakukan oleh orang lain adalah dengan memberikan ruang untuk individu tersebut menemukan kesadaran diri.

*Hidden area* atau wilayah tersembunyi. Pada wilayah ini seorang individu cenderung lebih banyak mengetahui dan membahas individu lain, namun bersikap abai akan dirinya sendiri. Konsep ini berasal dari sikap terlalu berlebihan dalam mengungkapkan sesuatu sampai individu kehilangan batasan mengenai apa saja yang seharusnya diungkapkan dan tidak. Konsep ini juga bisa berasal dari sikap terlalu berlebihan dalam menyembunyikan sesuatu, sehingga akan menimbulkan masalah di kemudian hari.

*Unknown area*, wilayah tak dikenal. Pada wilayah ini, seorang individu cenderung akan dekat dengan masalah apabila ia mencoba

untuk tidak berkeinginan untuk mengetahui dirinya sendiri maupun orang lain. Bisa dibayangkan, area ini sedikit lebih berpotensi menjadi sebab permasalahan interpersonal untuk konteks komunikasi jenis apapun.<sup>60</sup>

Berdasarkan pemaparan teori di atas, menunjukkan bahwa setiap individu memiliki keempat bagian atau wilayah menurut konsep Johari Window. Namun, wilayah manakah yang sering ia gunakan dalam kesehariannya guna keberlangsungan proses interaksi dan komunikasi individu. Adapun pemilihan wilayah yang akan digunakan adalah sesuai dengan kebutuhan individu tersebut. Misalnya, jika seorang individu ingin menjadi duta wisata di suatu wilayah kabupaten, maka ia harus memperluas wilayah terbuka (*open area*) yang ada pada dirinya, dan mempersempit area-area lain, karena ia harus dikenal untuk menjadi seorang duta wisata.

### **3. Pengaruh *Self Disclosure* Terhadap Komunikasi Interpersonal**

Melihat pentingnya keterbukaan diri dalam konteks komunikasi interpersonal, menjadikan *self disclosure* sebagai upaya bagi individu untuk mengungkapkan apa yang sedang ia rasakan. Upaya pendekatan komunikasi melalui *self disclosure* ini mendatangkan beberapa pengaruh diantaranya<sup>61</sup>; agar ‘pelaku’ *self disclosure* mengenal diri sendiri, membantu menyelesaikan masalah, meningkatkan intensitas komunikasi, menambah wawasan, meningkatkan rasa percaya diri dan rasa percaya kepada orang lain serta lebih bijak dalam membentuk persepsi atas orang lain. Sehingga, melalui *self disclosure* diharapkan proses komunikasi akan jauh lebih efektif, karena pesan-pesan akan tersampaikan secara lugas dan mudah dipahami.

---

<sup>60</sup> Mukarom, Zaenal., Hlm 66-67.

<sup>61</sup> Septiani, Dila., dkk., 2019. *Self Disclosure dalam Komunikasi Interpersonal: Kesetiaan, Cinta dan Kasih Sayang*. Jurnal Fokus, Vol. 2, No. 6, Hlm. 269.

Begitupun keterbukaan individu pada media sosial TikTok, khususnya di akun kedua. Semakin ia membuka diri, maka semakin banyak informasi yang diterima oleh individu yang memiliki akses informasi mengenai dirinya. Adanya ruang untuk mengekspresikan diri sangat membantu proses keterbukaan diri. Terlebih apabila ia telah menentukan siapa saja yang mendapatkan akses informasinya, maka keterbukaan diri merupakan solusi atas masalah yang dialami, karena ia telah mengetahui bahwa audiens yang menerima informasi mengenai dirinya di akun kedua, akan memberi tanggapan atas informasi atau pesan yang ia bagikan di akun keduanya.

Keterbukaan diri melalui media sosial menjadi cara baru bagi masyarakat informasi sebagai pengguna. Karena kerap kali ditemukan kepribadian seseorang di dunia nyata agak sedikit berbeda dengan kepribadiannya di media sosial. Ada banyak hal yang melatarbelakangi, seperti membangun personal branding yang baik, mengekspresikan diri dengan kepribadian yang lain, bahkan ada yang sekedar FOMO<sup>62</sup> agar tidak ketinggalan *trend*. Semua yang tadi dilakukan secara sadar dan sengaja, menurut apa maksud dan tujuan dari masing-masing individu.

Berbekal maksud dan tujuan individu atas konsep keterbukaan diri di media sosial memberikan celah untuk saling melakukan interaksi antar penggunanya. Interaksi yang terjalin menghasilkan proses komunikasi interpersonal melalui media sosial (internet). Keterkaitan antara self disclosure dan komunikasi interpersonal cenderung lebih mengedepankan dimensi kemanusiaan dan keterbukaan diri yang menjadi fitrah bagi setiap individu<sup>63</sup>. Pengguna sebagai pelaku komunikasi interpersonal menjadi subjek bukan sekedar objek komunikasi.

---

<sup>62</sup> FOMO: *Fear of Missing Out*, sebuah istilah mengenai ketakutan seseorang jika ketinggalan sesuatu yang sedang *hype* pada masanya.

<sup>63</sup> Septiani, Dila., dkk., Hlm. 270.

#### 4. *Self Disclosure* di Media Sosial

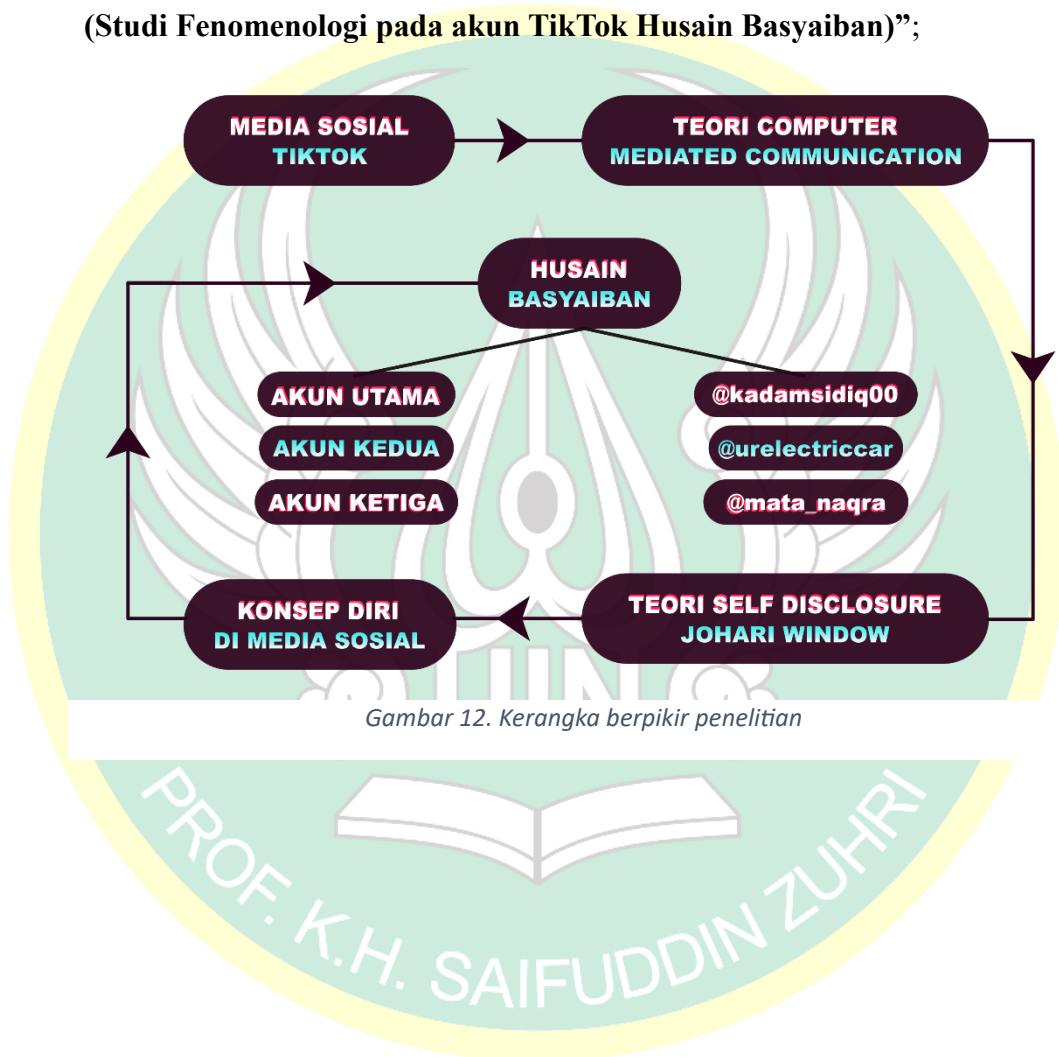
Sebagai subjek sekaligus objek komunikasi, pengguna media sosial dibebaskan untuk mengutarakan opini, sikap dan perasaannya. Namun, kebebasan setiap individu dibatasi oleh kebebasan individu lain. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi *oversharing* oleh pengguna di media sosial. Meskipun *self disclosure* dianggap sebagai salah satu aspek penting dalam komunikasi interpersonal, namun dalam konteks penerapannya, *self disclosure* memiliki beberapa wilayah pembagian.

*Open area, blind area, hidden area* serta *unknown area*. Setiap individu cenderung akan memposisikan area-area tersebut dengan melihat kepada siapa ia akan menyampaikan informasi. Itu artinya, individu telah memahami klasifikasi audiens yang pantas menerima informasi-informasi tertentu. Terlepas dari khalayak di media sosial yang bersifat heterogen, dari masing-masing kalangan, namun setidaknya ia memahami konsekuensi atas informasi yang ia bagikan kepada orang lain di media sosial.

Seperti halnya keterbukaan diri melalui platform entertainment TikTok. Pengguna memanfaatkan media sosial berbasis hiburan tersebut untuk membagikan sikap, perasaan yang dirasakan dan pendapatnya mengenai suatu isu. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial mampu memberikan kebebasan bagi setiap individu untuk mengekspresikan berbagai hal tanpa harus bertatap muka secara langsung. Juga memberi fenomena praktis akan bekerjanya teori *computer mediated communication* yang berdampak terhadap komunikasi interpersonal di era modern seperti saat ini. Setelah berhasil mengekspresikan suatu sikap, perasaan dan opini sebagai bentuk komunikasi sekaligus keterbukaan diri di media sosial, maka hal ini cepat atau lambat akan turut mempengaruhi pengguna lain untuk mengekspresikan sikap, perasaan dan opininya di media sosial khususnya TikTok.

## B. Kerangka Berpikir

Tujuan dari disusunnya kerangka berpikir adalah agar peneliti dan pembaca mengetahui alur penelitian, dengan demikian pemahaman pada penelitian ini tetap berada pada koridor pembahasan<sup>64</sup>. Berikut dibawah ini kerangka berpikir penelitian dengan judul “*Self Disclosure* di Media Sosial (Studi Fenomenologi pada akun TikTok Husain Basyaiban)”;



Gambar 12. Kerangka berpikir penelitian

<sup>64</sup> Nihlatun N, Ayu., 2022. Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial TikTok. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/53086/>

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. METODE PENELITIAN

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian untuk mengkaji suatu subjek atau biasa disebut sebagai penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif menggunakan studi fenomenologi digunakan dalam penelitian ini karena berkaitan dengan alasan perilaku manusia melakukan sesuatu. Sehingga diperlukanlah penelitian kualitatif untuk menemukan latar belakang atau alasan yang mendasari perilaku manusia tersebut. Sementara itu, data pada studi fenomenologi ini dapat dikumpulkan dengan berbagai metode diantaranya observasi dan interview.

Peneliti bisa menggunakan salah satu, atau kombinasi dua metode yakni observasi dan interview berdasarkan formulasi keaktualan fenomena dengan metode pengamatan atau wawancara. Tujuan dari penggunaan metode tersebut adalah agar peneliti mampu memperoleh informasi secara komprehensif terkait fenomena yang diteliti. Kemudian, data-data yang diperoleh baik melalui observasi maupun wawancara akan diolah secara terstruktur dan konseptual<sup>65</sup>. Adapun untuk membersamai penulisan skripsi ini, peneliti menerapkan studi fenomenologi. Menurut Edmund Husserl<sup>66</sup>, keterkaitan penelitian fenomenologi dengan pendekatan kualitatif adalah bahwa semua penelitian kualitatif memiliki aspek fenomenologi, namun pendekatan fenomenologi tidak bisa diaplikasikan ke semua penelitian kualitatif. Secara etimologi,

---

<sup>65</sup> Dewi, I Asih., Fenomenologi Husserl: Sebuah Cara Kembali ke Fenomena. <https://media.neliti.com/media/publications/110288-ID-none.pdf> diakses pada 21 Maret 2024 11.32 WIB

<sup>66</sup> Helaludin., 2018. Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif. <https://www.researchgate.net/publication/323600431> diakses pada 21 Maret 13.06.

fenomenologi berasal dari kata fenomena dan logos. Fenomena sendiri berasal dari kata “*phainesthai*” bahasa Yunani, yang berarti menampak dan terbentuk. Sedangkan secara harfiah, fenomenologi diartikan sebagai sesuatu yang menampakkan<sup>67</sup>. Metode kualitatif deskriptif memiliki paradigma *interpretivisme* sebagai pemahaman atas fenomena sosial maupun alasan atas suatu tindakan sosial, sehingga menghasilkan kerangka berpikir rasional sesuai dengan tema atau nilai yang ditentukan oleh peneliti<sup>68</sup>.

Melalui jenis penelitian fenomenologis, ciri khas (*feature*) dari pengalaman manusia sebagai subjek akan dengan mudahnya diidentifikasi. Oleh karena itu, studi Fenomenologi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana persepsi, sikap, serta perasaan subjek yang dalam hal ini yaitu Husain Basyaiban dalam menyampaikan dakwahnya di media sosial sebagai seorang pendakwah muda sekaligus influencer. Media sosial bagi seorang influencer merupakan *public space virtual*<sup>69</sup> yang sifatnya fungsional. sehingga tercapailah tujuan penelitian sebagaimana terlampir pada sub bab Tujuan dan Manfaat Penelitian yang berjudul “***SELF DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL (Studi Fenomenologi pada Akun TikTok Husain Basyaiban)***”.

Penelitian pada skripsi yang berjudul “***SELF DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL (Studi Fenomenologi pada Ketiga Akun TikTok Husain Basyaiban)***” ini menggunakan format desain penelitian deskriptif kualitatif. Pada format desain ini, terdapat judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian disertai tinjauan pustaka dan teori yang akan digunakan dalam

---

<sup>67</sup> Hajaroh, Mami., Paradigma, Pendekatan dan Metode Penelitian Fenomenologi. Hlm. 8-9. <https://staffnew.uny.ac.id/upload/132011629/penelitian/fenomenologi.pdf> diakses pada 21 Maret 2024 11.26 WIB

<sup>68</sup> Bungin, Burhan., 34.

<sup>69</sup> Tempat umum sebagai tempat terjadinya segala kegiatan yang dilakukan dengan perantara internet (digitalisasi).



penelitian<sup>70</sup>. Cara kerja penelitian deskriptif kualitatif adalah dengan menentukan objek dan subjek selaku informan penelitian, menentukan metode pengumpulan data, kemudian analisis data disertai pembahasan hasil penelitian yang akan dijelaskan secara deskriptif<sup>71</sup>.

## A. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan aspek penting dalam penelitian terkait dengan objek yang akan diteliti. Pada penelitian ini, subjek penelitian bisa diamati maupun dimintai keterangan. Subjek penelitian yang dimaksud adalah Husain Basyaiban. Pada lembar latar belakang, peneliti telah menyajikan beberapa bakal da'i muda yang merangkap menjadi influencer untuk dijadikan subjek. Namun setelah mengetahui rumusan masalah penelitian, akhirnya peneliti berhasil menentukan satu subjek penelitian dengan karakteristik yang mengimplementasikan beberapa teori yang digunakan dalam penelitian<sup>72</sup>.

### 2. Objek Penelitian

Sedangkan objek pada penelitian kali ini yakni penerapan *self disclosure* subjek melalui ketiga akunnya di media sosial TikTok. Yakni terkait bagaimana seorang da'i yang aktivitas digitalnya adalah berdakwah ternyata memerlukan adanya keterbukaan diri, tanpa mengesampingkan peran utamanya sebagai pendakwah. Adapun keterbukaan diri Husain Basyaiban adalah melalui akun-akunnya dilakukan berdasarkan tujuan tertentu.

---

<sup>70</sup>Bungin, Burhan., 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. Hlm: 49. ISBN: 979-421-856-1.

<sup>71</sup> Bungin, Burhan., Hlm: 50

<sup>72</sup> Lihat Bab II Kerangka Teori

## **B. SUMBER DATA PENELITIAN**

### **1. Sumber Data Primer**

Segala bentuk pernyataan dari penelitian kali ini berasal dari hasil interview tertulis peneliti dengan subjek melalui quisioner google form. Disebut sumber data primer yakni karena data diperoleh secara langsung melalui interview atau wawancara meski tertulis, dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh subjek<sup>73</sup>.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Selanjutnya, data pada penelitian ini juga diperoleh melalui pengamatan peneliti melalui ketiga akun Husain Basyaiban di TikTok. Adapun data pendukung juga diperoleh melalui informasi mengenai Husain Basyaiban pada platform media sosial *open source* seperti YouTube dan Instagram. Adapun peneliti juga menggunakan buku, jurnal, skripsi serta artikel online untuk mendukung ketersediaan data penelitian. Dengan demikian, data-data yang dikaji melalui pengamatan disebut sebagai sumber data sekunder<sup>74</sup>.

## **C. METODE PENGUMPULAN DATA**

Setelah data primer maupun data sekunder telah diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah peneliti menganalisis data dan mengklasifikasikannya berdasarkan bab-bab pada penulisan skripsi ini. Menentukan metode pengumpulan data menjadi sangat penting<sup>75</sup> dalam ranah penelitian, karena hal ini akan menciptakan konsep penelitian yang lebih terstruktur. Selain itu, ada pula aspek administratif yang sama pentingnya dengan penentuan metode pengumpulan data. Aspek administratif merupakan implemmentasi moral dalam penelitian jenis

---

<sup>73</sup> Helaludin., 2018. Hlm. 4.

<sup>74</sup> Kusumastuti, Adhi., Mustamil, K. Ahmad., 2019. Metode Penelitian Kualitatif. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo. ISBN: 978-623-7253-64-8. Hlm. 29.

<sup>75</sup> Kusumastuti, Adhi., Mustamil, K. Ahmad., 2019. Hlm. 114.

apapun<sup>76</sup>. Diantara aspek administratif yang dimaksud adalah perizinan dari pihak berwenang sebelum melangsungkan penelitian. Sejalan dengan hal tersebut, peneliti mengantongi surat izin riset dari Fakultas<sup>77</sup>. Dengan demikian, hal inikan mempermudah jalannya pengumpulan data.

Dalam rangka menerapkan pendekatan fenomenologis dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan metode dokumentasi pada setiap perolehan data baik primer maupun sekunder. Dokumentasi pada penelitian ini berupa;

- a. File tertulis seperti buku, jurnal, skripsi dan artikel online terkait,
- b. File gambar seperti foto terkait,
- c. File video seperti tautan konten terkait.
- d. File audio seperti tautan pesan suara subjek.

#### **D. Metode Analisis Data**

Analisis data penelitian memiliki korelasi dengan pengumpulan data, karena kegiatan analisis data tidak dapat dilakukan sebelum data terkumpul. Mengingat penelitian ini bersifat kualitatif yang merujuk pada satu subjek, maka analisis data yang diperlukan adalah analisis kualitatif mikro. Disebut sebagai kualitatif mikro adalah karena data yang diperoleh berisi uraian-uraian yang tidak memungkinkan untuk diubah dalam bentuk angka-angka<sup>78</sup>. Langkah-langkah metode analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengumpulkan;

- a. Pertama, mengumpulkan sumber data primer dan sekunder,
- b. Kedua, mengidentifikasi dan mengklasifikasi data yang diperoleh,
- c. Ketiga, menganalisis data-data tersebut sesuai dengan rancangan kerangka berpikir.

---

<sup>76</sup> Kusumastuti, Adhi., Mustamil, K. Ahmad., 2019. Hlm 113.

<sup>77</sup> Surat izin riset bisa diakses pada halaman Lampiran.

<sup>78</sup> Mukadis, Dasna dan Ibnu 2003 dalam Kusumastuti, Adhi., Mustamil, K. Ahmad., 2019.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. PENYAJIAN DATA

##### 1. Profil Husain Basyaiban



14. Husain Basyaiban 20 Januari 2024

Pemuda kelahiran Makkah, 12 Agustus 2002 ini memiliki nama lengkap Husain dan merupakan anak bungsu dari 5 bersaudara. Husain menyebutkan bahwa nama aslinya yang tercatat di KTP, Kartu Keluarga dan dokumen-dokumen lainnya hanya “Husain”. Adapun nama belakang “Basyaiban” ini merupakan nama marga keluarganya. Husain menambahkan nama marganya sebagai nama lengkap buatan untuk kebutuhan pembuatan akun gmail dan akun-akun media sosial lainnya, sehingga penyebutan nama lengkap itu dilazimkan olehnya hingga saat ini<sup>79</sup>.

Menurut penuturannya, Husain menghabiskan masa kecilnya selama kurang lebih 5 tahun di Makkah, sebelum kemudian keluarganya memutuskan untuk kembali lagi ke Indonesia<sup>80</sup>. Di Makkah sendiri, Husain kecil tumbuh dengan lingkungan Timur Tengah, bermain dengan teman-teman masa kecilnya disana. Setelah kembali ke Indonesia, tepatnya di Bangkalan, Madura pada tahun 2008

---

<sup>79</sup> Wawancara kepada Husain Basyaiban pada NRM Podcast <https://youtu.be/feT217Jvdrk?si=gr85eorg9ZMxiqGd> 2:51.

<sup>80</sup> <https://youtu.be/ejOwTY-7Z88?si=zpLSes4bNpx6o6bx> Sesi wawancara kepada Husain Basyaiban pada Channel CH Podcast do YouTube 5:58.

silam. Husain memulai jenjang pendidikannya dari SDN Jadi 1, MTs N Bangkalan, MAN Bangkalan hingga S1 nya di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya jurusan Ilmu Al-Qur'an Hadith<sup>81</sup>.

Keluarga Husain memiliki background agama yang kuat serta sangat memuliakan ilmu. Hal ini dibuktikan oleh didikan yang diterapkan oleh Abuya<sup>82</sup> nya yang mewajibkan Husain untuk terus mengaji. Tidak hanya Husain saja, Abuyanya juga menerapkan hal ini kepada keempat saudara Husain yang lain. Bahkan karena hal ini, Husain merasa tertekan terhadap didikan Abuyanya yang seakan tidak memberikan kesempatan untuk bermain seperti anak-anak seusianya<sup>83</sup>. Beruntungnya, Husain tidak pernah mengungkapkan rasa tertekannya secara langsung kepada Abuyanya, karena ia benar-benar merasakan manfaatnya hingga saat ini. Barakallah.

## **2. Observasi Ketiga Akun TikTok Husain Basyaiban**

### **A. Akun Pertama (*Main Account*)**

Pada akun pertamanya, @kadamsidik00 Husain menerapkan konten dakwah yang serius dan lucu. Dalam arti, metode dakwah yang diterapkan pada akun pertama tidak kaku sehingga ramah untuk disimak. Ia cukup menjaga citra dirinya di akun pertamanya, dilihat dari postingan ulangnya dan konten-konten yang disematkan, isu-isu sosial, bahkan kegemarannya akan genre anime. Selengkapnya, simak tabel eksplanatif dibawah ini;

---

<sup>81</sup> Wawancara pada Podcast di channel Three Tan Java <https://youtu.be/VwZXHSnoSnM?si=oYAW1IILPdBY7bCK>

<sup>82</sup> Panggilan Husain kepada Ayahnya, diadopsi dari Bahasa Arab.

<sup>83</sup> Penjelasan Husain Basyaiban melalui Channel YouTube pribadinya @kadamsidik [https://youtu.be/XV4uiCN9sRY?si=Qjtb6mD\\_9jonw-sK](https://youtu.be/XV4uiCN9sRY?si=Qjtb6mD_9jonw-sK) 2:25.

	<p>Gambar disamping merupakan tampilan pada akun pertama Husain Basyaiban. Pada akunnya yang pertama, karakteristik akun bisa diketahui dari konten yang disematkan, materi konten serta postingan ulang. Husain menyebutkan akun pertamanya memiliki karakteristik konten <i>serious and funny</i>.</p>
	<p>Disamping ini ada tampilan konten-konten yang diposting ulang oleh Husain Basyaiban. Seperti karakteristik yang ingin Husain terapkan di akun pertama yakni serius dan lucu, maka Husain tidak hanya memposting ulang konten dakwah, ia juga memposting ulang konten temannya yang terdapat dirinya didalamnya, ia juga diketahui menyukai anime One Piece.</p>
	<p>Selanjutnya, Husain Basyaiban membuat konten dakwah dengan mengangkat materi “Sering jenuh saat mengaji”, ia sedang bersama dengan Syeikh Adham dan meminta nasihat kepada beliau untuk siapapun yang merasa jenuh saat menuntut ilmu. Konten disamping menggunakan Bahasa Arab dan diterjemahkan oleh Husain.</p>

	<p>Konten disamping, Husain berkolaborasi dengan Mobile Legends. Generasi 2000an sangat familiar dengan mobile games ini. Ini merupakan salah satu contoh bahwa sebagai seorang creator dakwah sekaligus influencer di TikTok, sehingga hal ini merupakan hal yang sewajarnya dilakukan olehnya.</p>
	<p>Pada konten <i>photo slides</i> disamping, Husain Basyaiban mereview dirinya sendiri. Bahwa, pada saat Facebook sedang <i>hype</i> dikalangan pengguna media sosial, Husain juga turut meramaikan dengan membuat postingan yang ketika dibaca kembali di masa sekarang ternyata menurutnya alay.</p>
	<p>Setelah konten random diatas, Husain juga membagikan aktivitas yang menunjukkan kedekatannya dengan para ‘ulama, membuat <i>photo dump</i> (Kumpulan foto-foto “<i>current situations</i>” pada beberapa waktu terakhir).</p>

	<p>Mengangkat isu sosial, Husain menanggapi video viral “sudah menelpon Allah” pada penetapan 1 Syawwal 1445H yang dilakukan oleh tokoh agama salah satu jama’ah muslim di suatu daerah di Indonesia. Menurutnya, terjadinya hal ini dikarenakan pengkultusan dan rendahnya akses pendidikan SDM secara merata di Indonesia.</p>
	<p>Selanjutnya, Husain memberikan tanggapannya tentang pertanyaan netizen “apakah kucing masuk surga?” dikarenakan Husain kerap kali membuat konten bersama dengan kucing. Lalu, ia menceritakan berdasarkan naskh al-Qur’an dan hadith.</p>
	<p>Pada konten disamping, Husain menstitch video salah satu influencer tentang kebingungannya ketika lupa raka’at pada saat sholat.</p>





Husain juga sesekali mengupload kegiatannya seperti trend 'a day in my life' yang seringkali diikuti oleh influencer TikTok lain, bedanya disini Husain membuat konten kegiatannya selama Ramadhan 1445H yang ia habiskan untuk menuntut ilmu di sebuah pondok pesantren.



Peduli isu sosial, karakteristik ini tersemat pada konten-kontennya di akun pertama @kadamsidik00. Terbukti dengan aksi 'speak up' Husain terhadap kasus bullying di pesantren yang mengakibatkan korban meninggal dunia.



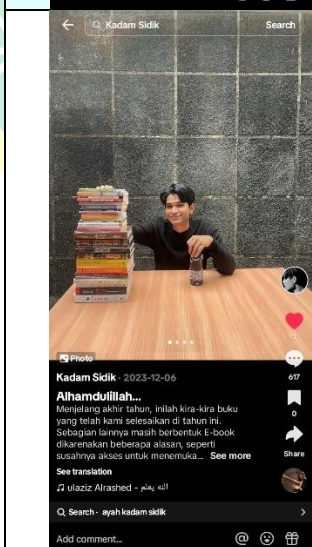
Pembahasan tentang Rafah, suatu wilayah di Palestina. Ia mengangkat isu ini sebagai bentuk kepeduliannya terhadap saudara sesama muslim disana. Sebagai influencer dakwah, ia merasa harus memberikan edukasi terhadap audiensnya sesama muslim di TikTok agar tidak melupakan derita saudara sesama muslimnya di Rafah, Palestina.



Seperti pengguna media sosial pada umumnya yang mengikuti trend, Husain membuat video Capcut dengan gaya peci tinggi khas Maduranya untuk menunjukkan kearifan lokal daerah asalnya. Inilah konten dengan karakteristik lucu yang dimaksud.

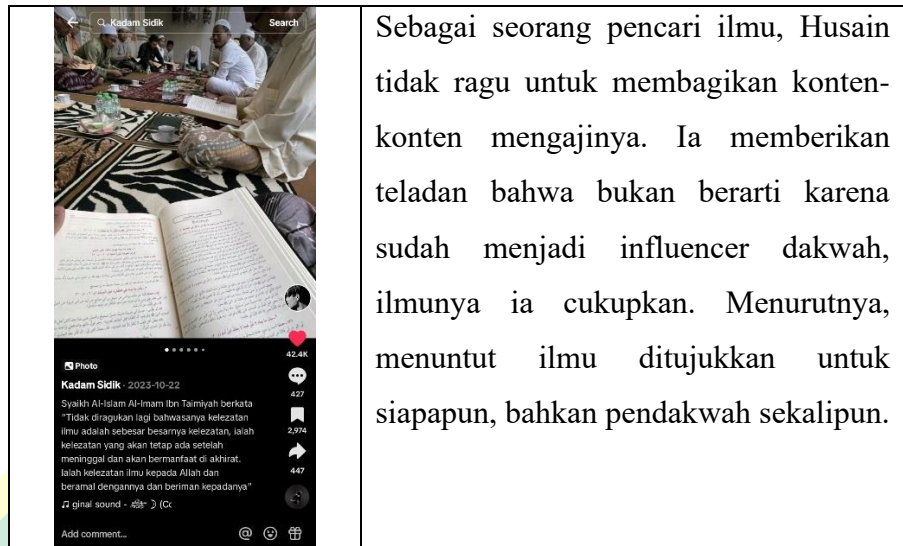


Konten disamping menunjukkan bahwa meskipun Husain Basyaiban merupakan seorang *influencer* dakwah, ia juga bisa berbaur dengan influencer TikTok yang lain. Tidak hanya itu, ia juga bisa menempatkan diri, gaya bicara dan gaya berbusananya ketika sedang bersama teman-teman *influencernya* yang lain.



Husain menyebutkan bahwa menunjukkan buku-buku yang telah ia baca merupakan bagian dari konsep diri. Dengan konten disamping, ia ingin diketahui oleh orang lain bahwa ia merupakan seorang kutu buku yang menyelesaikan setumpukan buku dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

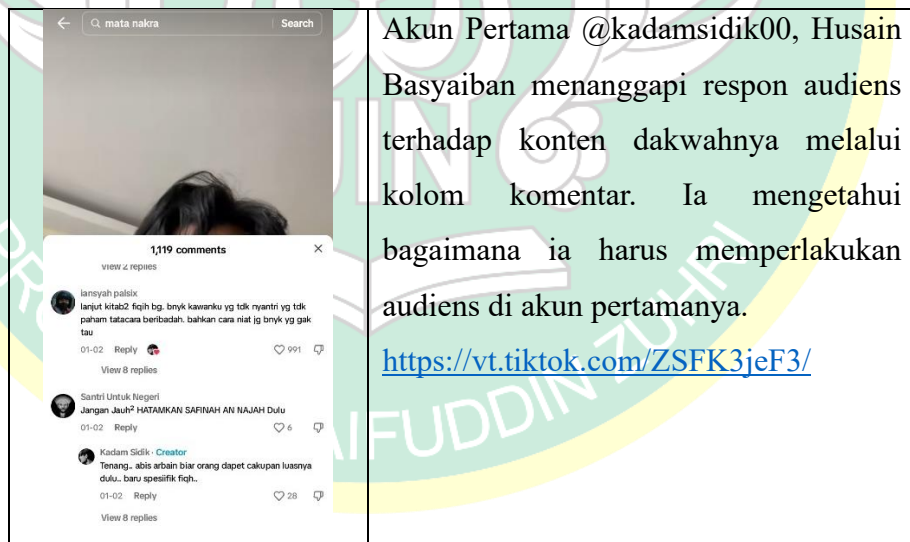
	<p>Konten disamping juga termasuk keterbukaan diri, ia mengungkapkan pemikirannya tentang isu sosial yang terjadi dan sedang marak diperbincangkan. Ia mengemas konten disamping dengan gaya anak muda dengan pemilihan bahasa yang terkesan menggiring opini.</p>
	<p>Pada 2023 kemarin, terdapat sebuah Band lokal yang merilis lagu barunya dan terdapat lirik yang mengarah kepada satanism. Sebagian anak muda menganggap hal tersebut merupakan wujud dari seni, sehingga pemaknaan dari liriknya berbeda. Namun, Husain tetap mengingatkan agar tidak terlalu larut akan kesenangan sesaat yang berasal dari lirik lagu tersebut.</p>
	<p>Konten disamping merupakan konten tutorial untuk menutup beberapa kata yang mengarah pada <i>sexual harrasment</i> di kolom komentar yang akan melewati tahap auto filter karena hal tersebut merupakan salah satu fitur tersedia di TikTok.</p>



Sebagai seorang pencari ilmu, Husain tidak ragu untuk membagikan konten-konten mengajinya. Ia memberikan teladan bahwa bukan berarti karena sudah menjadi influencer dakwah, ilmunya ia cukupkan. Menurutnya, menuntut ilmu ditunjukkan untuk siapapun, bahkan pendakwah sekalipun.

*Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Konten di Akun Pertama Husain Basyaiban @kadamsidik00*

Berikut dibawah ini merupakan contoh komunikasi interpersonal yang terjadi melalui kolom komentar pada akun pertama Husain Basyaiban @kadamsidik00;



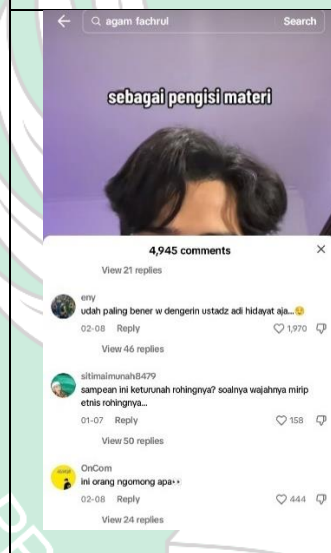
Akun Pertama @kadamsidik00, Husain Basyaiban menanggapi respon audiens terhadap konten dakwahnya melalui kolom komentar. Ia mengetahui bagaimana ia harus memperlakukan audiens di akun pertamanya.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3jeF3/>



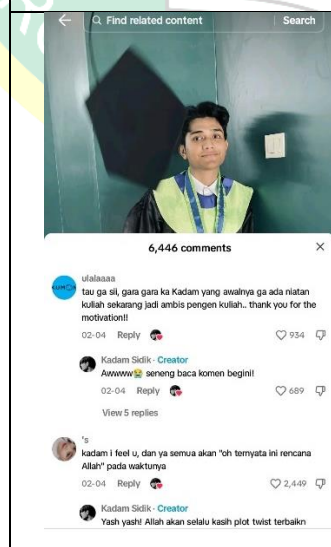
Tidak selalu serius, seperti itulah karakteristik akun pertama Husain Basyaiban @kadamsidik00. Ia menunjukkan ekspresi bahagiannya melalui salah satu konten yang menunjukkan gambaran ketika akun media sosialnya di follow oleh pemuka agama. Sehingga menimbulkan pandangan baru oleh audiensnya terhadap dirinya.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3rkhm/>



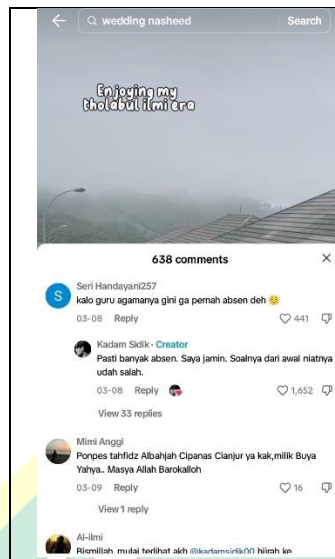
Husain menyampaikan pendapatnya ketika ia mengetahui banyaknya influencer dakwah yang mendapat kritikan secara langsung melalui TikTok. Ia melakukan hal demikian sebagai salah satu bentuk pengungkapan diri. Pada kolom komentar, audiens Husain Basyaiban turut menanggapi isi konten tersebut.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3kCUy/>



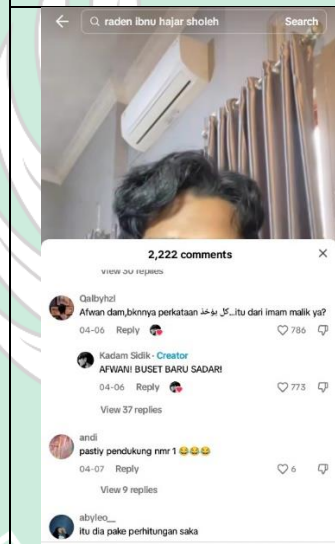
Diantara ketiga akunya, Husain Basyaiban memilih untuk memposting momen kelulusannya dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan menyandang gelar S.Ag. Hal ini merupakan salah satu bentuk pengungkapan "open area".

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3W4ns/>



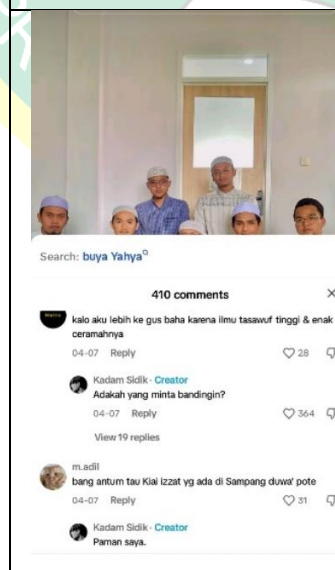
Husain Basyaiban memposting kesehariannya melalui akun pertamanya. Ia juga menanggapi salah satu komentar dengan nasihat.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK34dt9/>



Terlihat pada kolom komentar disamping, Husain Basyaiban terbuka terhadap kritikan sebagai *feedback* dari audiens dakwahnya. Pada konten disamping, Husain membahas mengenai hukum menikah bagi laki-laki.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3PDv2/>



Pada akun pertamanya, Husain juga tidak segan menunjukkan kedekatannya dengan ulama' dan tokoh-tokoh agama.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3WqKw/>



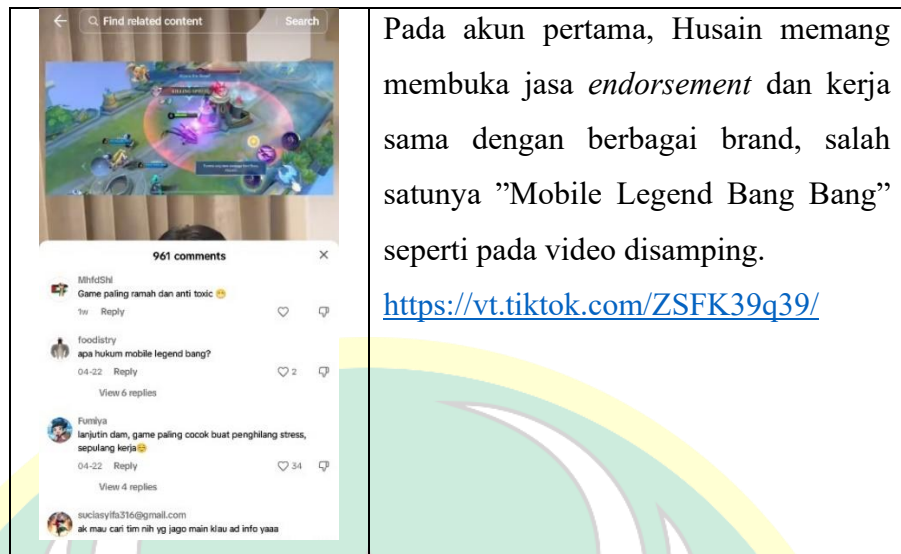
Tidak hanya itu, Husain juga menunjukkan bahwa ia turut meramaikan awal-awal kehadiran Facebook. Ternyata, hal ini menarik perhatian audiensnya di TikTok yang tidak menyangka akan gaya *'typing'* nya pada masa itu.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3VxUJ/>



Husain Basyaiban melalui konten disamping mampu menggiring opini mengenai adab seseorang ketika diceritakan sesuatu yang bersifat pribadi. Ia menyampaikan kekecewaannya kepada seseorang yang menceritakan cerita pribadi orang lain padahal seseorang tersebut mengetahui bahwa cerita tersebut bersifat sangat pribadi.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3sMGa/>




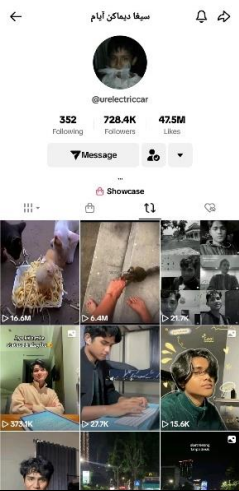

Tabel 4. Deskripsi komentar pada akun pertama @kadamsidik00

### B. Akun Kedua (*Second Account*)

Pada akun keduanya @urelectriccar, Husain menerapkan konten dakwah lucu. Akun ini merupakan akun alternya. Akun alter merupakan akun yang digunakan seseorang untuk mengungkap kepribadiannya yang lain, yang berbeda dengan kepribadian yang diketahui oleh orang kebanyakan. Pada konten yang ia posting di akun keduanya, Husain meninggalkan kegiatan dakwahnya yang biasa ia lakukan seperti di akun pertama dan ketiga. Meskipun sesekali Husain memposting ulang konten dakwah pada akun keduanya ini. Namun tidak ditemukan postingannya yang bernuansa dakwah di akunnya yang kedua ini. Berikut gambaran akun kedua Husain;



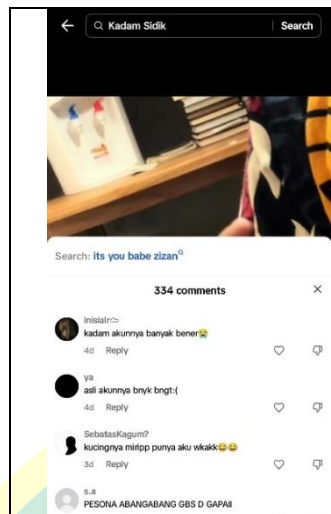
	<p>Akun kedua Husain seringkali berubah tampilan. Menurut pengamatan peneliti, postingannya di akun kedua bersifat sementara, sesekali muncul, sesekali hilang. Begitupun dengan username nya yang beraksara arab tersebut. Disamping merupakan dokumentasi akun kedua Husain Basyaiban pada 23 April 2024.</p>
	<p>Berikut disamping merupakan tampilan akun kedua Husain Basyaiban pada 30 April 2024. Ia terlihat mengikuti trend serta berusaha untuk menunjukkan bahwa meskipun dirinya merupakan seorang influencer dakwah, ia juga ingin memproyeksikan dirinya sebagaimana anak muda pada umumnya.</p>
	<p>Gaya berpakaian Husain Basyaiban seorang pendakwah muda di akun kedua menjadi salah satu bentuk keterbukaan diri melalui media sosial TikTok. Ia bebas tidak menggunakan peci, jubah dan pakaian bernuansa Islami, melainkan ia memilih <i>style</i> berpakaian seperti halnya anak muda seusianya.</p>

	<p>Husain Basyaiban menggunakan template CapCut, sebuah aplikasi edit video instant untuk bergabung dengan trend di TikTok. Tidak salah jika Husain Basyaiban menamai karakteristik <i>'funny only'</i> pada akun keduanya, artinya, akun keduanya digunakan untuk bersenang-senang mengekspresikan diri.</p>
	<p>Jika dilihat dari tampilan postingan ulang di akun keduanya ini, Husain memposting ulang konten yang dibuat oleh fanbase nya, serta konten yang ia buat di akun pertamanya. Di akun keduanya Husain dikenal pasif berdakwah.</p>
	<p>Seperti keinginannya, Husain ingin membranding akun keduanya dengan vibes lucu, yang tidak dimiliki di akun pertama dan ketiganya. Ia memposting ulang video-video random sebagai bentuk pengekspresian diri.</p>

Tabel 2. Deskripsi Karakteristik Konten di Akun Kedua Husain Basyaiban @urelectriccar

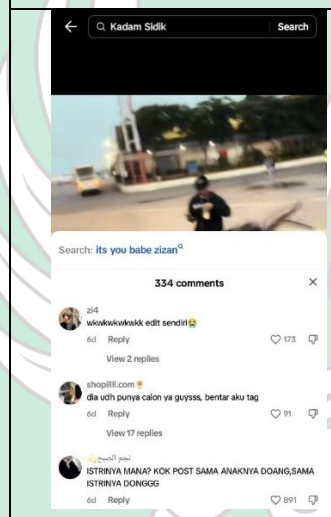
Berikut dibawah ini merupakan contoh komunikasi interpersonal yang terjadi melalui kolom komentar pada akun kedua Husain Basyaiban @urelectriccar.

	<p>Husain memposting foto terbaru dirinya di akun keduanya dan ternyata hal ini mendapatkan tanggapan dari audiensnya yang beberapa belum mengetahui bahwa ialah yang memiliki akun tersebut.</p> <p><a href="https://vt.tiktok.com/ZSFK3yrsH/">https://vt.tiktok.com/ZSFK3yrsH/</a></p>
	<p>Pada akun kedua ini, Husain sengaja memberikan karakteristik lucu dan menyenangkan. Hal ini bertujuan agar ia memiliki ruang untuk sejenak beralih dari kegiatan di TikTiknya yang sebagian besar bernuansa dakwah.</p> <p><a href="https://vt.tiktok.ZSFK3seBP/">https://vt.tiktok.ZSFK3seBP/</a></p>



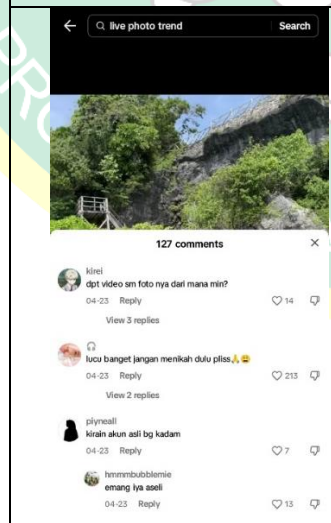
Husain juga turut mengikuti trend edit CapCut agar tidak tertinggal trend. Hal ini menimbulkan perasaan heran beberapa audiensnya yang menyebutkan bahwa Husain Basyaiban memiliki banyak sekali akun, karena video pada konten tersebut terkesan exclusive dan belum pernah diunggah pada media sosial manapun.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3CNs4/>



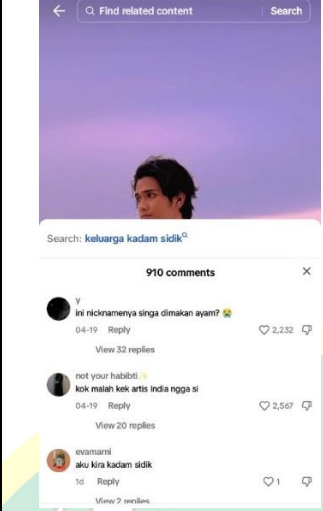
Menyoroti komentar lebih lanjut pada konten yang sama seperti diatas.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3CNs4/>



Salah satu komentar pada kontennya di akun kedua menanyakan “dapat foto dari mana”, mengira bahwa akun disamping bukanlah akun milik Husain Basyaiban juga.

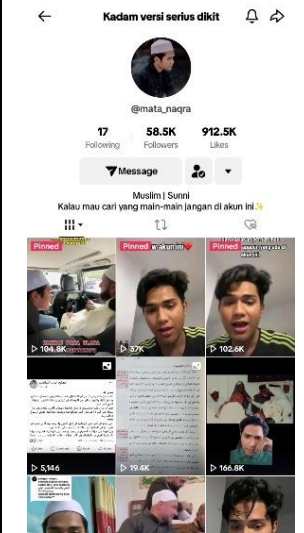
<https://vt.tiktok.com/ZSFK3fhJC/>

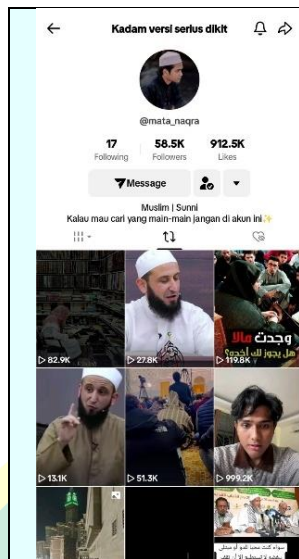
	<p>Username pada akun kedua Husain juga seringkali berubah, ini menimbulkan pertanyaan bagi audiensnya di TikTok.</p> <p><a href="https://vt.tiktok.com/ZSFK3Wjh5/">https://vt.tiktok.com/ZSFK3Wjh5/</a></p>
---	--

Tabel 5. Deskripsi komentar pada akun kedua @urelectriccar

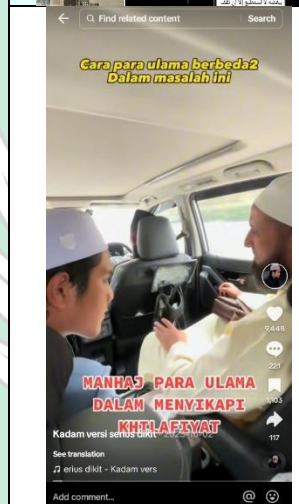
### C. Akun Ketiga (*Third Account*)

Berbeda dengan kedua akun Husain diatas, pada akun ketiga Husain menerapkan konten dakwah dengan nuansa serius. Bahkan ia menyematkan sebuah postingan yang pada intinya, akun ketiganya @mata\_naqra ini memang dikhususkan untuk mengaji.

	<p>Disamping merupakan tampilan akun ketiga Husain. Berbeda dengan kedua akun diatas, akun ini dikhususkan untuk keilmuannya. Ia bahkan memberikan peringatan melalui konten yang disematkan, bahwa konten yang tersedia pada akun ini dibuat untuk kalangan yang telah atau sedang belajar, bukan diperuntukkan kepada 'awam</p>
---	---



Begitupun dengan postingan ulang pada akun ketiganya ini yang secara keseluruhan bernuansa keilmuan, dakwah dan islami.



Salah satu konten yang disematkan adalah membahas mengenai pandangan para ulama dalam menyikapi modernitas atau khalafiyat. Hal ini menunjukkan bahwa, memang benar Husain Basyaiban menamai karakteristik 'serious only' pada akun ketiganya.



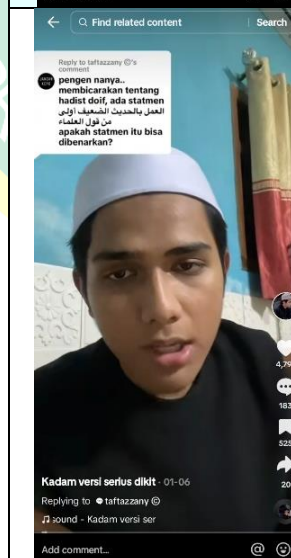
Selanjutnya, Husain dengan konten yang disematkan membuat sebuah disclaimer bahwa akun ini tidak ramah diikuti oleh 'awam karena pembahasannya belum diolah maupun ditransliterasi dengan bahasa yang mudah dipahami atau masih berbentuk naskah kitab dengan aksara arabnya.



Husain juga melanjutkan disclaimernya, bahwa ia tidak akan menerjemahkan apapun yang ada di akun ini. Itu artinya, Husain ingin memiliki wadah dimana dirinya mendapatkan relasi yang sama-sama memahami, sehingga ia tidak perlu menjelaskan.



Salah satu bukti bahwa Husain tidak ingin menerjemahkan apapun kontennya di akun ketiga @mata\_naqra.



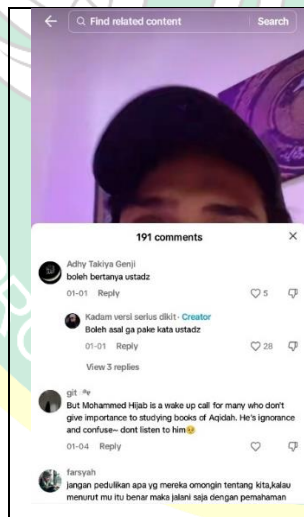
Meskipun begitu, Husain membuka diskusi tentang apa yang perlu di diskusikan. Hal ini merupakan salah satu bentuk dari komunikasi interpersonal. Tidak hanya di akun ketiga, Husain juga menyimak apa saja sebenarnya yang belum dipahami oleh audiensnya, sehingga ia merespon kolom komentar sebagai bentuk feedback yang terjadi melalui konten.



Di akun ketiganya, Husain jarang mengangkat isu sosial. Ia mengangkat materi yang sedikit lebih berbobot daripada materi-materi yang ada pada akun pertama, yang secara umum mengangkat isu sosial.

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Konten di Akun Ketiga Husain Basyaiban @mata\_naqra

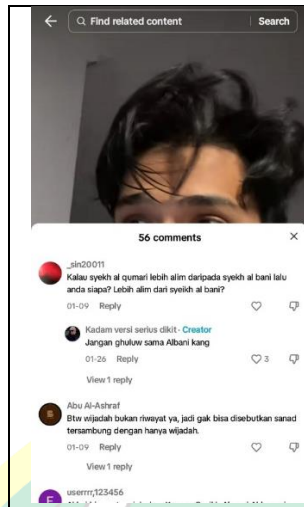
Usaha Husain atas hal ini dibuktikan dengan postingan ulangnya yang memang didominasi dengan postingan dari akun-akun keilmuan. Berikut dibawah ini merupakan kolom komentar pada akun ketiganya;



Pada akun yang ia buat khusus untuk berdakwah ini, ia terlihat aktif menanggapi respon audiens.

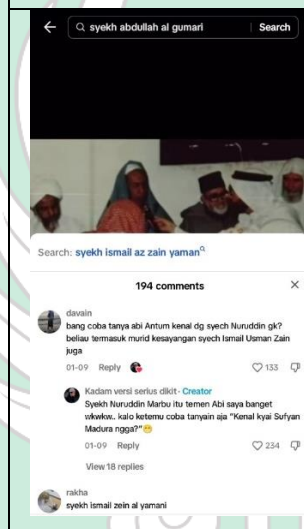
<https://vt.tiktok.com/ZSFK3g99q/>





Ia memberikan saran kepada audiensnya yang bertanya mengenai isi konten disamping yang membahas mengenai keilmuan.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3q7jp/>



Konten disamping merupakan konten yang menunjukkan kebahagiaan Husain Basyaiban yang menemukan salah satu foto terbaik menurutnya, karena dalam foto tersebut terlihat guru-gurunya sebagai tokoh agama berada dalam satu frame.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK37aMt/>



Husain terlihat tidak menanggapi komentar yang ada pada konten disamping. Hal ini dikarenakan konten disamping menggunakan Bahasa Arab yang cara memaknainya jarang diketahui oleh orang banyak kecuali yang mempelajarinya.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3mrkv/>



Pada komentar disamping, terdapat salah satu komentar yang menyebutkan bahwa Husain Basyaiban ini membuat satu akun berdasarkan urgensi.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3aaR7/>



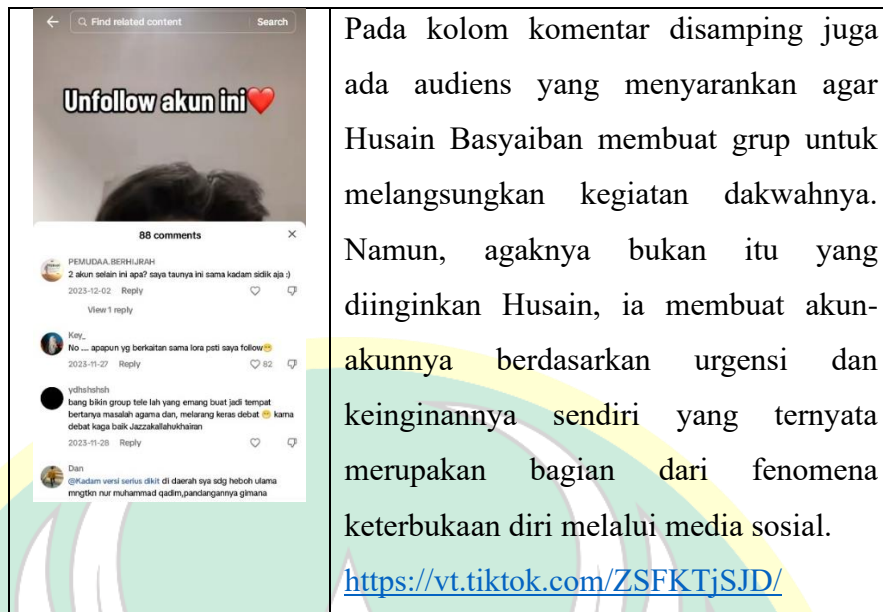
Selanjutnya, audiens lain juga menanyakan berapa jumlah pasti akun Husain Basyaiban.

<https://vt.tiktok.com/ZSFK3aaR7/>



Husain Basyaiban melalui konten disamping mendapatkan apresiasi bahwa konten-kontennya di akun tersebut memberikan manfaat bagi audiensnya.

<https://vt.tiktok.com/ZSFKTjSJD/>



Tabel 6. Deskripsi komentar pada akun ketiga @mata\_naqra

### 3. Wawancara Tertulis Husain Basyaiban

Data yang akan di analisis berasal dari wawancara tertulis dengan memanfaatkan Google Form. Peneliti memilih untuk melakukan wawancara tertulis dikarenakan subjek penelitian tidak memiliki kesediaan waktu untuk menjadwalkan wawancara baik langsung maupun melalui via Zoom. Namun, meskipun demikian, peneliti telah memastikan bahwa pengisi kuisisioner tersebut merupakan Husain Basyaiban itu sendiri. Hal ini dibuktikan dengan komunikasi peneliti dengan manager Husain Basyaiban via WhatsApp.

84

Siapa yang telah menjawab?

---

Email

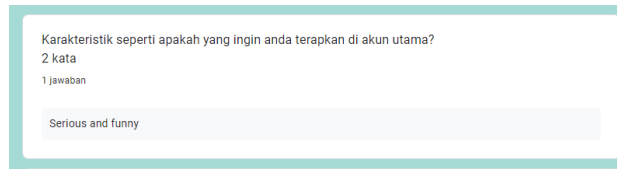
husain.basyaiban58@gmail.com

15. Husain mengisi email yang digunakan untuk mengisi kuisisioner

<sup>84</sup> Sumber: <https://forms.gle/XtSK5BcoZdfQmu9M8>

Berikut ini jawaban dari wawancara tertulis peneliti dengan Husain Basyaiban;

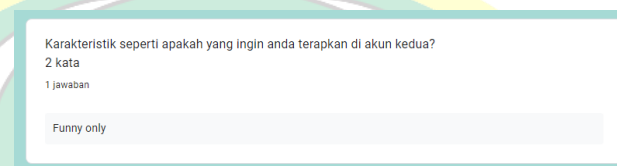
85



Karakteristik seperti apakah yang ingin anda terapkan di akun utama?  
2 kata  
1 jawaban  
Serious and funny

16. Jawaban Husain Basyaiban mengenai karakteristik di akun pertama

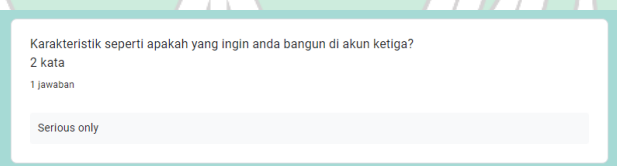
86



Karakteristik seperti apakah yang ingin anda terapkan di akun kedua?  
2 kata  
1 jawaban  
Funny only

17. Jawaban Husain Basyaiban mengenai karakteristik di akun kedua

87



Karakteristik seperti apakah yang ingin anda bangun di akun ketiga?  
2 kata  
1 jawaban  
Serious only

18. Jawaban Husain Basyaiban mengenai karakteristik di akun ketiga

Husain Basyaiban memiliki tiga akun TikTok. Hal ini tidak disadari oleh semua audiensnya, kecuali bagi mereka yang memperhatikan hal kecil seperti ini. Namun, meskipun ini menjadi hal kecil bagi kebanyakan audiensnya, keberadaan ketiga akun Husain Basyaiban menjadi manfaat tersendiri olehnya. Salah satu manfaatnya adalah sebagai bentuk keterbukaan diri serta identifikasi konten dan audiens yang menurutnya akan berpengaruh dalam proses dakwahnya di media sosial TikTok. Berikut dibawah ini merupakan ketiga akun TikTok yang diklarifikasi merupakan milik Husain Basyaiban:

<sup>85</sup> Sumber: <https://forms.gle/XtSK5BcoZdfQmu9M8>

<sup>86</sup>

<sup>87</sup> Sumber: <https://forms.gle/XtSK5BcoZdfQmu9M8>

88

Jika pernyataan diatas benar, ketik "YES". Terimakasih telah membantu penelitian.  
Jika tidak benar, bisakah anda menuliskan username akun 1, 2, 3 sebenarnya di kolom jawaban?  
1 jawaban

@basyasman00 @urelectriccar @mata\_naqra

19. Jawaban Husain Basyaiban mengenai ketiga akun melalui Google Form

Husain Basyaiban membatasi *open area* dengan *hidden area*. Memang ia merupakan seorang public figure, namun bukan berarti ia kehilangan privasinya. Beberapa hal yang termasuk *hidden area* menurut Husain Basyaiban diantaranya; jumlah harta, lokasi rumah, rencana besar masa depan, masalah pribadi dan dokumen pribadi. Ia tidak pernah membahas kelima hal ini di konten-kontennya, karena menurutnya, hal tersebut sebaiknya tidak diketahui oleh publik.

89

Berdasarkan dengan fenomena yang diangkat pada penelitian. Melalui akun-akun anda di media sosial khususnya TikTok, hanya ada 2 area yang anda bisa kendalikan;  
1. **Hidden area (hal yang sebaiknya disembunyikan di media sosial)**  
2. **Open area (hal yang layak diunggah di media sosial)**  
Open area akan dibatasi oleh hidden area. Maka dari itu sebutkan minimal 5 hal (hidden area) menurut anda?  
1 jawaban

Jumlah harta, lokasi rumah, rencana besar masa depan, masalah pribadi, dan dokumen pribadi.

20. Jawaban Husain Basyaiban mengenai hidden area

Begitupun dengan *open area*, ia menyebutkan bahwa buku yang sudah dibaca, respon terhadap fenomena-fenomena terkini, hari bahagia seperti pernikahan, belasungkawa atas kematian seseorang dan berita gembira atas pencapaian seseorang merupakan bentuk dari keterbukaan diri dan berekspresi di media sosial.

90

Melanjutkan pertanyaan diatas, sebutkan minimal 5 hal (open area) yang layak menjadi konsumsi publik, khususnya di TikTok?  
1 jawaban

Apa saja buku yang sudah dibaca, respon terhadap fenomena-fenomena terkini, hari bahagia seperti pernikahan, belasungkawa atas kematian seseorang, dan berita gembira atas pencapaian seseorang.

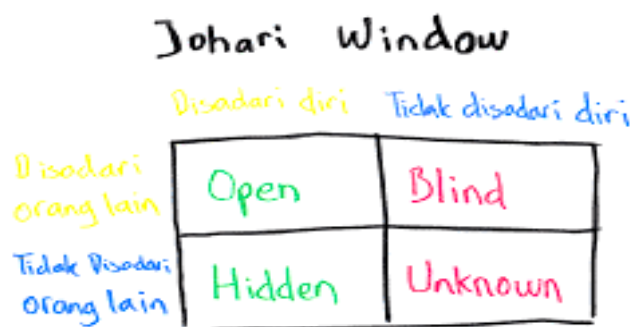
21. Jawaban Husain Basyaiban mengenai open area

<sup>88</sup> Sumber: <https://forms.gle/XtSK5BcoZdfQmu9M8>

<sup>89</sup> Sumber: <https://forms.gle/XtSK5BcoZdfQmu9M8>

<sup>90</sup> Sumber: <https://forms.gle/XtSK5BcoZdfQmu9M8>

Jika dilihat dari keempat sisi konsep teori self disclosure seperti dibawah ini, merupakan tepat jika Husain hanya mengetahui dua area dan mengabaikan dua area lain karena Husain tidak bisa mengendalikan pandangan orang lain terhadap dirinya. Berikut gambaran keempat area pada konsep *self disclosure* oleh Johari Window:



22. Konsep Teori Self Disclosure menurut Johari Window

Tersisa dua area yakni *blind area* dan *unknown area*. Kedua area tersebut berpengaruh terhadap kelangsungan proses komunikasi. Terlebih dalam berdakwah, pengaruh *unknown area* menjadi hambatan antara da'i dan mad'u, karena terdapat kegagalan informasi yang dipahami.

91

Dikenal sebagai Influencer dakwah, apa sajakah hambatan dan kendala yang kerap kali anda temui dalam berinteraksi dengan mad'u (audiens dakwah) di media sosial?

1 jawaban

1. Sering disalah pahami dari tujuan awal.
2. Sering tersulut emosi bila ditanggapi aneh-aneh.
3. Dalam banyak momen, mereka lebih suka mengurus kehidupan pribadi yang sedari awal sudah saya sembunyikan.
4. Bucin akut.
5. Dll.

22. Jawaban Husain Basyaiban mengenai ketiga hambatan dalam berdakwah di media sosial

<sup>91</sup> Sumber: <https://forms.gle/XtSK5BcoZdfQmu9M8>

## **B. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **1. Komunikasi Termediasi Komputer: Jejak Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial**

Husain Basyaiban dalam memulai dakwahnya di Internet bermula ketika ia terinspirasi dari seorang Selebgram dakwah asal Arab. Ia mendapati konten-konten dakwah milik Selebgram tersebut mendapatkan *engagement* tinggi di negara yang menurutnya memiliki banyak konten agama selaku salah satu negara sebagai pusat peradaban umat Islam. Melalui selebgram tersebut, Husain mendapatkan inspirasi dan termotivasi untuk memanfaatkan *platform* media sosialnya untuk kegiatan berdakwah. Berikut dibawah ini merupakan cara kerja teori komunikasi termediasi komputer yang Husain Basyaiban terapkan selama ia memulai jenjang dakwahnya di media sosial.

Platform media sosial yang Husain gunakan sebagai pijakan media dakwah diantaranya; WhatsApp, Instagram dan TikTok. Pada awalnya konten yang diunggahnya adalah konten yang berisi kesenangannya, seperti; beatbox, parodi komedi dan sebagainya. Alasan Husain tidak langsung menyematkan konten dakwah di platform media sosialnya adalah karena ia belum merasa pantas untuk mengunggahnya. Ketika ia mengunggah sedikit demi sedikit konten dakwah, ia memilih untuk menggunakan fitur story di WhatsApp dan diperuntukkan bagi siapa saja yang ia perkenalkan untuk melihat konten dakwahnya. Melalui WhatsApp, ia mendapat respon yang cukup baik, bahkan ia mendapat saran dari kerabatnya untuk mulai berdakwah di media sosial yang memiliki jangkauan lebih luas dalam hal ini yang dimaksudkan adalah Instagram, karena kerabatnya mengetahui ada Selebgram dakwah asal Arab yang sukses menjalankan misi dakwahnya melalui Instagram. Akhirnya, Husain termotivasi dan mencoba untuk memulai dakwahnya di Instagram.

Tahun 2016 Husain memulai dakwahnya di Instagram, meskipun ia mulai aktif ber-instagram sejak 2015 silam dengan nama

panggung Basyasman<sup>92</sup>. Sama seperti di WhatsApp, konten dakwahnya di Instagram juga mendapatkan respon yang sama baiknya. Bukan hanya itu, Husain juga mendapatkan dukungan melalui kolom komentar pada konten-kontennya. Hal inilah yang membuat Husain semakin semangat membuat konten dakwah. Namun, ditengah semangat Husain yang sedang naik-naiknya, ia kalah mengikuti *challenge* yang ia sendiri tawarkan kepada teman-temannya<sup>93</sup>. Kesepakatan dari *challenge* tersebut adalah tidak menggunakan Instagram selama satu bulan, dan Husain kalah dari *challenge* yang ia buat sendiri.

Selama ia hiatus<sup>94</sup> dari Instagram, ia merasa bingung dimanakah ia akan mengupload video dakwahnya, padahal ia memiliki *draft* video dakwah di galeri *handphonenya*. Sebelum akhirnya ia berpikir untuk menggunakan *platform* TikTok. Keputusannya untuk berkonten dakwah di *platform* TikTok juga melewati banyak sekali pertimbangan. Hal ini karena TikTok pada masa itu merupakan *platform* yang terkesan negatif, dilihat dari kebiasaan penggunaanya yang mengupload konten-konten tidak bermutu menurutnya.

Hingga tibalah pada tahun 2020, Husain Basyaiban memulai jejak dakwahnya di *platform* TikTok. Husain Basyaiban dengan nama panggung yang masih sama seperti di Instagram @basyasman merupakan pendakwah muda pertama yang berdakwah di media sosial TikTok. Aksinya kian menarik perhatian karena ia menampilkan konten yang berbeda dengan pengguna TikTok kebanyakan. Bagaimana tidak, *Content Creator* di TikTok pada umumnya yang memiliki *previllege* ribuan hingga jutaan pengikut dan engagement tinggi yang diperoleh sebatas memanfaatkan platform TikTok sebagai fungsi *entertaint* yang

<sup>92</sup> Sumber: Channel YouTube pribadi Husain Basyaiban @kadamsidik [https://youtu.be/XV4uiCN9sRY?si=Qjtb6mD\\_9jonw-sK](https://youtu.be/XV4uiCN9sRY?si=Qjtb6mD_9jonw-sK) 6:00

<sup>93</sup> Sumber: Podcast Episode Husain Basyaiban pada Channel YouTube Zaenab Zuraidah <https://youtu.be/wmrpRQeF7jw?si=4UxIP6K6KkASewTH>

<sup>94</sup> Istilah berhenti sejenak dalam ber-media sosial dikarenakan hal tertentu <https://www.bola.com/ragam/read/5408003/arti-hiatus-beserta-perbedaannya-dengan-vakum#:~:text=Penggunaan%20Istilah%20Hiatus&text=Istilah%20hiatus%20juga%20merujuk%20kepada,ingin%20fokus%20belajar%20untuk%20ujian>.



bersifat menghibur. Hal ini diakui oleh peneliti karena pada awal kemunculannya, TikTok memang menjadi wadah hiburan seperti maraknya video *dance*, *dance challenge* dan berbagai jenis konten lain yang bersifat menghibur.

Berangkat dari hal tersebut, menjadikan Husain Basyaiban awalnya berpikir dua kali sebelum memutuskan untuk meng-upload konten dakwahnya. Sehingga akhirnya ia mulai meng-upload delapan konten dakwah pada satu hari sekaligus, tentunya dengan menyertakan hashtag dakwah, Islami, muslim, dan semacamnya agar memudahkan algoritma TikTok. Ternyata, hashtag-hashtag tersebut masih sepi, ungkapnya pada setiap kali ia diberi kesempatan untuk menceritakan awal mula jenjang dakwahnya di TikTok.

Konten-konten dakwahnya yang ia upload sekaligus dalam satu hari itu berhasil menyita perhatian pengguna. Bahkan ia dengan mudahnya mendapatkan ribuan followers dalam satu hari. Perhatian pengguna menjadi bahan bakar semangat Husain dalam melancarkan aksi dakwahnya di media sosial TikTok. Tidak sedikit juga dari audiensnya di TikTok menyampaikan pertanyaan-pertanyaan yang akan menghasilkan ilmu baru bagi dirinya dan siapapun yang menyaksikan kontennya. Bukan hanya pertanyaan, Husain juga tidak jarang menemukan beberapa diskusi terkait materi dakwahnya yang membuatnya harus meluruskan dan menyampaikan kebenaran untuk memberi pemahaman yang lebih jelas.

Selain itu, ada faktor lain yang menurut peneliti menjadikan kemunculan Husain Basyaiban menyita perhatian pengguna TikTok, yakni dikarenakan ia muncul pada 2020, dimana pada saat itu COVID-19 sedang mewabah dan mengharuskan siapapun untuk tidak keluar rumah, bahkan pemerintah mengeluarkan kebijakan baru yang disebut dengan *Lockdown*<sup>95</sup> selama kurun waktu yang cukup lama karena tidak

---

<sup>95</sup> Kebijakan pemerintah pada kondisi darurat tertentu, dalam hal ini dikarenakan wabah COVID-19 <https://sdip.dpr.go.id/search/detail/category/Info%20Singkat/id/1050>

diketahui kapan pastinya wabah COVID-19 berhenti melanda di Indonesia khususnya. Seluruh aktivitas masyarakat dialihkan menjadi online dengan tujuan agar masyarakat bisa tetap menjalankan aktivitasnya dari jarak jauh tanpa harus keluar rumah. Bisa dibayangkan betapa bosannya masyarakat pada saat itu. *Work From Home, School From Home* dan aktivitas apapun dilakukan dirumah. Sehingga, siapapun akan merasa jenuh dengan hal tersebut. Kesehariannya dihabiskan bersama dengan internet, sehingga penggunaan internet menjadi kebutuhan baru bagi masyarakat, era ini disebut sebagai *New Normal*<sup>96</sup>.

Karena keseharian masyarakat pada saat itu dilakukan melalui internet, maka apapun konten yang dilihat di internet juga akan menjadi konsumsi sehari-hari. Akses konten bisa dilakukan di berbagai platform media sosial khususnya TikTok. Husain Basyaiban menyajikan konten yang bersifat edukatif, bernuansa dakwah Islami dan bermanfaat. Penjelasan dakwahnya juga dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, tidak menggurui akan tetapi bisa diterima oleh audiensnya. Husain memahami betul bahwa tidak semua audiensnya memiliki pemahaman agama yang baik, tidak sedikit juga dari audiensnya yang masih awam kemudian tertarik untuk menyimak konten-kontennya. Permasalahan yang menjadi materi oleh Husain juga bukan permasalahan dengan bobot berat, akan tetapi permasalahan kontemporer yang dihadapi oleh audiensnya.

Husain Basyaiban pada 1 Maret 2023 melalui Channel YouTube pribadinya<sup>97</sup> mengumumkan perubahan nama panggungnya yang semula @Basyasman menjadi @kadamsidik. Ia menyebutkan bahwa perubahan nama tersebut bertujuan agar ia dikenal menjadi lebih baik, menyajikan konten dakwah dengan lebih rapi dan terstruktur.

---

<sup>96</sup> Kelaziman baru bagi masyarakat dengan skala besar <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-sidempuan/baca-artikel/13169/New-Normal-di-Tengah-Pandemi-Covid-19.html>

<sup>97</sup> <https://www.youtube.com/@kadamsidik>

Lagipula, nama Kadam Sidik memiliki makna tersendiri dan diambil dari QS. Yunus: 2 yang berbunyi;

صِدْقٍ أَكَّانَ لِلنَّاسِ عَجَبًا أَنْ أَوْحَيْنَا إِلَى رَجُلٍ مِّنْهُمْ أَنْ أَنْذِرِ النَّاسَ وَبَشِّرِ الَّذِينَ آمَنُوا أَنَّ لَهُمْ قَدَمٌ  
عِندَ رَبِّهِمْ ۗ قَالَ الْكٰفِرُونَ إِنَّ هٰذَا لَسِحْرٌ مُّبِينٌ

Artinya; Pantaskah manusia menjadi heran bahwa Kami memberi wahyu kepada seorang laki-laki di antara mereka, “Berilah peringatan kepada manusia dan gembirakanlah orang-orang beriman bahwa mereka mempunyai kedudukan yang tinggi di sisi Tuhan.” Orang-orang kafir berkata, “Orang ini (Muhammad) benar-benar pesihir.”<sup>98</sup>

Husain mengganti nama panggungnya bukan tanpa alasan, karena kadam sidik berasal dari bahasa arab قَدَمٌ yang artinya memajukan, berproses, maju, berkembang, meningkatkan, mendahului, mengepalai, mengawali<sup>99</sup>. Sedangkan kata صِدْقٍ memiliki arti kebenaran, kebetulan, keadaan yang sebenarnya, keabsahan, ketulusan, kejujuran<sup>100</sup>. Artinya, nama صِدْقٍ قَدَمٌ memiliki arti seseorang yang mengawali kebenaran. Sesuai dengan asal-usulnya, Husain menjadi content creator dakwah pertama di TikTok Indonesia. Hingga saat ini, Husain memiliki 6.1 juta followers di TikTok dan memperoleh like sebanyak 355.7 juta.<sup>101</sup>

<sup>98</sup> Sumber: <https://www.merdeka.com/quran/yunus/ayat-2> diakses 20 April 2024, 11:52 WIB.

<sup>99</sup> Sumber: <https://www.almaany.com/id/dict/ar-id> Kamus Arab-Indonesia Almaany

<sup>100</sup> Sumber: Kamus Arab-Indonesia Almaany

<sup>101</sup> Sumber: Profil akun TikTok @kadamsidik00 pada April 2024

## 2. *Self Disclosure*: Penggunaan Tiga Akun oleh Husain Basyaiban sebagai Upaya Komunikasi Interpersonal di TikTok

Untuk mengetahui pentingnya peranan *self disclosure* terhadap komunikasi interpersonal pada konten Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok, peneliti perlu mengesampingkan *blind area* dan *unknown area*. Oleh karenanya, agar tidak terjadi penumpukkan jenis konten pada satu tempat yang akan menimbulkan kesan tidak rapi dan konsisten, Husain Basyaiban membuat akun lain untuk memenuhi tujuannya. Ia tidak merasa keberatan untuk menghandle ketiga akunnya, karena ini merupakan bentuk solusi atas hambatan-hambatan yang mengiringi aktivitas dakwahnya di media sosial TikTok.

Hal ini dikarenakan ia telah dikenal oleh kalangan pengguna media sosial TikTok sebagai seorang influencer dakwah, sehingga ia memerlukan “tempat lain” berupa “akun kedua” agar ia bisa dengan bebas menunjukkan karakternya yang tidak ingin ia perlihatkan melalui akun utamanya.

Seperti halnya di akun pertama (*Main account*), Husain Basyaiban dengan nama akunnya @kadamsidik00 menunjukkan karakter serius dan lucu dalam berdakwah, hal ini dilakukan agar ia saling memberi dan mendapatkan feedback antar audiens melalui konten-kontennya di akun pertama tersebut, sehingga akun pertamanya mendapatkan *engagement* tinggi. Sementara itu, pada akun kedua (*second account*) @urelectriccar, Husain Basyaiban menunjukkan karakter lucu, makna lucu disini berarti *just for fun*. Selain itu Husain Basyaiban melalui akun keduanya terkesan tidak konsisten mempertahankan postingannya, terbukti bahwa ia seringkali *mentake-down* postingannya dan menggantinya dengan postingan yang lebih baru.

Adapun pada akun ketiganya (*third account*), Husain Basyaiban menerapkan karakter seriusnya dalam berdakwah. Ia bermaksud untuk menyediakan setidaknya satu wadah dimana ia bisa berdiskusi dengan audiensnya, bahkan dia telah memberikan *disclaimer* pada postingan yang disematkan pada akun @mata\_naqra, bahwa konten-kontennya yang ada pada akun ketiganya ini berisi materi ngaji dan ditunjukkan hanya kepada audiensnya yang memiliki pemahaman akan materi tersebut, baik itu pernah atau sedang mempelajari.

Selanjutnya, Husain Basyaiban memiliki tiga akun TikTok yang dibuat dengan tujuan atau karakteristik berbeda. Hal ini ia terapkan karena ia telah memahami sasaran atau audiens dakwahnya. Secara garis besar, Ia juga telah memahami di akun mana ia sebaiknya menggunakan karakternya dan ditunjukkan kepada siapa karakter tersebut. Ia tidak bisa menyatukan banyak karakter yang ada pada dirinya melalui satu akun saja, karena hal tersebut akan menciptakan kesan tidak konsisten.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari platform media sosial TikTok, Jumlah followers pada ketiga akun Husain Basyaiban dinilai cukup fantastis, meski memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Berikut dibawah ini peneliti uraikan spesifikasi ketiga akun Husain Basyaiban pada media sosial TikTok:

<b>Nama Akun</b>	<b>Followers</b>	<b>Likes</b>	<b>Folowing</b>
@kadamsidik00	6.1 juta	359.2 juta	119
@urelectriccar	721.2 ribu	47.7 juta	347
@mata_naqra	58.8 ribu	914.7 ribu	16

Selain itu, Husain sebagai individu yang menurut Johari Window memiliki empat kuadran diantaranya; *open area*, *blind area*, *hidden area* dan *unknown area*, hanya mampu mengendalikan setidaknya dua kuadran, yakni, *hidden area* (area tersembunyi) dan

*open area* (area terbuka). Ia banyak mengungkapkan dirinya sebagai seorang pendakwah yang turut serta menyeimbangkan karakter yang ada pada dirinya dengan audiensya, ia menerapkan dakwah dengan gaya santai, karena ia memahami audiens di akun pertamanya. Hal ini membuka adanya peluang komunikasi interpersonal, baik antar-audiens maupun dirinya dengan audiens, karena dengan adanya ia memberikan tanggapan baik berupa video maupun balasan (teks) melalui feedback yang ia dapat melalui komentar audiens pada kontennya, telah menunjukkan adanya fenomena praktis dari teori komunikasi termediasi komputer (*CMC*).

Justru sebaliknya, pada akun keduanya @urelectriccar, Husain Basyaiban seperti enggan membuat konten bernuansa dakwah. Karena pada akun keduanya, ia cenderung menjadi diri Husain dengan karakter dan jiwa mudanya seperti halnya anak-anak seusianya pada umumnya. Ia memposting pencapaian materiil yang ia sembunyikan dari akun pertama dan ketiganya. Pada akun keduanya, Husain dinilai memiliki daya tarik tersendiri, karena ia memproyeksikan dirinya pada akun keduanya sebagai bukan pendakwah, melainkan sebagai anak muda biasa pengguna platform media sosial TikTok. Fenomena ini berhasil mengimplementasikan teori keterbukaan diri oleh Johari Window.

### **3. TikTok sebagai Media Komunikasi Menjadi Sarana Pengungkapan Diri Husain Basyaiban di Media Sosial**

Proses Komunikasi Interpersonal Husain Basyaiban dengan konten dakwahnya di Media sosial bukan berarti berjalan tanpa hambatan. Hambatan yang dihadapi oleh Husain Basyaiban melalui ketiga akunnya tersebut juga merupakan bentuk dari komunikasi interpersonal bersama audiens-audiensnya. Tak jarang, Husain memberikan tanggapan

- audiens kerap kali salah paham dengan tujuan awal suatu konten, kemudian ia juga merasa bahwa rasa mudah tersinggungnya apabila mendapat tanggapan aneh juga termasuk hambatan dalam berdakwah.
- Adapun Ketika audiens justru merespon konten dakwah Husain Basyaiban dengan menyangkutpautkan antara isi konten dan kehidupan pribadinya, padahal dari awal ia telah menyembunyikan sesuai dengan prinsipnya terkait dengan hidden area.
- Hambatan selanjutnya adalah ia merasa terganggu dengan respon audiensnya yang terlampau mengidolakannya secara fanatik, misalnya apabila ia melihat komentar yang tidak semestinya.

Melalui jawaban Husain Basyaiban pada sesi wawancara tertulis, ia mengungkapkan area terbuka (*open area*) dan area tertutupnya (*hidden area*). Ia membuka dan membatasi informasi yang ada pada dirinya agar dakwahnya sebagai pesan dalam komunikasi interpersonal melalui platform TikTok tidak menimbulkan kontroversi yang tidak semestinya. Ketika Husain Basyaiban sebagai seorang pendakwah menampilkan beberapa karakter yang ada pada dirinya melalui satu akun saja, audiens akan kesulitan mencerna bagaimana pola komunikasi Husain itu sendiri. Selain itu, Husain Basyaiban telah memahami apa saja hambatan yang ia alami ketika menghadapi audiens dakwahnya di TikTok.

Hambatan-hambatan tersebut sekaligus menjadi proses terjadinya komunikasi interpersonal melalui TikTok, sebagai perantara komunikasi termediasi komputer (*CMC Theory*). Hambatan-hambatan tersebut juga melatarbelakangi Husain untuk membuat akun-akun lain (*second account*) selain akun utama (*main account*) sebagai akun alternatif agar ia bisa dengan bebas

mengomunikasikan karakternya yang lain, yang tidak ia tunjukkan pada akun utamanya. Dengan demikian, ia tidak kehilangan konsistensi citra diri sebagai influencer dakwah muda yang dalam gaya berdakwahnya menggunakan konten serius dan lucu, pada akun utamanya.

Berdasarkan klasifikasi akun Husain Basyaiban yang banyaknya mencapai tiga akun tersebut, menunjukkan bahwa ia memperhatikan siapa audiensnya, dan jenis konten apa yang ia bagikan kepada audiensnya. Melalui ketiga akunnya, Husain Basyaiban telah membuktikan kinerja dua teori yang bekerja dalam satu waktu sekaligus, teori tersebut diantaranya;

- Teori Keterbukaan diri (*Self Disclosure*) Johari Window
- Teori *Computer Mediated Communication* (CMC)

Artinya, Husain memahami bahwa dalam berdakwah, seorang da'i harus memahami audiens sebagai mad'unya. Hal ini bertujuan agar dakwah bisa dipahami oleh yang mad'unya. Namun, Husain juga seorang manusia, ia tidak bisa terus menerus menjadi da'i. Apalagi dilihat dari usianya dan lingkungannya. Ia seperti manusia dan pengguna media sosial pada umumnya yang membutuhkan ruang untuk hiburan. Husain Basyaiban tidak ingin menjadikan hiburan sebagai alasan untuk memberikan contoh yang tidak semestinya, karena tidak semua orang bisa merasa terhibur dengan hal yang membuat ia merasa terhibur.

Melalui ketiga akunnya, Husain Basyaiban hanya menggunakan akun ketiga @mata\_naqra sebagai sarana ia berdakwah secara sepenuhnya. Hal ini bisa diketahui dari sub bab sebelumnya terkait dengan akun ketiganya. Husain Basyaiban mengungkapkan alasannya adalah karena ia ingin memberikan ruang untuk siapapun yang telah dan sedang mengkaji materinya, sehingga diskusi yang terbangun dari konten-kontennya di akun ketiga



@mata\_naqra menjadi diskusi yang berbobot dan mengesampingkan kepribadian Husain Basyaiban yang lain seperti; senang membuat lelucon, menanggapi komentar ‘awam netizen hingga menerima kerja sama *endorse* sebagaimana *influencer* pada umumnya.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada penelitian kali ini yang berjudul *Self-Disclosure di Media Sosial (Studi Fenomenologi Ketiga Akun TikTok Husain Basyaiban)*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Husain Basyaiban selaku *content creator* dan influencer dakwah pada platform TikTok telah memahami konsep keterbukaan diri untuk menerapkan komunikasi interpersonal pada akunnya terhadap audiens-audiensnya. Husain memahami bahwa ada beberapa karakter yang ada pada dirinya, yang tidak dapat ia ungkapkan melalui satu akun saja. Ia membutuhkan adanya “tempat lain” agar ia bisa mengkomunikasikan keterbukaan dirinya di media sosial khususnya TikTok. Sebagai bentuk pengungkapan dirinya, ia membuat beberapa konten di masing-masing akunnya, dengan karakteristik yang berbeda. Karakteristik pada akun pertama; serius dan lucu, sedangkan karakteristik pada akun kedua; lucu, Adapun karakteristik pada akun ketiga; serius. Hal ini dikarenakan ia menerapkan konsep keterbukaan diri di media sosial TikTok melalui tiga akunnya, sehingga dengan demikian Husain mampu meningkatkan *engagement* pada akunnya.

### B. Saran

Masukkan untuk para da'i millennial sebagai influencer dakwah agar menentukan strategi dakwahnya semenarik mungkin juga memperhatikan konten sesuai dengan target audiens. Seperti yang diterapkan oleh Husain Basyaiban yang berdakwah melalui media sosial TikTok. Husain menggunakan ketiga akunnya bukan karena ia tidak memiliki pendirian, namun justru dengan ia menggunakan tiga akun, membuktikan bahwa ia memiliki prinsip untuk menentukan tujuan di masing-masing akunnya. Dan untuk pembaca, Akun TikTok Husain Basyaiban berisi konten-konten yang ringan, sesuai dengan problematika kontemporer dan cocok untuk disimak baik oleh muslim maupun ‘awam.

### C. Penutup

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kesempatan dan kemudahan-Nya untuk saya selaku peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga memungkinkan adanya kekurangan dalam penulisan dan kesalahan dalam menganalisis data. Oleh karena itu, perlu adanya saran dan kritik untuk skripsi ini, agar menjadi evaluasi bagi peneliti untuk kedepannya. Harapan peneliti mengenai skripsi ini, semoga dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya serta bermanfaat untuk pembaca.



## G. DAFTAR PUSTAKA

- Tongkotow L., Fonny J Waani., Jouke J Lasut., Peran Media Sosial dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*. Volume 2, No.1. (FISIPOL-Unsrat, 2022).
- Dewi R., A, Janitra, Preciosa., Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 8, No.3. (Sumedang, Universitas Padjajaran, 2018).
- Prihantoro, E., Damintana Karin P, I., Ohorella, Noviawan R., Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 18, No.3. (Depok, Universitas Gunadarma, 2020).
- Muhammad Y, Amri., Luqman, Y., Hashfi N., Memahami Fenomena Komunikasi Hyperpersonal di Instagram: Studi Penggunaan Second Account oleh Pengguna Instagram. *Artikel Universitas Diponegoro*.
- Budiani Altashya, N., Fauzi F., Bantar Genia, Y., Vioga M., Gambaran Self Disclosure Pengguna Second Account Instagram (Studi Fenomenologi Self Disclosure Pengguna Second Account Instagram pada Dewasa Awal). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Volume 7, No.2, tahun 2023.
- Pangestuti, Ratri., Fenomena Second Account Instagram di Kalangan Mahasiswa (Studi Komunikasi Hiperpersonal pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung). *Skripsi*. (Lampung, Universitas Bandar Lampung, 2022).
- Utami Cintya, T., Yuningsih, A., Hubungan antara Komunikasi Antarpribadi Bermedia Internet dengan Keterbukaan Diri. *Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat*, Volume 6, No.1, tahun 2020.
- Affandi M., Setiadi T., Self Disclosure Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Atsar Unisa*, Volume 1, No.2, tahun 2020.
- Achmad Abidin, Z., Ida, Rachma., (2018) Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, Volume 2, No.2.

Wiyono, Teguh., Muhid, Abdul., (2020) Self Disclosure melalui Media Instagram: Dakwah bi al-nafsi melalui Keterbukaan Diri Remaja. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Volume 40, No.2. Hlm: 141-154.  
[https://scholar.google.co.id/scholar\\_url?url=https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/download/5834/3064&hl=id&sa=X&ei=MUBIZaOTJ-qk6rQP05SW-](https://scholar.google.co.id/scholar_url?url=https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/download/5834/3064&hl=id&sa=X&ei=MUBIZaOTJ-qk6rQP05SW-A8&scisig=AFWwaeYjgRRrAjE132a2kNfHtGbu&oi=scholar)

Diakses Tanggal 26 November 2023, jam 08:02 WIB.

Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Budaya Lainnya)*, 2020. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. ISBN 978-602-446-268-0.

Mukarom, Zaenal. *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*, 2021. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. ISBN: 978-602-446-531-5.

Sudaryono. *Interpersonal Skill (Kecakapan Antarpersonal)*, 2022. Jakarta. Kencana. ISBN: 978-623-384-075-0.

Mukarom, Zaenal. *Teori-Teori Komunikasi*, 2020. Bandung. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. ISBN: 978-623-6524-01-5.

Septiani, Dila, dkk., 2019. Self Disclosure dalam Komunikasi Interpersonal: Kesetiaan, Cinta dan Kasih Sayang. *Jurnal Fokus*. Volume 2, No. 6.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Survei Penetrasi Internet Indonesia 2023 <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melekinternet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna>.

We Are Social <https://wearesocial.com/us/>

Zulkarnaini., 2015. Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Risalah*, Vol. 26, No 3. <https://media.neliti.com/media/publications/127613-ID-dakwah-islam-di-era-modern.pdf> Diakses 27 Februari 2024.

- Nurul, Budi Altashya, dkk., 2023. Gambaran Self Disclosure Pengguna Second Account Instagram. Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 7, No. 2.
- Asmayulia, Afifah., 2023. Pengungkapan Diri Ditinjau Dari Teori Communication Privacy Management. eJurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 11, No. 1.
- F. Salsabila, Alifia., 2022. Pesan Dakwah Terhadap Anak Muda. Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- F. Hidayati, Karina., 2022. Johari Window: Apa itu, Sejarah, Kuadran, Manfaat dan Contohnya. <https://glints.com/id/lowongan/johari-window-adalah/>
- A. Achmad, Zaenal., Ida, Rachma., 2018. Etnografi Virtual sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. The Journal of Society & Media, Vol. 2, No. 2.
- Terms of Service TikTok <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-service>
- Data Indonesia <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>
- V. Mahardika, Sunggiale., 2021. Faktor-faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok. Jurnal Sosearch, Vol. 2, No. 1, Hlm. 41. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/sosearch>
- P. Lestari, Puput., 2020. Dakwah Digital untuk Generasi Milenial. Jurnal Dakwah, Vol. 21, No. 1.
- Parhan, Muhamad., dkk., 2022. Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja. Jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah) Vol. 22, No.1.
- Artikel Online : <https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/10/140000969/pengertian-hipotesis-menurut-para-ahli-fungsi-ciri-dan-manfaatnya?page=all>

- Sagiyanto, Asriyani., 2018. Self Disclosure melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote). Nyimak Jurnal of Communication, Vol. 2, No.1
- Y. Wahyono, Saddam., 2018. Motif Penerima Pasif Jejaring Sosial Line. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- I. Sajidah, Nada., 2022. Strategi Komunikasi Husain Basyaiban dalam Konten Dakwah TikTok @Basyasman00. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Rogers, Edna., Communication: An Interpersonal Perspective to The Communication. Artikel Online  
<https://www.routledge.com/Relational-Communication-An-Interactional-Perspective-To-the-Study-of-Process-and-Form/Rogers-Escudero/p/book/9780415761642>
- Liliwiri, Alo. 2015. Komunikasi Antar Pribadi. E-Book, Jakarta, Prenadamedia Group.  
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=923956>
- Luluk, F., 2022. Etheses IAIN Kediri,  
[https://etheses.iainkediri.ac.id/9384/3/932402718\\_bab2.pdf](https://etheses.iainkediri.ac.id/9384/3/932402718_bab2.pdf)
- Andrew F. Wood dan Mathew J. Smith. 2005. Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture.
- H. Arnus, Sri., 2018. Self Disclosure di Media Sosial pada Mahasiswa IAIN Kendari. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/744/680228-Article>
- Devi A, Prasanti Riana., Shinta Melisha., 2023. JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting, Vol. 3, No, 1.
- Nasrullah, Rulli., 2018. Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet. Bandung, Simbiosis Rekatama Media. ISBN: 978-602-7973-46-6.
- DeVito, J.A. (2007). The Interpersonal Communication (11<sup>th</sup> ed.). Boston: Pearson Education Inc

Repository Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

<https://repository.ump.ac.id/3723/3/BAB%20II.pdf>

Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta, Rajawali.

<https://inlislite.uinsuska.ac.id>

Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Budaya Lainnya)*

Bungin, Burhan (ed.), 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer). Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT Raja Grafindo Persada. ISBN: 979-421-856-1.

Nurdin, Ali., 2020. Teori Komunikasi Interpersonal (disertai Contoh Fenomena Praktis). Jakarta: Kencana Prenadamedia. ISBN: 978-623-218-505-0.

John Fiske (ed. 3), Pengantar Ilmu Komunikasi. 2012. Jakarta: Rajawali Pers. ISBN: 978-979-769-422-7.

Nasrullah, Rulli., 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana Prenadamedia. ISBN: 978-602-7985-71-1.

Helaludin., 2018. Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif.  
<https://www.researchgate.net/publication/323600431>

Kusumastuti, Adhi., Mustamil, K. Ahmad., 2019. Metode Penelitian Kualitatif. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo. ISBN: 978-623-7253-64-8. Hlm. 29.

Hajaroh, Mami., Paradigma, Pendekatan dan Metode Penelitian Fenomenologi. Hlm. 8-9.

<https://staffnew.uny.ac.id/upload/132011629/penelitian/fenomenologi.pdf>

[i.pdf](https://staffnew.uny.ac.id/upload/132011629/penelitian/fenomenologi.pdf) diakses pada 21 Maret 2024 11.26 WIB





## SURAT IZIN RISET



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553  
www.uinsaizu.ac.id

Nomor : 3625 /Un.19/FD.WD.1/PP.05.3/ 12 /2023  
Lampiran : 1 (satu) bendel  
Hal : Permohonan Ijin Riset Individual

Purwokerto, 08 Desember 2023

Kepada Yth. :  
Husain Basyaiban,

Di  
Surabaya

**Assalamu'alaikum. Wr. Wb**

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan Penelitian Mahasiswa, maka kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan untuk memberikan ijin riset kepada mahasiswa kami sebagai berikut :

1. Nama : LINDA FITRI WINDIARNI
2. NIM : 2017102124
3. Semester : 7
4. Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Alamat : Banjaran, RT 23 RW 12, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga
6. Judul : Self Disclosure di Media Sosial (Studi Fenomenologi pada Akun TikTok Husain Basyaiban)

Adapun riset tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

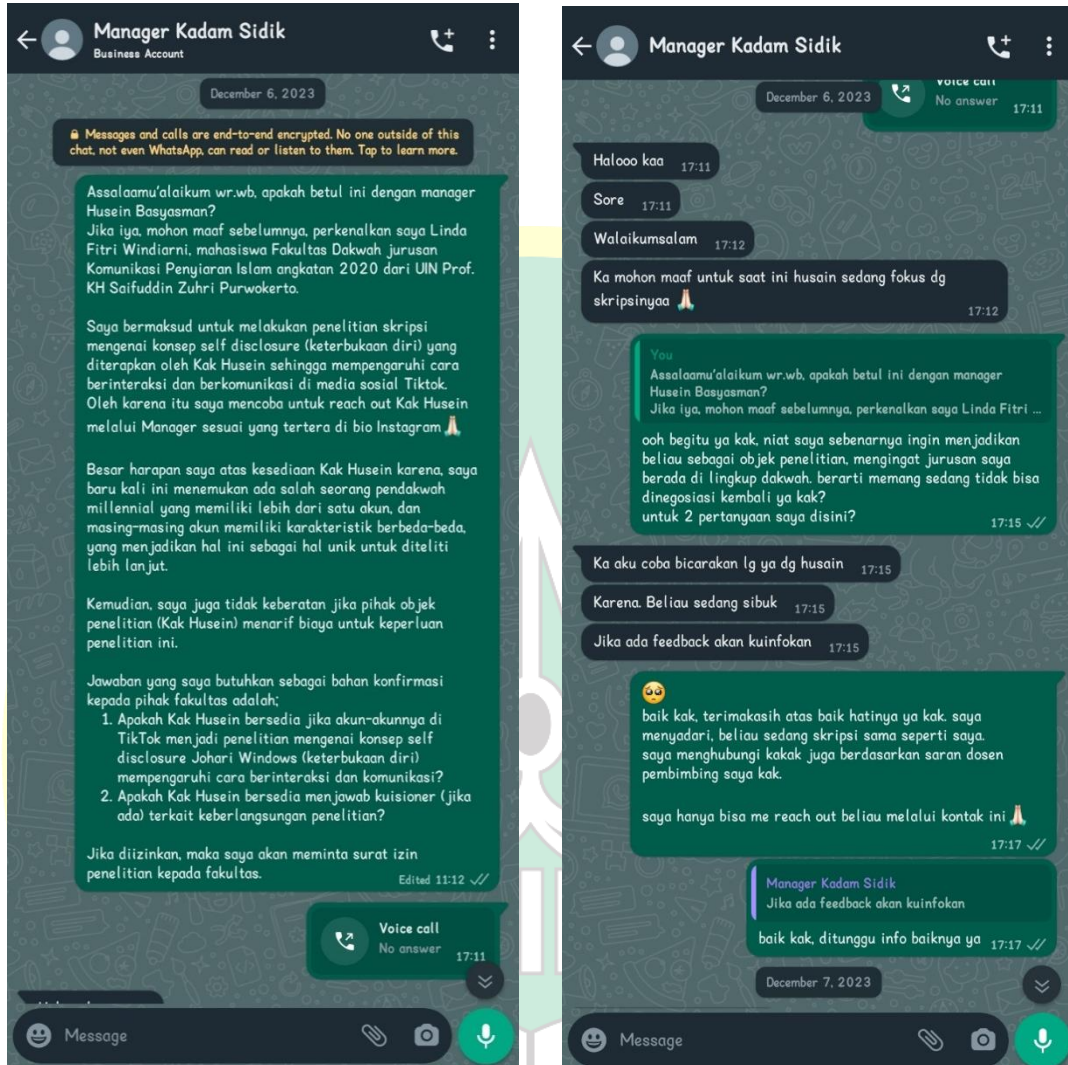
1. Objek : Self Disclosure
2. Tempat/Lokasi : Online
3. Tanggal Riset : 23 Desember 2023
4. Metode Penelitian : Wawancara.

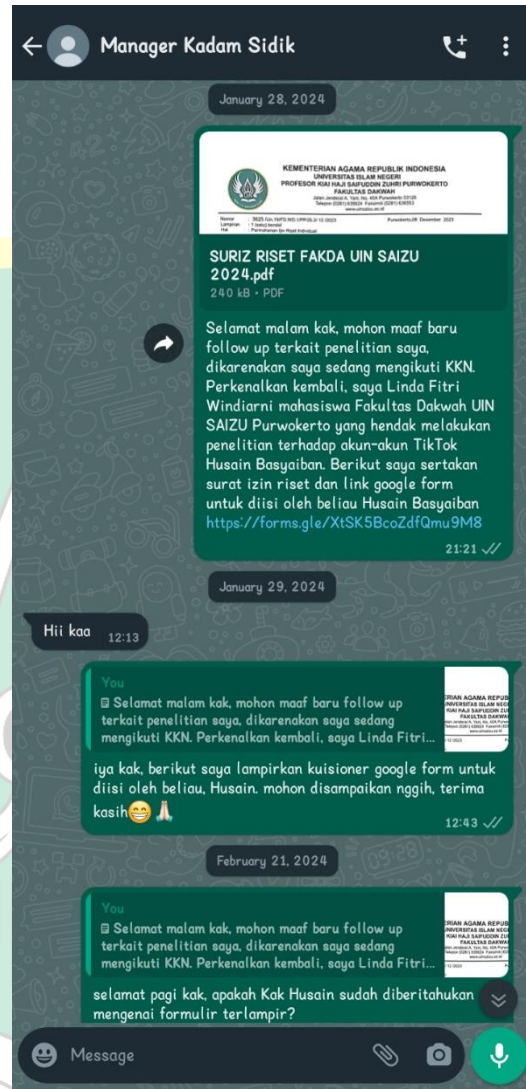
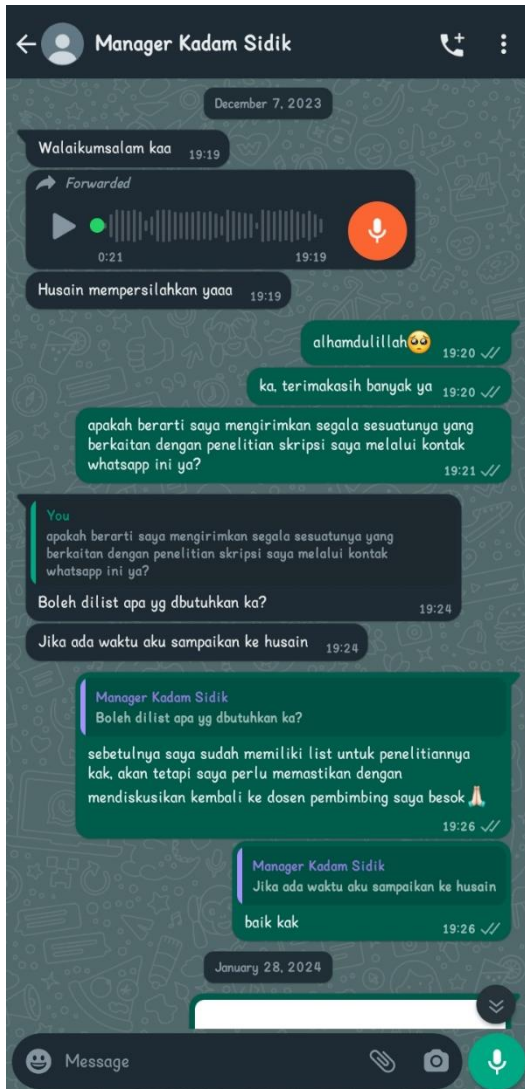
Kemudian atas ijin dan perkenan Bapak/Ibu, sebelumnya kami ucapkan terima kasih.

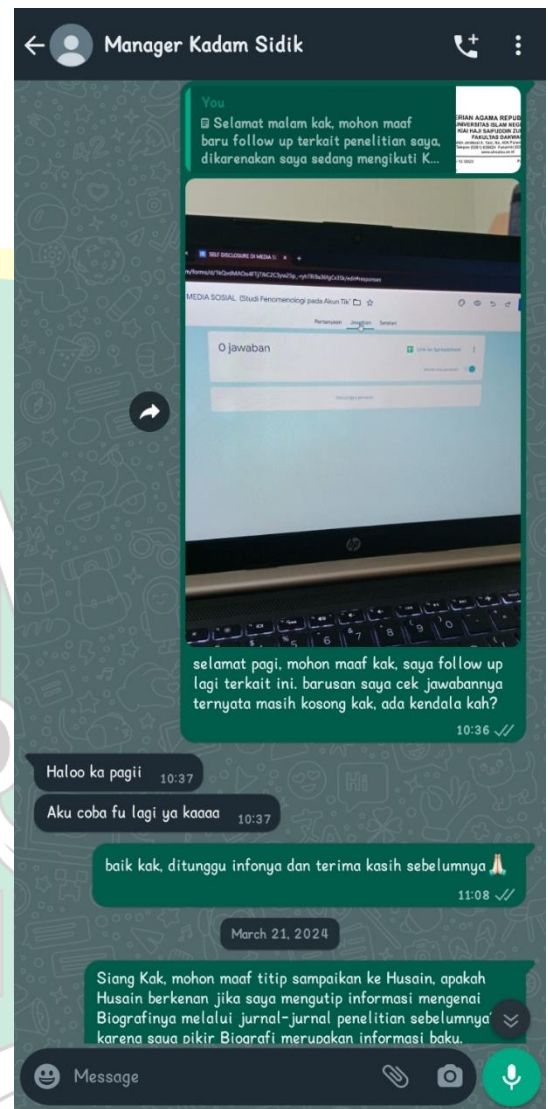
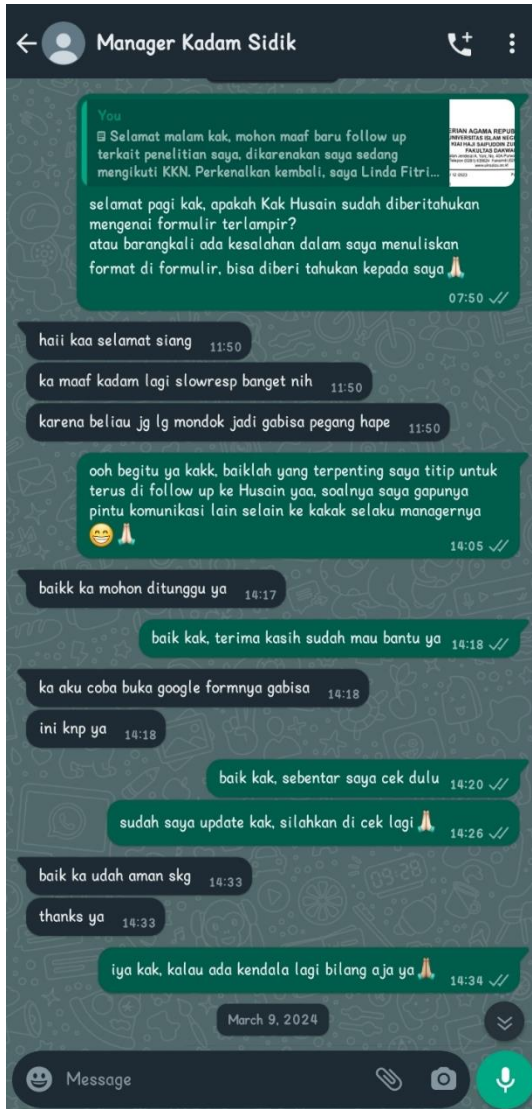
**Wassalamu'alaikum. Wr. Wb**

Wakil Dekan 1  
  
Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si

## DOKUMENTASI WAWANCARA









**Transkrip Wawancara**  
**Judul: *Self Disclosure* di Media Sosial (Studi Fenomenologi pada Akun TikTok Husain Basyaiban)**

Peneliti : Linda Fitri Windiarni

Narasumber : Husain Basyaiban

Hari/Tanggal : 05 April 2024

PERTANYAAN	JAWABAN
<p>Berdasarkan dengan fenomena yang diangkat pada penelitian. Melalui akun-akun anda di media sosial khususnya TikTok, hanya ada 2 area yang anda bisa kendalikan;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hidden area (hal yang sebaiknya disembunyikan di media sosial)</li> <li>2. Open area (hal yang layak diunggah di media sosial)</li> </ol> <p>Open area akan dibatasi oleh hidden area. Maka dari itu sebutkan minimal 5 hal (hidden area) menurut anda?</p>	<p>Jumlah harta, lokasi rumah, rencana besar masa depan, masalah pribadi, dan dokumen pribadi.</p>
<p>Melanjutkan pertanyaan diatas, sebutkan minimal 5 hal (open area) yang layak menjadi konsumsi publik, khususnya di TikTok?</p>	<p>Apa saja buku yang sudah dibaca, respon terhadap fenomena-fenomena terkini, hari bahagia seperti pernikahan, belasungkawa atas kematian seseorang, dan berita gembira atas pencapaian seseorang.</p>
<p>Dikenal sebagai Influencer dakwah, apa sajakah hambatan dan kendala yang kerap kali anda temui dalam berinteraksi dengan mad'u (audiens dakwah) di media sosial?</p>	<p>Sering disalah pahami dari tujuan awal, Sering tersulut emosi bila ditanggapi aneh-aneh, Dalam banyak momen, mereka lebih suka mengurus kehidupan pribadi yang sedari awal sudah saya sembunyikan, Bucin akut. Dll.</p>
<p>Atas keterbatasan pengetahuan, peneliti hanya mengetahui bahwa anda</p>	<p>Ya, benar.</p>


memiliki 3 akun TikTok sebagaimana terlampir dibawah, apakah benar?	
Jika pernyataan diatas benar, ketik "YES". Terimakasih telah membantu penelitian. Jika tidak benar, bisakah anda menuliskan username akun 1, 2, 3 sebenarnya di kolom jawaban?	@basyasman00 @urelectriccar @mata_naqra
Karakteristik seperti apakah yang ingin anda terapkan di akun utama?	Serious and Funny
Karakteristik seperti apakah yang ingin anda terapkan di akun kedua?	Funny only
Karakteristik seperti apakah yang ingin anda terapkan di akun ketiga?	Serious only
Terakhir, peneliti memohon izin untuk mengutip informasi dari podcast-podcast di YouTube. Apakah diizinkan?	Ya, diizinkan



## Dokumentasi Ketiga Akun Husain Basyaiban



### a. Akun Pertama @kadamsidik00

← **Kadam Sidik** 🔔 ↗



@kadamsidik00

**200** Following | **6.1M** Followers | **356.6M** Likes

Message  

Maybe I look good because Allah covers all my disgrace, while I'm full of lack.

<https://shope.ee/6ztQRYzVB5>

Showcase | Instagram

☰ 🛒 ↻ 📌

**Isu Perempuan**

**Pinned** *Amma alaikum wa warahmatullahi wabarakatuh* **1.4M**

**Pinned** **7.1M**

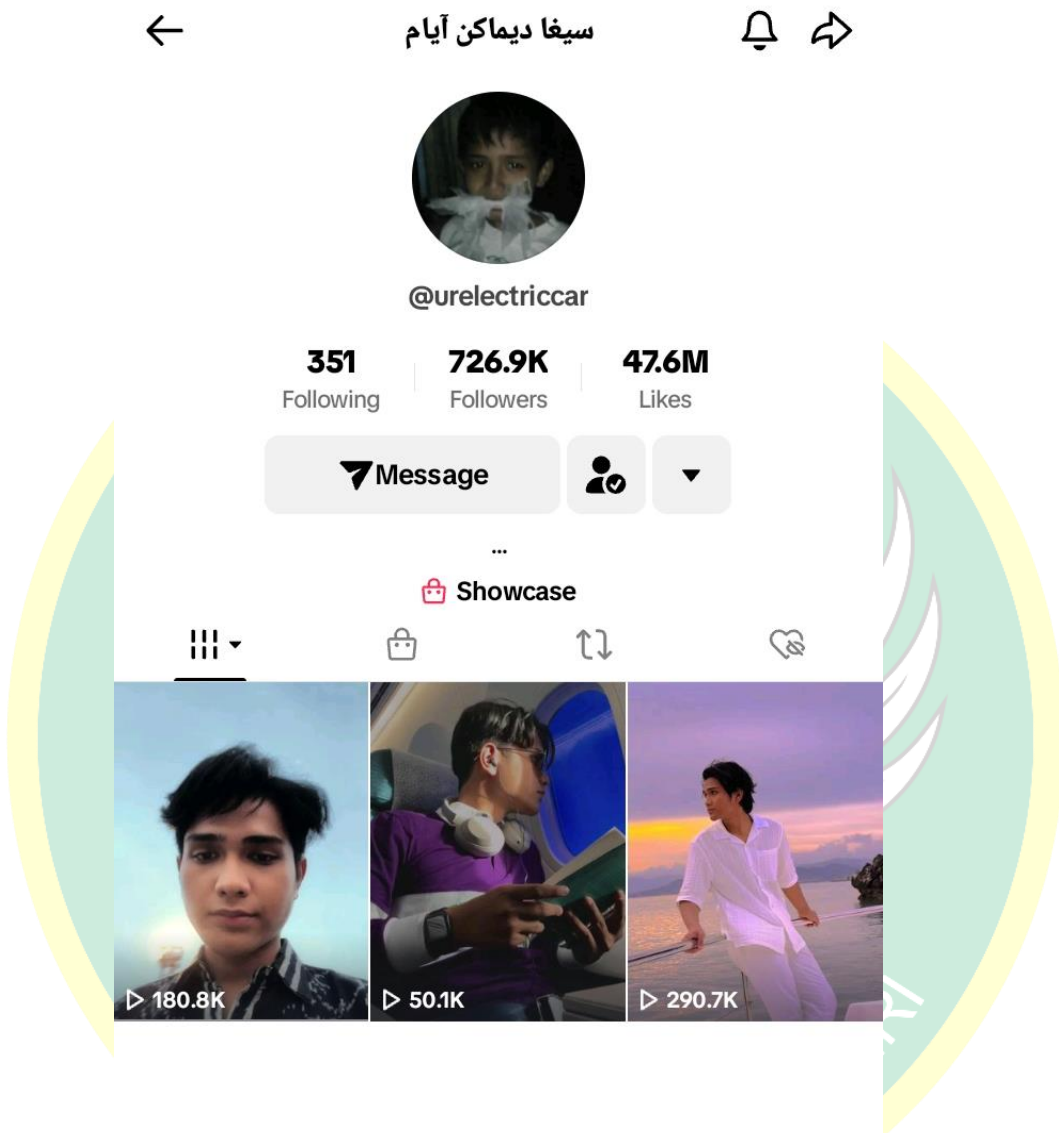
**1M**

**518.6K**

**1.9M**

**498K**

b. Akun Kedua @urelectriccar





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Linda Fitri Windiarni

TTL : Purbalingga, 06 Desember 2002

Agama : Islam

Alamat : Banjaran, 23/12, Kec. Bojongsari, Kab. Purbalingga

### Riwayat Pendidikan Formal

1. RA Diponegoro Sawangan (2007-2008)
2. SDN2 Banjaran (2008-2014)
3. MTs Darul Abror Kedungjati (2014-2017)
4. SMKN1 Bojongsari (2017-2020)

### Riwayat Pendidikan Informal

1. Pondok Pesantren Nuurul Qur'an Bukateja (2014-2017)
2. Pondok Pesantren Modern eL-Fira 1 (2020-2021)

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Hormat Saya,



**Linda Fitri Windiarni**