

HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *SELF-DISCLOSURE* PADA GENERASI Z YANG MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area*

Oleh :

CUT HASANAH
NIM : 188600044



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2022

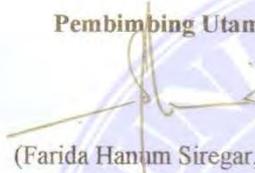
HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *SELF-DISCLOSURE*
PADA GENERASI Z YANG MENGGUNAKAN
MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Dipersiapkan dan disusun oleh
Cut Hasanah (188600044)
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal : 28 September 2022
Susunan Dewan Penguji

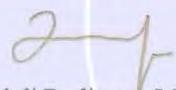
Pembimbing Utama


(Farida Hanum Siregar, S.Psi., M.Psi)

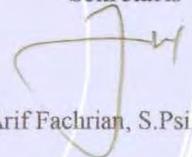
Ketua


(Endang Haryati, S.Psi., M.Psi, Psikolog)

Penguji


(Zuhdi Budiman, S.Psi., M.Psi)

Sekretaris


(Arif Fachrian, S.Psi., M.Psi)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
Tanggal 28 September 2022

Kepala Bagian


(Dinda Permatasari Harahap, M.Psi. Psikolog)
Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area


(Hasanudin, Ph.D)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cut Hasanah

NIM : 188600044

Tahun Terdaftar : 2018

Program Studi : Psikologi Perkembangan

Saya menyatakan bahwa skripsi yang telah saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri, adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya engan peraturan yang berlaku, apabila dikamudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 28 September 2022



Cut Hasanah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cut Hasanah
NPM : 188600044
Program Studi : Psikologi Perkembangan
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demikian perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non- Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Hubungan Antara *Self-esteem* dengan *Self-disclosure* Pada Generasi Z yang Menggunakan Media Sosial *Instagram*.

Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, memformat-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 28 September 2022

Yang Menyatakan



(Cut Hasanah)

MOTTO

“ Jangan terlalu keras pada diri sendiri, karena semua urusan di dunia ini hasil akhirnya sudah ditetapkan Allah. Jika sesuatu ditakdirkan untuk menjauh darimu , maka ia tak akan pernah mendatangimu. Namun, jika ia memang ditakdirkan untukmu, maka kau tak akan bisa lari darinya. “

-Umar Bin Khattab-

“Berbuat baiklah tanpa perlu alasan”

-Penulis-



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah rahmah dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam penyusunan penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikanya dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai :

Ayah : Daman Meuraxa

Ibu : Rafsah

Terima kasih atas semua cinta dan do'a yang tiada henti ayah dan ibu berikan kepada saya. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk king and queen yaitu kedua orang tua yang sangat saya cintai.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sampai dengan saat ini peneliti masih diberikan kesehatan serta semangat yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beserta salam peneliti haturkan kepada ruh junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan sampai dengan alam hidup yang penuh dengan pengetahuan, kedamaian dan kebahagiaan.

Sejalan dengan penelitian karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan sarjana Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Karya tulis ini berjudul : **“Hubungan Antara *Self-esteem* dengan *Self-disclosure* Pada Generasi Z yang Menggunakan Media Sosial *Instagram*”**.

Dalam penyelesaian karya tulis ilmiah ini penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu dengan kerendahan hati peneliti membuka diri untuk menerima saran maupun kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat, baik bagi perkembangan pengetahuan maupun bagi dunia usaha dan pemerintahan.

Medan, 28 September 2022

Peneliti

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sampai dengan saat ini penulis masih diberikan kesehatan serta semangat yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat diiringi salam peneliti sampaikan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa umatnya dari kebodohan sampai dengan alam hidup yang penuh dengan pengetahuan, kedamaian dan kebahagiaan. Sejalan dengan penelitian karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan sarjana Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Karya tulis ini berjudul : **“Hubungan Antara Self-esteem dengan Self-disclosure Pada Generasi Z yang Menggunakan Media Sosial Instagram”**

Dalam penyelesaian karya tulis ilmiah ini penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis membuka diri untuk menerima saran maupun kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat, baik bagi perkembangan pengetahuan maupun bagi dunia usaha dan pemerintahan.

1. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, M Selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin, Ph.d, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Ibu Farida Hanum Siregar S.Psi., M.Psi selaku dosen pembimbing, segala kesabaran dan kebaikan selama proses membimbing, serta memberikan motivasi dan arahan yang membangun selama penyusunan skripsi.
5. Ibu Endang Haryati, S.Psi.,M.Psi selaku ketua sidang meja hijau.

6. Bapak Zuhdi Budiman S.Psi, M.Psi selaku penguji yang telah memberikan arahan dalam perbaikan skripsi.
7. Bapak Arief Fachrian., S.Psi., M.Ps selaku sekretaris telah meluangkan waktunya serta memberikan kritik dan saran yang sangat membangun untuk peneliti
8. Ibu Dinda Permatasari Harap, M.Psi, Psikolog selaku Ketua Jurusan Psikologi Pendidikan.
9. Terima Kasih seluruh dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan *performance* terbaik dalam membantu mahasiswa untuk urusan administrasi di Fakultas Psikologi Medan Area.
10. Terimakasih kepada *Keluarga Mangrove* ku tersayang, alm uan, almh tante, nenek, ibu, ayah, ibuk, pak sayang, uwo, andeh, pak andeh, bibi, paman, kak susi, bang adi serta adik-adik ku Ilul, Abil, Afdhal, uni Yaya, Puja, teta Ade, Haura, Razan, Naufal. Kiki, Tasya dan Syifa yang tiada henti memberikan semangat sekaligus menjadi support system peneliti dalam proses penyelesaian penelitian ini.
11. Terima Kasih kepada seluruh Generasi Z dan bang Rahmad Gunawan untuk kontribusinya dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Terima Kasih sahabat seperjuangan di kampus Siti Kholilah, Murni, Dinda, Dewi, Tata, dan Melcha yang tak henti emberikan support dalam proses penyelesaian penelitian ini.
13. Terima Kasih sahabat yang berada di kampung Syawaliani, Nurul, Marina, Vivi, Rauda dan Mawardi yang juga selalu tak hentinya memberikan semangat dan menjadi penyemangat untuk dapat segera menyelesaikan skripsi ini.
14. Terima Kasih kepada komplotan Pemuda Pancasila 116, kak yunda, kak siska, kak Cipan, Fauziah Ramadhani, Asfia, Haqni, Nurul tambak, Nazwa, si kembar Nabila dan Nadya, Silvi, Bella, Alfi, dan selebgram Siska yang selalu mengganguku sekaligus memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsweet ini.

15. Terimakasih kepada para teman-teman seperjuangan stambuk 2018 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, telah memberikan motivasi dan semangat dari awal perkuliahan sampai selesai studi.
16. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.* Terimakasih diriku karena tetap mampu menyelesaikan skripsi ini sekalipun di konsisi yang tidak mengenakan, merasa sakit, *very suffering* tiap *midnight* harus capek *overthinking about my worst life* dan *try so hard healing my mental health issue. I really really appreciate myself* karena bisa melalui *my hard daily activity. I love my self so much.*

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Untuk itulah, kritik dan saran sifatnya mendidik dan membangun, senantiasa peneliti terima. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk semuanya khususnya peneliti.

Medan, 28 September 2022

Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Cut Hasanah

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Singkil, 04 Juni 1999

Alamat : Jl. Onan desa Siti Ambia, kec Singkil, Kab Aceh Singkil

Kode Pos : 21256

Nomor Ponsel : 085260709705

Email : Cuthasanah99@gmail.com

Pendidikan Formal :

- a. SMAS Safinatussalamah
- b. SMPS Safinatussalamah
- c. MIN Pasar Singkil



HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *SELF-DISCLOSURE* PADA GENERASI Z YANG MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Oleh :

Cut Hasanah NPM : 18.860.0044

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *self-esteem* dengan *selfdisclosure* pada generasi Z yang menggunakan media social Instagram, dimana yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z yang menggunakan media social *Instagram* di wilayah Aceh dan Sumatera Utara yang termasuk ke following peneliti. *Self-esteem* dengan *self-disclosure* pada generasi Z yang menggunakan media social *Instagram* dalam penelitian ini diungkap dengan menggunakan skala Likert. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi-Product Moment, maka diperoleh hasil sebagai berikut: 1) Terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dengan *selfdisclosure* pada generasi Z yang menggunakan media social Instagram. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,762$; $P = 0,096 > 0,05$. 2) *self-esteem* yang dimiliki generasi Z mempengaruhi atau menekankan munculnya *selfdisclosure* pada generasi Z yang menggunakan media social *Instagram* sebesar 54,4%. Dari hasil ini diketahui bahwa masih terdapat 45,6 % dari faktor lain terhadap *self-disclosure* pada generasi Z yang menggunakan media social Instagram, dimana faktor-faktor tersebut dalam penelitian ini tidak terlihat, diantaranya adalah faktor dari konsep diri, kesadaran diri, topik percakapan, jenis kelamin dan lain sebagainya. 3) Bahwa generasi Z yang menggunakan media social *Instagram* memiliki *self-esteem* yang tinggi (mean empirik = 86,11 > mean hipotetik ,70 dimana selisih kedua mean melebihi bilangan SD = 10,306) dan *selfdisclosure* pada generasi Z yang menggunakan media social *Instagram* tergolong sedang (mean empirik = 90,30 > mean hipotetik = 70 dimana selisih kedua mean tersebut melebihi bilangan SD = 13,666). Dari hasil penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima.

Kata Kunci : *Self-esteem*, *Self-disclosure*, Media social *Instagram*

CORRELATION BETWEEN *SELF-ESTEEM* AND *SELF-DISCLOSURE* IN GENERATION Z USING *INSTAGRAM* SOCIAL MEDIA

By :

Cut Hasanah NPM : 18.860.0044

ABSTRACT

This study aims to see the relationship between *self-esteem* with *self-disclosure* in generation Z who use social media *Instagram*, where the subject of this research is Generation Z who use social media *Instagram* in the Aceh and North Sumatra regions, including : to following researchers . *Self-esteem* with *self-disclosure* in generation Z who use social media *Instagram* in this study was revealed using a Likert scale. The data analysis method used in this study is Correlation-Product Moment, so the following results are obtained: 1) There is a significant positive relationship between *self-esteem* and *self-disclosure* in Generation Z who use social media *Instagram*. This result is evidenced by the correlation coefficient $r_{xy} = 0.762$; $P = 0.096 > 0.05$. 2) *The self-esteem* of Generation Z influences or emphasizes the emergence of *self-disclosure* in Generation Z who use social media *Instagram* as much as 54.4% . From these results it is known that there are still 45.6 % of other factors on the *self-disclosure* in generation Z who use social media *Instagram*, where these factors in this study are not visible, including factors from the concept of self , awareness self , topic conversation , type gender and so on . 3) That generation Z who use social media *Instagram* has high *self-esteem* (empirical mean = 86.11 > hypothetical mean, 70 where the difference h between the two means exceeds SD = 10.306) and *self-disclosure* in Generation Z who uses social media *Instagram* is classified as moderate (empirical mean = 90.30 > hypothetical mean = 70 where the difference between the two means exceeds SD = 13,666). From the results of this study, the proposed hypothesis is accepted.

Keywords : *Self-esteem, Self-disclosure, Social media Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
ABSTRAK	xi
ABSTARCT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	14
D. Batasan Masalah.....	14
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Media Sosial.....	16
1. Pengertian Media Sosial	16
B. Generasi Z.....	18
1. Pengertian Generasi Z	18
2. Karakteristik Generasi Z	19

C.	Self-disclosure.....	21
1.	Pengertian <i>Self-disclosure</i>	21
2.	Aspek <i>Self-disclosure</i>	23
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Self-disclosure</i>	25
4.	Karakteristik <i>Self-disclosure</i>	27
D.	<i>Self-Esteem</i>	28
1.	Pengertian <i>Self-Esteem</i>	28
2.	Faktor-faktor <i>Self-Esteem</i>	30
3.	Aspek-aspek <i>Self-Esteem</i>	33
4.	Tingkatan <i>Self-Esteem</i>	36
E.	Pengguna Instagram.....	38
1.	Pengertian <i>Instagram</i>	39
2.	Fitur-fitur Instagram.....	40
F.	Hubungan Antara <i>Self-disclosure</i> Dengan <i>Self Esteem</i>	45
G.	Kerangka Konseptual.....	48
H.	Hipotesis atau Pertanyaan Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN		50
A.	Tipe Penelitian	50
B.	Pengertian Media Sosial	50
C.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	50
D.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	51
E.	Metode Pengumpulan Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
A.	Orientasi Kancah Penelitian.....	58
B.	Persiapan Penelitian	60
C.	Pelaksanaan Penelitian.....	69
D.	Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	70
E.	Pembahasan.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Distribusi Skala <i>Self-disclosure</i> Sebelum Uji Validitas & Reabilitas	62
Tabel 2 Distribusi Skala <i>Self-esteem</i> Sebelum Uji Validitas & Reabilitas	64
Tabel 3 Distribusi Skala <i>Self-disclosure</i> Setelah Uji Validitas & Reabilitas	66
Tabel 4 Distribusi Skala <i>Self-esteem</i> Setelah Uji Validitas & Reabilitas	68
Tabel 5 Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	71
Tabel 6 Rangkuman Hasil Uji Linearitas Hubungan	72
Tabel 7 Hasil Perhitungan Korelasi Product Moment Koefesien Determinan	72
Tabel 8 Rangkuman Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Rata-rata Empirik	74



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A DATA PENELITIAN	89
LAMPIRAN B <i>SELF-ESTEEM</i> DAN <i>SELF-DISCLOSURE</i>	104
LAMPIRAN C UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	112
LAMPIRAN D UJI NORMALITAS DAN UJI LINEARITAS	127
LAMPIRAN E UJI HIPOTESIS	132
LAMPIRAN F SURAT IZIN PENELITIAN	134



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Generasi merupakan suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis. Individu yang menjadi bagian suatu generasi adalah individu yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial serta sejarah yang sama (Manheim, 1952 dalam Putra, 2016). Generasi menandai kelompoknya berdasarkan persamaan dari tahun kelahiran, usia, tempat tinggal dan peristiwa- peristiwa yang terjadi didalam kehidupannya. Dipengaruhi oleh peristiwa hidup yang sama membuat generasi ini cenderung memiliki fase kehidupan yang sama yang akhirnya mempengaruhi ingatan secara kolektif dan berdampak pada kehidupannya (Dencker, 2008).

Dalam beberapa dekade terakhir ini, telah banyak ahli yang mencoba membagi generasi berdasarkan kesamaan tahun kelahiran. Banyak pendapat yang bermunculan dengan sebutan yang berbeda, namun tetap memiliki arti yang sama. (Mukhlis, 2015) membagi generasi kedalam empat generasi, yakni generasi baby boomer (lahir dari tahun 1946-1964), generasi X (lahir dari tahun 1965-1980), generasi Y (lahir dari tahun 1981-1994), dan generasi Z (lahir dari tahun 1996-2010). Hal ini serupa dengan yang disampaikan oleh Grail Research Mengenai pembagian terminologi generasi bahwa saat ini telah terdapat 4 generasi, yaitu generasi baby boomer, generasi X, generasi Y, dan generasi Z (Kusma, 2013).

Generasi yang pertama adalah generasi baby boomer. Generasi ini lahir dari tahun 1946-1964. Generasi ini lahir pada zaman teknologi belum berkembang dan umumnya memiliki sifat kompetitif. Generasi ini berorientasi pada pencapaian, berdedikasi dan berfokus pada karir. Generasi ini juga bisa disebut dengan generasi pekerja keras, tidak suka dikritik, tetapi suka mengkritik. Dalam berkomunikasi generasi ini lebih suka berbicara secara empat mata dibandingkan berkomunikasi melalui media penghubung seperti telepon. Generasi ini juga percaya pada adanya peluang dan seringkali terlalu idealis untuk membuat perubahan positif (Putra, 2016).

Generasi yang kedua adalah generasi X. Generasi ini lahir dari tahun 1965- 1980. Generasi ini lahir pada zaman dimana teknologi sudah mulai berkembang. Generasi ini umumnya sudah mulai mengenal komputer dan video games dengan versi yang sederhana. Generasi ini memiliki ciri-ciri umum seperti mudah beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik, serta memiliki karakter yang mandiri dan loyal. Generasi X juga cenderung lebih terbuka terhadap kritik dan saran. Dalam berkomunikasi generasi X lebih menyukai berkomunikasi melalui email dibandingkan dengan personal chat. Generasi X dinilai cenderung tertutup, namun independen, punya potensi, dan tidak bergantung pada orang lain serta memiliki pola pikir yang sangat luas (Husna, 2018).

Generasi yang ketiga, yaitu generasi Y. Generasi ini lahir dari tahun 1981-1996. Generasi ini disebut juga dengan generasi millennial dikarenakan generasi ini

menjadi saksi munculnya teknologi digital. Generasi ini merupakan generasi yang tumbuh pada era internet booming. Generasi ini telah banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti SMS (short message service), instant messaging dan media sosial seperti facebook maupun twitter. Generasi ini memiliki ciri-ciri umum seperti lebih terbuka dalam pandangan politik dan ekonomi, sangat reaktif terhadap perubahan, berkomitmen, serta menyukai keterbukaan dan transparansi. Dalam berkomunikasi generasi ini lebih suka berbicara secara empat mata walaupun diawali dengan chat personal. Generasi ini juga menghargai perbedaan, lebih memilih bekerja sama dari pada menerima perintah dan sangat pragmatis ketika memecahkan masalah (Putra, 2016)

Generasi yang keempat, yaitu generasi Z. Generasi ini lahir dari tahun 1996-2010 dan saat ini menurut data BPS tahun 2021 mengenai jumlah penduduk, generasi Z di Indonesia mencapai jumlah 75 juta jiwa. Generasi ini umumnya lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya. Sejak kecil generasi ini sudah banyak dikenalkan oleh teknologi dan sangat akrab dengan smartphones. Generasi ini memiliki ciri-ciri umum, seperti menunjukkan reaksi cepat terhadap situasi di sekitarnya, pemrakarsa, multitasking, dan mudah menangkap informasi secara cepat (Putra, 2016) Generasi Z dinilai berbeda dengan generasi sebelumnya. Salah satu faktor utama yang membedakan generasi Z dengan generasi sebelumnya adalah penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan, karena generasi ini lahir dimana akses terhadap informasi khususnya internet sudah menjadi budaya global (Husna, 2018).

Generasi Z disebut dengan iGeneration, Generasi Net, atau Generasi Internet. Sebutan tersebut melekat oleh karena dalam kesehariannya generasi ini selalu bersentuhan dengan gadget dan mendominasi komunikasi khususnya dalam media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tirto.Id, 2019) yang menunjukkan bahwa jenis internet yang dipilih oleh generasi Z 90% adalah media sosial, dikarenakan media sosial lebih mudah diakses melalui smartphone yang umumnya mereka miliki. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2017).

Media sosial, khususnya Instagram bagi kalangan generasi Z dianggap sebagai suatu kebutuhan yang mendasar. Melalui media sosial Instagram generasi Z dapat memperoleh berbagai informasi dengan cepat dari seluruh dunia, baik itu dalam bidang politik, ekonomi, hiburan maupun pariwisata. Selain itu media sosial juga dapat membantu mempermudah pencarian berbagai informasi terkait akademis, kesehatan dan lain-lain melalui situs pencarian Google (Hamzah, 2015). Sedangkan dalam menjalin pertemanan, generasi Z juga lebih memilih untuk menggunakan media sosial sebagai sarana dalam memperluas dan membangun jaringan pertemanan mereka. Umumnya generasi ini cenderung memilih berkomunikasi melalui dunia maya atau melalui jejaring media sosial dibandingkan dengan menghabiskan waktu secara bertatap muka di dunia nyata. Banyak diantara generasi ini yang umumnya menjadi bagian dari satu komunitas dalam sebuah jaringan media sosial tanpa mengenal anggota lain dari komunitasnya (Kumparan, 2017) Akan tetapi, terlepas dari kemudahan yang

diperoleh, media sosial dapat pula memicu terjadinya sejumlah permasalahan seperti berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung, munculnya kecanduan, serta persoalan etika dan hukum karena konten yang dinilai melanggar peraturan (Cahyono, 2016).

Dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta. Artinya, jumlah pengguna media social di Indonesia setara dengan 61,8% dari total populasi pada Januari 2021. Angka ini juga meningkat 10 juta, atau sekitar 6,3% dibandingkan tahun lalu. Nama Indonesia sendiri tercatat dalam daftar 10 besar negara yang kecanduan media social. Dirangkaum KompasTekno dari We Are Sosial 2021 waktu yang dihabiskan orang Indonesia untuk bermedia social per hari rata-rata yaitu 8 jam 52 menit (Kompas, 2021). Aplikasi media sosial yang paling sering digunakan antara lain Instagram, Youtube dan Snapchat (Tirto.Id, 2019).

Menurut laporan Napoleon Cat, ada 91,01 juta pengguna Instagram di Indonesia pada Oktober 2021. Jumlah ini turun 7% dibandingkan Agustus 2021 yang mencapai 98 juta pengguna. Tercatat mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah generasi Z dengan kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 34 juta. Rinciannya, sebanyak 19,8% pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 17,5% merupakan laki-laki. Kelompok usia 25-34 tahun menjadi pengguna Instagram kedua di Tanah Air. Tercatat, pengguna aplikasi ini yang berjenis kelamin perempuan sebesar 16.9%, sedangkan laki-laki sebesar 15,3%. Kemudian, kelompok usia 13-17 tahun diurutan pengguna terbanyak selanjutnya. Sebanyak 7% pengguna adalah perempuan dan 5,2% pengguna

merupakan laki-laki. Di kelompok usia 35-44 tahun, perempuan pengguna Instagram sebanyak 6% dan laki-laki 5,5%. Sementara, pengguna Instagram dari kelompok usia 45-54 tahun yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 2,2% dan laki-laki 2,1%. Lalu, di kelompok usia 55-64 tahun, masing-masing pengguna perempuan dan laki-laki sebanyak 0,6%. Kemudian, di kelompok usia 65 tahun ke atas, 0,5% pengguna adalah perempuan dan 0,8% penggunanya adalah laki-laki. (Databoks, 2021)

Dalam survei Global Web Index (GWI), Instagram menjadi aplikasi favorite generasi Z (16-23 tahun). Sementara itu, generasi Y atau milenial (24-37 tahun) dan generasi X (38-56 tahun) menyukai media sosial yang sama. Kedua generasi itu menjadikan WhatsApp sebagai aplikasi favoritnya yang diwakili 17% responden dan 20% responden. Facebook menjadi kegemaran generasi baby boomers. Hal itu tecermin dari pilihan 21% responden yang mewakili generasi berusia 57-64 tahun itu. GWI menyebar survei pada 180.852 pengguna internet berusia 16-64 tahun pada kuartal IV-2020. Penelitian ini tersebar di 47 negara dari seluruh region (Databoks, 2021). Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan kanyaikannya ke berbagai media social termasuk Instagram itu sendiri. Instagram mempunyai tujuan membantu penggunanya mengekspresikan dirinya baik melalui gambar maupun kata-kata. Instagram dengan fitur caption, instastory, dan direct message telah menjadi sarana bagi generasi Z dalam mengungkapkan dirinya. Pada saat mereka

menyampaikan informasi mengenai dirinya, hal tersebut menandakan bahwa mereka telah berhubungan dengan self-disclosure (self-disclosure).

Fenomena self-disclosure di Instagram ini terjadi pada seluruh pengguna. Begitu juga yang terjadi di lapangan, banyak generasi Z menggunakan Instagram selain untuk berkomunikasi juga mengungkapkan dirinya melalui aplikasi update story. Beberapa remaja mengaku lebih senang mengungkapkan dirinya memberikan informasi dirinya melalui instagram, alasannya mereka melakukan itu semata – mata untuk menyenangkan diri, bebas mengeluarkan apa yang ingin mereka ungkapkan, self-disclosure yang mereka lakukan tidak lebih hanya untuk mengekspresikan juga melampiaskan apa yang mereka lakukan atau yang mereka rasakan. Berbagi cerita, kegiatan mereka, kemampuan, pengalaman yang dialami, dan informasi lainya. Kegiatan mengungkap diri melalui update story, chatting ini sering dilakukan dikeseharian mereka. Mereka yang melakukan self-disclosure tersebut, merupakan individu yang terbuka, aktif dalam memberikan informasi dirinya, merasa diri mereka sama dengan yang lain, cukup memiliki kepercayaan diri, mudah berbaur dengan lingkungannya dan rata - rata memiliki banyak teman.

Konteks self-disclosure di Instagram umumnya dilakukan dalam bentuk video/foto, chatting, status komentar, captions, update story dan lain-lain terkait kejadian yang dialami dan berbagi perasaan yang sedang dirasakan agar dilihat oleh sesama pengguna akun media (A Sagiyanto & N Ardiyanti, 2018) Terlebih lagi membagikan informasi pribadi di social media membuat para penggunanya

merasa lebih eksis dan mendapat balasan dari pihak lain, mengetahui apa yang dirasakan orang lain tentang keberadaannya atau sekedar membawa perasaan dihargai.

Dalam hal emosi, konten emosional, atau masalah pribadi lainnya individu biasanya berbagi dengan seseorang yang mereka percayai atau hanya dengan orang terdekat. Namun hal ini justru dipublikasikan ke media social yang berarti secara tidak langsung banyak hal pribadi tentang dirinya yang tidak seharusnya tidak dipublikasikan justru diketahui orang lain hal ini di dukung dari pernyataan Dr. Ida Ruwaida dalam (Hasanah, 2012) sosiolog dari Universitas Indonesia, bahwa : “Ruang sosial yang makin terbatas dan ikatan emosional yang rendah terutama di kota-kota besar menimbulkan perubahan dalam pola interaksi masyarakat. Akhirnya, teknologi digital menjadi alat untuk menyalurkan emosi alias katarsis lewat media sosial” Pernyataan tersebut juga didukung oleh survey yang dilakukan sebuah televisi swasta di Amerika Serikat terhadap 2.000 orang, yang ternyata setengah di antaranya setuju jika media sosial adalah wadah yang tepat untuk mengungkapkan unek-unek, terutama yang bersifat negatif. Sebanyak 52%, tujuan seseorang curhat di jejaring sosial adalah untuk mendapat simpati dari orang lain. Sedangkan sebanyak 30% ingin meluapkan api kemarahannya. Bisa karena dendam, iri ataupun cemburu. (Liputan6, 2012).

Berbicara tentang diri mereka sendiri merupakan bagian terpenting dari apa yang dilakukan orang di media social, hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Universitas Harvard, dengan cara orang-orang dihubungkan dengan mesin MRI fungsional guna memindai otak para pengguna media social dan melihat apa yang terjadi ketika mereka berbicara tentang diri mereka sendiri.

Hasilnya para peneliti menemukan bahwa komunikasi Self-disclosure dapat merangsang pusat kesenangan otak seperti halnya seks dan makanan. (Dewi, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu Self-disclosure dipengaruhi oleh tinggi atau rendahnya self-esteem individu (E E Hollenbaugh & A L Ferris, 2014) Hal ini didukung oleh penelitian (N N Santi & R Damariswara, 2017) self-esteem yang tinggi biasanya dimiliki oleh orang yang bisa menghargai dirinya tanpa mendengar pendapat orang lain mengenai sifatnya entah baik maupun buruk. Berbeda dengan individu dengan self-esteem yang rendah, kurang mampu untuk mengungkapkan dirinya dengan baik. Lebih percaya diri, mudah beradaptasi, dan terbuka adalah ciri individu yang baik dalam self-disclosure. Sebaliknya kurang percaya diri, tidak bisa beradaptasi, tertutup, dan merasa rendah diri adalah ciri individu yang tidak baik dalam melakukan self-disclosure (Triana, Y.D Erliana, K Mustafa, 2018) Pengguna media sosial dengan self-esteem rendah cenderung mengkhawatirkan apa yang orang lain unggah tentang mereka Di Instagram, mereka akan lebih banyak menggunakan waktunya di media sosial Instagram dengan memantau konten, menghapus unggahan yang mendapatkan respon negatif dari orang lain.

Penelitian terdahulu yang juga dilakukan oleh Ferdiana dan Damajanti (2016) tentang self-esteem dan self-disclosure pada mahasiswa psikologi pengguna Blackberry Messenger diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara self-esteem dan self-disclosure. Apabila self-esteem tinggi,

maka self-disclosure akan tinggi, namun apabila individu memiliki self-esteem yang rendah maka self-disclosure akan rendah juga (dalam Prawesti & Dewi, 2016, hal. 7)

Pengguna media sosial yang memiliki self-esteem lebih tinggi cenderung menghabiskan waktu untuk membangun citra personal di media sosial (Ferdiana, 2016) Menurut penelitian dari Utomo dan Laksmiwati (2019) faktor terpenting dalam self-disclosure individu adalah self-esteem sehingga hubungan keduanya termasuk dalam kategori yang tinggi (Velasco, 2013) bahwa self-esteem merupakan salah satu dimensi yang bisa mempengaruhi self-disclosure secara online.

Self-disclosure dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah pedapat dari (Liwilery, 2015) yaitu salah satunya adalah Harga diri, Seseorang yang memiliki self-esteem yang baik, memudahkan seseorang untuk berinteraksi dengan baik dan berbagi informasi mengenai dirinya kepada orang lain. Sehingga hal ini mempengaruhi bagaimana individu bersikap terhadap dirinya dan orang melalui self-disclosure (self-disclosure). Menurut (Michener, 1990) individu dengan self-esteem positif bersifat asertif, terbuka dan memiliki kepercayaan terhadap dirinya. Sikap asertif tersebut memungkinkan mereka untuk menyatakan diri dengan apa adanya sehingga self-disclosurenya dilakukan bukan sebagai topeng untuk menutupi kelemahan yang ada pada dirinya. Sedangkan individu dengan self-esteem negatif menunjukkan perilaku yang menghambat selfdisclosure. (Burns, 1993) mengatakan individu tersebut cenderung, tidak dapat mengekspresikan diri, serta mengalami kesulitan dari menunjukkan diri, perasaan,

dan pikirannya yang di sebabkan oleh adanya penilaian yang negatif terhadap diri sendiri maupun orang lain serta menganggap bahwa hubungan dengan orang lain merupakan sebuah ancaman. (dalam Ferdiana.2016).

Alasan peneliti memilih judul ini dikarenakan generasi Z yang termasuk kategori remaja karena masa remaja adalah masa peralihan dan memiliki rasa ingin tahu yang kuat. Ada banyak perasaan, pikiran dibenak remaja, akan penilaian orang lain, ketika akan menunjukkan dirinya di media sosial. Melalui latar belakang masalah dan fenomena mengenai self- disclosure dan self-esteem di atas, peneliti tertarik untuk meneliti “Hubungan antara Self-esteem dengan Selfdisclosure pada generasi Z yang menggunakan media social Instagram”.

B. Identifikasi Masalah

Generasi Z dikategorikan sebagai usia remaja yang pada usia ini mengalami perubahan-perubahan cepat pada jasmani, emosi, sosial, akhlak dan kecerdasan (Monks, 2006) Masa remaja adalah masa yang menyenangkan, namun juga masa yang kritis dan masa yang sulit, karena masa ini merupakan masa transisi atau masa peralihan antara masa kanak – kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan fisik, psikis dan psikososialnya. Menurut Atkinson, dkk (2009), tugas remaja yaitu dituntut untuk mencari dan mengembangkan persepsi identitas diri (sense of individual identity), dimana remaja dituntut untuk mencari identitas akan dirinya seperti apa, dan mengembangkan persepsi tentang dirinya. Dalam perkembangannya remaja juga memiliki kebutuhan akan sosialnya, salah satu kebutuhan tersebut yaitu kebutuhan

akan pengakuan, yang pengakuan tersebut diperoleh melalui penilaian orang lain mengenai dirinya sendiri.

Media social adalah media yang digunakan untuk membantu orang saling berhubungan, dan karena terjadi secara online, orang dapat berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Media social adalah media yang berfokus pada eksistensi diri, dan seseorang bebas untuk mengekspresikan dirinya menunjukkan sesuatu dalam dirinya. Media social memiliki aplikasi yang memungkinkan remaja menjadi berpikiran terbuka. Remaja lebih suka berbagi informasi pribadi, seperti di media social. Mereka juga melakukan ini untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan mereka, respon positif, dan memastikan bahwa mereka diterima di lingkungan mereka.

Penelitian yang dilakukan Sundar (2013) menemukan bahwa media sosial mengisyaratkan tingkat self-esteem sang pemilik akun (Kompas.com, 2013; Jpnn.com, 2014). Hasil penelitian menunjukkan pengguna media sosial dengan berbagai aktivitasnya di dunia maya menunjukkan gambaran akurat mengenai dirinya sendiri. Pengguna media sosial dengan self-esteem rendah cenderung mengkhawatirkan apa yang orang lain posting tentang mereka di jejaring sosial, mereka akan lebih banyak menggunakan waktunya di media sosial (dalam hal ini Instagram) dengan memantau konten, menghapus posting yang mendapatkan respons negatif dari orang lain. Pengguna media sosial yang memiliki self-esteem lebih tinggi cenderung menghabiskan waktu untuk membangun citra personal di media sosial. Mereka lebih sering memposting mengenai apa yang mereka suka atau tidak suka, opini tentang sesuatu, juga persepsi-nya tentang berbagai hal

(Kompas. com, 2013; Jpnn.com, 2014). (Ferdiana, 2016) Berdasarkan penelitian-penelitian yang ada terlihat bahwa self-disclosure atau keterbukaan diri ke media atau jejaring sosial tidak terlepas dari self-esteem (harga diri) individu.

Berdasarkan dari fenomena diatas self-disclosure seseorang di media sosial tidak terlepas dari self-esteem individu. (Velasco, 2013) menyatakan bahwa self-esteem merupakan salah satu dimensi yang bisa mempengaruhi selfdisclosure secara online. Hal ini disebabkan oleh perbedaan antara individu dengan self-esteem tinggi dan rendah yang paling menonjol adalah ketika berada di public (Baumister, 1898). (Matthews, 1993) dalam (Ferdiana, 2016) menambahkan bahwa individu dengan self-esteem tinggi dapat menerima dirinya dan mengizinkan orang lain mengetahui apa yang dipikirkan dan dirasakan. Kesediaan membuka diri kepada orang lain tersebut merupakan indikasi dari selfdisclosure yang tinggi, dengan demikian nampak bahwa self-esteem tinggi menyebabkan self-disclosure yang tinggi pula.

Individu dengan self-esteem rendah sangat tidak mudah untuk mengungkapkan diri. Penggunaan teknologi untuk menengahi interaksi interpersonal memberikan kesempatan bagi individu dengan self-esteem rendah untuk melindungi diri dari umpan balik negatif. Jika dihadapkan dengan situasi yang menimbulkan risiko interpersonal, individu dengan self-esteem rendah lebih suka menggunakan e-mail atau media sosial lain dari pada dengan berkomunikasi tatap muka (Joinson, 1989) Baumeister, dkk, 1989, mengatakan Individu dengan self-esteem yang tinggi cenderung mengambil risiko untuk diri meningkatkan diri, sementara individu dengan self-esteem rendah akan melindungi dirinya dan tidak

mengambil risiko penghinaan publik, meskipun keberhasilan akan bermanfaat dalam meningkatkan nilai diri mereka (Ferdiana, 2016)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengajukan rumusan masalah penelitian sebagai berikut: “Apakah ada hubungan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada generasi Z yang menggunakan media sosial instagram.

D. Batasan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dibatasi agar peneliti menjadi lebih berfokus dan diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian dengan lebih efektif. Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah mengenai Hubungan Antara *Self-esteem* dengan *Self-disclosure* pada generasi Z yang menggunakan media social *Instagram* dan peneliti membatasi sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu generasi Z yang menggunakan media social *Instagram*.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *Self-esteem* dengan *Self-disclosure* pada generasi Z yang menggunakan media sosial instagram.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian bertujuan memberikan manfaat yang berarti secara teoritis dan praktis, manfaat tersebut yaitu :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan dalam bidang psikologi khususnya psikologi perkembangan mengenai *self-esteem* dan *self-disclosure* pada generasi Z.
2. Secara praktis dari penelitian ini diharapkan agar semua pihak dapat mengetahui bagaimana hubungan antara *self-esteem* dan *selfdisclosure* pada generasi Z yang menggunakan media sosial instagram.



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016).

Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan social secara virtual. Rulli Nasrullah (2017).

Menurut (Nasrullah R. , 2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation).

Media sosial (Social Media) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (user) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking). Andreas Kaplan dan Michael Haenlein

mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user- generated content" .

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial mempunyai ciri – ciri seperti, pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet, Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper, pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya, dan penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Van dijk dalam (Nasrullah R. , 2015) menyatakan bahwa media social adalah flatform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam melakukan aktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus ikatan social.

Mieke dan Young dalam (Nasrullah R. , 2015) mengartikan kata media social sebagai kenvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media public untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhusuan individu. Menurut Boyd dalam (Nasrullah R. , 2015) media social sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan

individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi informasi dengan pengguna lain dalam mengetahui produk yang diinginkan dan peran media sosial bagi perusahaan sangatlah penting untuk meningkatkan minat beli konsumen melalui promosi modern berbasis teknologi.

B. Generasi Z

1. Pengertian Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang dilahirkan dalam kisaran tahun 1996-2010 sehingga sering disebut sebagai generasi teknologi (KontanCoId, 2021). Dilihat dari kisaran usia tersebut, generasi Z pada tahun 2022 memiliki kisaran usia 10–23 tahun.

Julukan ini tercipta karena generasi ini lahir dan berkembang ketika dunia mulai dikuasi oleh web, internet, smartphone, laptop dan media digital (Csobanka Z. , 2016) Generasi Z berpusat pada digital dan teknologi karena generasi ini lahir dan tumbuh pada saat teknologi digital berkembang dengan cepat. Generasi ini dibesarkan di era digital dengan aneka teknologi yang canggih dan sejak kecil generasi ini sudah mengenal dan akrab dengan berbagai gadget yang canggih (Mukhlis, 2015).

Generasi Z dianggap sebagai generasi yang kreatif, inovatif serta sangat ahli dalam menggunakan teknologi (Priporas, 2017) Hal ini didukung oleh keadaan dimana dalam kesehariannya generasi Z selalu online pada smartphone

ataupun gadget yang mereka miliki. Melalui smartphone, generasi ini mampu melakukan aktivitas di internet seperti berbelanja online, bermain game serta berbalas pesan melalui media sosial (Biznetworks, 2013).

Generasi Z berbeda dengan generasi lainnya. Generasi Z lahir di zaman internet yang sudah berkembang dengan pesat. Berbeda dengan generasi X atau Y yang mana pada generasi X dan Y mereka merasakan kecepatan internet di tahap pertengahan dan mereka sempat merasakan hegemoni media koran dan buku-buku fisik sehingga mereka masih bisa sabar dan mengendalikan diri. Sedangkan generasi Z sudah mengetahui internet dari sejak lahir (Ardina, 2017) Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa generasi Z merupakan generasi yang lahir pada rentang waktu 1996-2010 dan lahir ketika teknologi internet sedang berkembang dengan cepat dan memiliki julukan sebagai generasi internet.

2. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang paling unik, beragam dan canggih secara teknologi dikarenakan generasi Z lahir ketika internet sudah menjadi budaya yang global (Singh A, 2016) Generasi ini dapat disebut sebagai iGeneration, Generasi Net, atau Generasi Internet. (Bencsik, 2016) menyebutkan bahwa generasi Z memiliki karakteristik berani dan percaya diri dalam mengambil sikap, menyukai hal-hal yang praktis atau instant, orientasi hidupnya hanya untuk saat ini (live here and now) cepat dalam mengakses informasi, multitasking, dan cenderung melakukan hubungan sosial secara virtual dan cenderung menganggap internet sebagai sebuah solusi dari permasalahan hidup mereka. Nagy dalam (Csobanka, 2016) juga menyebutkan bahwa generasi Z memiliki karakteristik menggunakan

jejaring sosial dan internet, ahli dalam menggunakan teknologi, memiliki sifat yang toleran dan fleksibel dikarenakan generasi ini sudah terbiasa dengan perubahan serta perbedaan yang terjadi, menggunakan jejaring sosial sebagai media komunikasi, multitasking, menyukai hal yang instant, serta cenderung mencari dan mendapatkan teman melalui internet.

Generasi ini memiliki cara komunikasi dan media sosial yang informal dan individual. Generasi ini cenderung lebih realistis tentang harapan kerja mereka dan lebih positif tentang masa depan. Akan tetapi berdasarkan temuan Generational White Paper (2011), diperoleh gambaran bahwa generasi Z yang cenderung lebih tidak sabar, berpikiran instan, mengalami gangguan defisit perhatian dengan ketergantungan yang tinggi pada teknologi dan rentang perhatian yang rendah, individualistis, lebih banyak menuntut, serakah, materialistik dan merasa menjadi generasi yang paling berhak .

Tidak jauh berbeda dengan pernyataan yang sebelumnya, (Santosa, 2015) turut mengungkapkan karakteristik generasi Z yaitu:

1. Memiliki Ambisi Besar Untuk Sukses Generasi ini memiliki ambisi yang besar untuk sukses, ini dikarenakan generasi ini banyak memiliki role model yang mereka idolakan. Ambisi yang mereka miliki ini juga telah didukung oleh kondisi dunia yang sudah lebih maju.
2. Berperilaku Instan Generasi ini menyukai pemecahan masalah yang praktis. Mereka tidak menyukai proses yang panjang untuk mencermati suatu masalah. Hal ini dikarenakan mereka lahir didalam dunia yang serba instan dan praktis.

3. Cinta Kebebasan Generasi ini menyukai kebebasan, baik kebebasan berpendapat, berkreasi, berekspresi dan lain-lain. Hal ini dikarenakan mereka lahir didunia modern yang tidak lagi berada dalam kekuasaan orang lain untuk mengontrol keinginan mereka. Percaya Diri Generasi ini cenderung percaya diri dan juga memiliki sikap optimis dalam banyak hal. Mereka juga dapat melihat permasalahan dari segi positif.
4. Digital dan Teknologi Informasi Sesuai dengan namanya, generasi ini lahir pada era digital yang sedang berkembang sangat pesat. Generasi ini sangat mahir dalam menggunakan gadget yang ada dan menggunakan teknologi dalam keseluruhan aspek serta fungsi sehari-hari. Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik dari generasi Z adalah memiliki ambisi yang besar untuk sukses, berperilaku instan karena mereka menyukai hal-hal yang praktis, cinta kebebasan, percaya diri dan memiliki sikap yang optimis serta digital teknologi informasi karena generasi ini sangat mahir dalam menggunakan teknologi.

C. Self-disclosure

1. Pengertian *Self-disclosure*

Secara bahasa, self-disclosure berasal dari dua kata, yaitu self dan disclosure. Self berarti diri sendiri dan disclosure berasal dari kata closure yang berarti penutupan atau pengakhiran sehingga disclosure dapat diartikan sebagai terbuka atau keterbukaan. Secara garis besar self- disclosure dapat diartikan sebagai proses keterbukaan (Pamuncak, 2011).

Self-disclosure dapat juga disebut dengan keterbukaan diri (Supratiknya, 1995) Menurut mamus besar Bahasa Indonesia keterbukaan diri merupakan keterbukaan tentang informasi diri sendiri kepada orang lain. Informasi yang disampaikan kepada orang lain merupakan informasi yang bersifat pribadi, dilakukan secara sukarela dan disengaja untuk maksud memberikan informasi yang akurat tentang dirinya sendiri. Informasi yang bersifat pribadi tersebut mencakup aspek; (1) sikap atau opini, (2) selera dan minat, (3) pekerjaan atau pendidikan, (4) fisik, (5) keuangan, dan (6) kepribadian (Gainau, 2009) Selfdisclosure dapat juga disebut sebagai kegiatan membagi perasaan dan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain yang umumnya belum diketahui oleh orang lain.

Informasi yang diberikan bervariasi mulai dari informasi yang umum hingga informasi yang spesifik. Dan biasanya self-disclosure dilakukan dalam keadaan sadar. Informasi yang disampaikan mencakup nilai diri, perasaan diri, emosi, sikap, status, keinginan atau karakteristik diri serta berbagai jenis informasi lainnya (Devito, 2015)

Menurut Morton, self-disclosure merupakan kegiatan memberikan dan membagikan perasaan dan informasi kepada orang lain. Informasi self-disclosure ini bersifat deskriptif dan evaluatif. Deskriptif artinya individu membagikan berbagai fakta mengenai dirinya sendiri yang mungkin belum diketahui oleh orang lain, seperti jenis pekerjaan, alamat dan usia. Sedangkan evaluatif artinya individu mengemukakan pendapat atau perasaan pribadinya seperti tipe orang yang disukai atau hal-hal yang tidak disukai (Hidayat, 2012).

Self-disclosure dilakukan untuk melihat bagaimana reaksi atau tanggapan orang lain terhadap situasi yang sedang dihadapinya serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau berguna untuk memahami tanggapan dari orang lain. Self-disclosure ini dilakukan secara sukarela dalam rangka untuk mengembangkan kedekatan terhadap lawan interaksinya (Karina, S M, Suryanto, 2012)

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa self-disclosure merupakan kegiatan membagikan informasi diri kepada orang lain secara sukarela dengan tujuan untuk membangun hubungan yang lebih akrab dengan orang lain. Informasi yang dimaksudkan dapat berupa nilai diri, perasaan diri, emosi, sikap, status, keinginan atau karakteristik diri serta berbagai jenis informasi lainnya.

2. Aspek *Self-disclosure*

Terdapat empat aspek terbentuknya self-disclosure, yaitu sebagai berikut (DeVito, 2015) :

1. The motivation, berkaitan dengan kuantitas dari *self-disclosure* yang dapat diukur dengan apa yang mendorong individu ataupun tujuan dan maksud individu dalam melakukan self-disclosure. Dorongan ini dipertimbangkan dari dalam diri ataupun luar diri seseorang.

Dorongan dari dalam diri ditentukan oleh keinginan individu itu sendiri, sedangkan dorongan dari luar diri ditentukan oleh lingkungan sekitar. Tidak mungkin individu secara tiba-tiba melakukan selfdisclosure apabila tidak memiliki maksud dan tujuan tertentu.

2. The appropriateness, berkaitan dengan kedekatan ataupun kesesuaian antar pendengar saat melakukan *self-disclosure*. *Self-disclosure* bisa saja bersifat khusus yang menyangkut perasaan, tetapi bisa juga menyangkut kepada hal-hal yang bersifat umum. Sejauh mana kita melakukan *self-disclosure* akan ditentukan oleh kedekatan ataupun keintiman dengan lawan bicara. Semakin akrab dengan lawan bicara maka akan semakin dalam *self-disclosure* yang dilakukan.
3. The disclosure of the other person, *self-disclosure* cenderung dilakukan secara jujur dan tepat. Jujur berarti tidak ada informasi yang disembunyikan atau melebih-lebihkan/mengurangkan informasi yang ada sesuai dengan kedalaman informasi yang dibagikan sedangkan tepat berarti informasi yang dibagikan sesuai dengan kondisi dan situasi serta sesuai dengan apa yang dirasakan. Kedalaman terbagi atas dua dimensi yakni *self-disclosure* yang dalam dan dangkal. Informasi yang dangkal disampaikan hanya beberapa aspek-aspek yang umum tentang dirinya sedangkan informasi yang dalam adalah informasi yang mencakup aspek- aspek yang khusus dalam diri individu
4. The Possible Burdness, berkaitan ketepatan individu dalam membagikan informasi diri dengan menyampaikan informasi tentang dirinya kepada orang lain mengenai hal-hal yang bersifat positif/menyenangkan atau hal-hal yang bersifat negatif/menyedihkan.

Ketika melakukan self-disclosure individu bisa saja menyampaikan hal-hal yang menyenangkan ataupun yang tidak menyenangkan dari dirinya. Self-disclosure yang tepat berarti individu menyadari hal positif ataupun hal negatif yang diungkapkan pada saat melakukan self-disclosure. Berdasarkan teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa self-disclosure menurut DeVito memiliki empat aspek yaitu, the motivation, the appropriateness, the disclosure dan the possible burdness.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *Self-disclosure*

Menurut Liliweri (2015) *self-disclosure* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya, konsep diri, kesadaran diri, harga diri, faktor budaya, jenis kelamin, dan topik percakapan (Liliweri, 2015, hal. 180).

a. Konsep Diri

Konsep diri merupakan kumpulan keyakinan tentang diri sendiri yang meliputi beberapa unsur, seperti prestasi, peran gender, dan seksualitas. Konsep diri berkenaan dengan bagaimana individu mengenal dirinya secara konsisten sesuai dengan “label” yang diberikan kepada individu tersebut (Liliweri, 2015)

b. Kesadaran Diri

Kesadaran diri berkaitan dengan definisi individu yang semakin jelas dan konsisten tentang “konsep diri” individu tersebut dan akan mempengaruhi disposisi atau sikapnya (Liliweri, 2015)

c. Harga Diri

Carla Valencia berpendapat bahwa *self-esteem* adalah penerimaan, rasa hormat, kepercayaan, dan kepuasan yang dimiliki oleh diri individu itu sendiri sebagai pribadi baik tidak disadari ataupun disadari. *Self-esteem* merupakan sikap terhadap diri sendiri yang dapat diukur dengan skala positif dan negatif (Liliweri, 2015)

d. Faktor Budaya

Nilai maupun budaya yang dipahami individu akan mempengaruhi tingkat *self-disclosure*, bahkan kedekatan budaya antar individu. Baik budaya dalam keluarga, pertemanan, ataupun daerah, dan Negara akan berperan penting dalam mempengaruhi pengkapan diri (Liliweri, 2015)

e. Jenis Kelamin

Self-disclosure lebih banyak dilakukan oleh wanita dibandingkan dengan pria. Menurut penelitian, bahwa wanita lebih terbuka dibandingkan dengan pria (Liliweri, 2015)

f. Topik Percakapan

Individu cenderung membuka diri terhadap tema atau topik tertentu dibandingkan dengan topik lain. Semakin pribadi dan negatif topik, maka akan semakin kecil untuk diungkapkan kepada orang lain (Liliweri, 2015)

4. Karakteristik *Self-disclosure*

DeVito, (2015) mengemukakan bahwa *self-disclosure* mempunyai beberapa karakteristik umum antara lain yaitu:

- a. *Self-disclosure* adalah suatu tipe komunikasi tentang informasi diri yang pada umumnya tersimpan, yang dikomunikasikan kepada orang lain.
- b. *Self-disclosure* adalah informasi diri yang seseorang berikan merupakan pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain dengan demikian harus dikomunikasikan.
- c. *Self-disclosure* adalah informasi tentang diri sendiri yakni tentang pikiran, perasaan dan sikap.
- d. *Self-disclosure* dapat bersifat informasi secara khusus. Informasi secara khusus adalah rahasia yang diungkapkan kepada orang lain secara pribadi yang tidak semua orang ketahui.
- e. *Self-disclosure* melibatkan sekurang-kurangnya seorang individu lain, oleh karena itu *Self-disclosure* merupakan informasi yang harus diterima dan dimengerti oleh individu lain. Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik dari *self-disclosure* adalah *self-disclosure* merupakan suatu tipe komunikasi tentang informasi diri yang umumnya dirahasiakan dan tidak diketahui oleh orang lain dan kemudian diberitahu dan informasi yang disampaikan dapat bersifat umum ataupun khusus yang mencakup pikiran, perasaan dan sikap yang melibatkan sekurang-kurangnya seorang individu lain.

D. Self Esteem

1. Pengertian Self Esteem

Self-esteem merupakan salah satu bagian dari kepribadian seseorang yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Menurut (Coopersmith, 1976) Self-esteem adalah evaluasi yang di buat oleh individu dan biasanya berhubungan dengan penghargaan terhadap dirinya sendiri, hal ini mengekspresikan suatu sikap setuju atau tidak setuju dan menunjukkan tingkat dimana individu itu meyakini diri sendiri mampu, penting, berhasil dan bangga.

Secara umum Self-esteem merupakan salah satu komponen evaluatif dari konsep diri, representasi diri yang lebih luas sehingga mencakup aspek kognitif dan behavior yang bersifat menilai dan afektif. Blascovich & Tomaka (dalam Coetzee, 2005). Menurut (Santrock J. W., 2003) Self-esteem merupakan dimensi evaluatif yang menyeluruh dari diri. Self-esteem juga di sebut sebagai self-esteem atau gambaran diri. Roman (dalam Coetzee, 2005) menjabarkan Self-esteem sebagai kepercayaan diri seseorang, mengetahui apa yang terbaik bagi diri dan bagaimana melakukannya. Clement dan Bean (1995) juga menyatakan Self-esteem adalah penilaian-penilaian seseorang tentang dirinya sendiri dari berbagai titik pandangan yang berbeda, apakah individu tersebut sebagai orang yang berharga dan sebaiknya.

Menurut Maslow (dalam Alwisol, 2002) Self-esteem merupakan suatu kebutuhan manusia yang memerlukan pemenuhan atau pemuasan untuk dilanjutkan ke tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Kebutuhan terhadap Self-esteem oleh Maslow dibagi menjadi dua jenis yaitu penghargaan diri dan

penghargaan dari orang lain. Maslow (dalam Schultz, 1981) juga mengemukakan bahwa sekali seseorang merasa dicintai dan memiliki rasa (sense of belonging), maka mereka akan mengembangkannya kebutuhan untuk penghargaan (need for esteem).

Dariuszky (2004: 6) mengemukakan Self-esteem sebagai pemilatan seseorang bahwa dirinya mampu menghadapi tantangan hidup dan mendapat kebahagiaan. Atwater (dalam Dariuszky, 2004: 13) mengemukakan, sebenarnya Self-esteem adalah cara seseorang merasakan dirinya sendiri, dimana seseorang akan menilai tentang dirinya sehingga mempengaruhi perilaku dalam kehidupannya sehari-hari. Seseorang yang memiliki Self-esteem yang tinggi, lebih menghargai dirinya atau melihat dirinya sebagai sesuatu yang bernilai dan dapat mengenali kesalahan-kesalahannya, tetapi tetap menghargai nilai-nilai yang ada pada dirinya (Rosenberg, dalam Sara Burnett dan Wright, 2002).

Self-esteem adalah suatu hasil penilaian individu terhadap dirinya yang diungkapkan dalam sikap positif dan negatif. Self-esteem berkaitan dengan bagaimana orang menilai tentang dirinya akan mempengaruhi perilaku dalam kehidupan sehari-hari (Tambunan, 2001). Banyak sekali teori yang membahas tentang Self esteem, (D, Frey & C J, Carlock, 1987) mengajukan dua komponen dalam Self-esteem yaitu kompetensi diri dan keberhargaan diri. Kompetensi diri (self competencer) adalah perasaan seseorang menumpuk Self esteem, bahwa dirinya kompeten untuk menjalani hidup.

Berdasarkan beberapa definisi dari para tokoh diatas, maka di simpulkan bahwa Self-esteem adalah suatu penilaian subyektif yang di buat individu sebagai

hasil evaluasi mengenai dirinya yang tercermin dalam sikap positif atau negatif. Dengan mengekspresikan suatu sikap setuju atau tidak setuju yang berasal dari berbagai sumber, baik internal maupun eksternal.

2. Aspek-aspek *Self-esteem*

Aspek-aspek *Self-esteem* (Coopersmith, 1976) menyebutkan terdapat empat aspek dalam *Self-esteem* individu. Aspek-aspek tersebut yaitu power, significance, virtue, dan competence :

a) *Power* (Kekuatan)

Kekuatan atau power menunjukkan pada adanya kemampuan seseorang untuk dapat mengatur dan mengontrol tingkah laku dan mendapat pengakuan atas tingkah laku tersebut dan orang lain. Kekuatan dinyatakan dengan pengakuan dan penghormatan yang diterima seorang individu dari orang lain dan adanya kualitas atas pendapat yang diutarakan oleh seorang individu yang nantinya diakui oleh orang lain.

b) *Significance* (Keberartian)

Keberartian atau significance menunjukkan pada kepedulian, perhatian, afeksi dan ekspresi cinta yang di terima oleh seseorang dari orang lain yang menunjukkan adanya penerimaan dan popularitas individu dari lingkungan sosial. Penerimaan dari lingkungan ditandai dengan adanya kehangatan, respon yang baik dari lingkungan dan adanya ketertarikan lingkungan terhadap individu dan lingkungan menyukai individu sesuai dengan keadaan diri yang sebenarnya

c) *Virtue* (Kebajikan)

Kebajikan atau *virtue* menunjukkan suatu ketaatan untuk mengikuti standar moral dan etika serta agama dimana individu akan menjauhi tingkah laku yang harus di hindan dan melakukan tingkah laku yang di izinkan oleh meral, etika dan agama. Dianggap memiliki sikap yang positif dan akhirnya membuat penilaian positif terhadap diri yang artinya seseorang telah mengembangkan *Selfesteem* yang positif padu dirinya sendiri,

d) *Competnce* (Kemampuan)

Kemampuan atau *competence* menunjukkan sastu performasi yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai prestasi (*need of achievement*) diman level dan tugas-tugas tersebut tergantung pada variasi usia seseorang. *Self-esteem* pada masa remaja meningkat menjadi lebih tinggi bila remaja tahu apa tugastugas yang penting untuk mencapai tujuannya, dan karena mereka telah melakukan tugas tugasnya tersebut atau tugas lain yang serupa. Para peneliti jug menemukan bahwa *self-esteem* remaja dapat meningkatkan saat remaja menghadapi masalah dan mampu menghadapinya (dalam santrock, 2003).

Mengantes (2005: 23) juga mengemukakan bahwa *Selfesteem* sendiri dari beberapa aspek yaitu pertama, kakutan atau *power* merupakan satu kemampuan untuk bisa mengatur dan mengontrol tingkah laku yang mendapatkan pengakuan dan rasa hormat yang di terima individu dari orang lain. Kedua,signifikansi yaitu adanya kepedulian, perhatian dan afeksi yang diterima individu dan lingkungan sosialnya. Ketiga, kebajikan menunjukkan adanya suatu ketaatan untuk mematuhi dan tidak melanggar standar moral, etika,

dan agama. Keempat, kompetensi adalah suatu kemampuan untuk saukoes mematuhi tuntutan prestasi yang ditandai dengan keberhasilan individu dalam mengerjakan bermacam tugas dengan baik.

Dengan demikian dalam penelitian ini menggunakan aspekpek Self estoom yang di kemukakan oleh Coopersmith (1967) yang terdin dari kekuatan, keberartian, kebajikan dan kemampuan. Herter (dalam Bitar, 2004: 55) menyatakan bahwa pada individu tingkatan *Self-esteem* yang berbeda dapat dipengaruhi beberapa hal yakni:

- a. *Scholastic competence*, yaitu merasa memiliki kemampuan dibidang akademik
- b. *Social competence*, yaitu merasa diterima dan dihargai lingkungan teman sebaya.
- c. *Athletic competence*, yaitu merasa memiliki kemampuan di bidang olah raga
- d. *Phycal appearance*, yaitu merasa memiliki penampilan yang menarik
- e. *Job competence*, yaitu merasa memiliki keahlian lebih
- f. *Romantic appeal*, yaitu merasa memiliki daya tarik romantis terhadap orang lain.
- g. *Behavioral conduct*, yaitu mampu melakukan hal yang benar dan menghindari masalah.
- h. *Close friendship*, yaitu mampu menjalin dan mempertahankan hubungan dengan teman dekat.

Menurut James (dalam Susanty, 2006), individu akan memiliki *Self-esteem* yang tinggi apabila individu tersebut merasa sangat baik terhadap salah satu aspek yang diperdulikannya. Oleh karena itu apabila individu merasa sangat baik terhadap salah satu aspek maka ia akan memiliki *Self-esteem* yang tinggi, begitu pula sebaliknya apabila individu merasa sangat baik terhadap salah satu aspek maka individu tersebut akan memiliki *Self-esteem* yang rendah.

3. Faktor-faktor *Self-esteem*

Menurut (Coopersmith, 1976) terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi *Self Esteem*, yaitu :

a. Penerimaan atau penghinaan terhadap diri

Individu yang merasa dirinya berharga akan memiliki penilaian yang lebih baik atau positif terhadap dirinya dibandingkan dengan individu yang tidak seperti itu. Individu dengan *self-esteem* yang baik akan mampu menghargai dirinya sendiri, menerima dirinya, dan tidak menganggap rendah dirinya. Individu dengan *self-esteem* yang baik mengenali keterbatasan dirinya sendiri dan mempunyai harapan untuk maju dengan memahami potensi yang dimiliki. Sebaliknya individu dengan *self-esteem* rendah umumnya akan menghindari persahabatan, cenderung menendiri, dan tidak puas akan dirinya, walaupun mereka yang memiliki *self-esteem* rendah sesungguhnya memerlukan dukungan.

b. Kepemimpinan dan Popularitas

Seseorang mendapatkan validasi atas penilaian atau keberartian dirinya Ketika ia menunjukkan perilaku yang sesuai dengan ekspektasi lingkungannya. Salah satu contohnya adalah pada lingkungan persaingan. Dalam lingkungan persaingan, individu dapat membuktikan seberapa besar kepemimpinan dan kepopulerannya.

c. Keluarga dan Orang tua

Keluarga dan orang tua memiliki porsi terbesar dalam factor dalam mempengaruhi *self-esteem* karena keluarga merupakan modal pertama dalam proses imitasi. Alasan lainnya karena perasaan dihargai oleh keluarga merupakan nilai penting dalam perkembangan harga diri.

d. Keterbukaan diri dan Kecemasan

Keterbukaan diri (*self-disclosure*) dan kecemasan, individu yang memiliki keterbukaan diri dengan lingkungan secara positif akan berpengaruh pada harga dirinya, individu cenderung menerima keyakinan, nilai-nilai, sikap dan moral, dari orang lain maupun dari lingkungan orang lain jika dirinya diterima dan dihargai. Sebaliknya, seseorang akan mengalami kekecewaan bila ditolak oleh lingkungannya.

Sedangkan Menurut Koentjoro (dalam wayuni, 2007) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan *self-esteem* antara lain:

e. Lingkungan keluarga

Lingkungan keluarga merupakan tempat bersosialisasi pertama bagi seseorang. Hal ini berkaitan dengan sikap orang tua yang merupakan faktor yang mempengaruhi harga diri. Dimana perlakuan adil, pemberian kesempatan untuk aktif, pendidikan demokratis, didapatkan pada individu yang mempunyai *self-esteem* yang tinggi.

f. Lingkungan social

Lingkungan sekitar individu berinteraksi mempunyai pengaruh bagi pembentukan *self-esteem* individu. Pembentukan *self-esteem* individu dimulai sejak individu menyadari bahwa dirinya berharga sebagai individu dengan lingkungannya, penerimaan, penghargaan serta perlakuan orang lain terhadap individu tersebut. Dengan kata lain pembentukan *self-esteem* lebih ditentukan dari lingkungan sosial, faktor lingkungan sosial yang dimaksud adalah faktor manusia (sesama manusia), baik ketika manusia itu hadir secara langsung maupun tidak langsung.

g. Lingkungan Psikologis

Penerimaan diri atau penghargaan individu tersebut kepikiran tentang dirinya yang lebih kuat dan mendalam dan pembentukan harga diri, sehingga individu untuk dapat menentukan arah dirinya pada saat mulai memasuki hidup bermasyarakat sebagai anggota masyarakat yang sudah dewasa.

h. Jenis kelamin

Perbedaan jenis kelamin mengakibatkan terjadinya perbedaan dalam pola berpikir, cara berpikir dan bertindak antara laki-laki dan perempuan. Keadaan ini dimungkinkan melihat cara perlakuan orang tua dan harapan masyarakat yang berbeda pada kedua jenis kelamin. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi *self-esteem* yaitu : orang tua, teman sejawat, pencapaian prestasi, kepemimpinan – popularitas, diri sendiri, dukungan keluarga, dukungan sosial, faktor psikologis, dan jenis kelamin.

4. Tingkatan *Self-esteem*

(Coopersmith, 1976) membagi tingkat *Self-esteem* (self esteem) menjadi dua golongan yaitu:

a. Individu dengan *Self-esteem* yang Tinggi (Positif) :

1. Aktif dan dapat mengekspresikan diri dengan baik
2. Berhasil dalam bidang akademik dan menjalin hubungan social
3. Dapat menerima kritikan dengan baik
4. Percaya pada persepsi dan reaksinya sendiri
5. Tidak terpacu pada dirinya sendiri atau hanya memikirkan kesulitannya sendiri
6. Memiliki keyakinan diri, tidak didasarkan atas fantasi, karena mempunyai kemampuan, kecakapan dan kualitas diri yang tinggi.

7. Tidak terpengaruh oleh penilaian orang lain tentang kepribadianya
8. Lebih mudah menyesuaikan diri dengan suasana yang menyenangkan sehingga tingkat kecemasannya rendah dan memiliki ketahanan diri yang seimbang.

b. Individu dengan *Self-esteem* yang rendah (Negatif)

1. Memiliki perasaan inferior
2. Takut gagal dalam membina hubungan sosial
3. Terlihat sebagai orang yang putus asa dan depresi
4. Merasa diasingkan dan tidak diperhatikan
5. Kurang dapat mengekspresikan diri
6. Sangat tergantung pada lingkungan
7. Tidak konsisten
8. Secara pasif mengikuti lingkungan
9. Menggunakan banyak taktik mempertahankan diri (defense mechanism). Berdasarkan dari pemaparan diatas, *self-esteem* terbagi dua, yaitu *self-esteem* positif dan *self-esteem* negatif.

E. Pengguna Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna *Instagram* pada

setiap tahunnya. Popularitas *Instagram* kini semakin melejit. Hal ini ditandai dengan jumlah pengguna yang meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada Oktober 2021 karyawan *Instagram* yang meminta untuk tidak disebutkan namanya mengatakan pada CNBC bahwa *Instagram* mencapai 200 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active user MAU*). (Kompascom, 2021)

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.

Pada aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menjelajahi konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi dan melihat konten yang sedang tren. Pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka masuk kepada beranda. Melalui Instagram

pengguna dapat mengunggah foto dan video pendek kemudian membagikannya kepada pengguna lain. Pada gambar yang diunggah, pengguna dapat menambahkan tag kepada orang tertentu dan penentuan lokasi. Pengguna juga dapat mengatur akun mereka sebagai "pribadi", sehingga mengharuskan mereka menyetujui setiap permintaan pengikut baru.

Pengguna dapat menghubungkan akun Instagram mereka ke situs jejaring sosial lain, memungkinkan mereka untuk berbagi foto yang diunggah ke situs-situs tersebut. Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki. Adapun beberapa kelebihan dari Instagram sendiri yaitu beberapa diantaranya adalah :

- i. *Instagram* merupakan penghubung dengan beberapa jaringan saluran yang sangat luas ketika seseorang meletakkan profil *Instagram* dalam situs mereka dan seseorang akan langsung dapat menemukan galeri yang langsung dipenuhi identitas dan bahkan produk yang dijual. ii.

Dapat menarik lalu lintas yang terlibat, melibatkan banyak komunitas dan membangun kembali seperti tersambung pada Youtube, Facebook dan lainnya, foto foto yang saling terkait akan membangun jaringannya yang lebih luas.

2. Fitur-fitur Instagram

Di dalam aplikasi *Instagram* terdapat fitur-fitur yang dapat digunakan, diantaranya sebagai berikut :

1. *Follower* (Pengikut)

Sistem sosial di dalam *Instagram* adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *Instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam *Instagram*, dapat menggunakan temanteman mereka yang juga menggunakan *Instagram* melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

2. Mengunggah foto

Kegunaan utama dari *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera ataupun fotofoto yang ada di album foto.

3. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi *Instagram* dapat disimpan di dalam iDevice tersebut. Penggunaan kamera melalui

Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna.

4. Efek foto

Sebelum membagikan foto atau video di Instagram, para pengguna dapat memberikan efek-efek pada foto atau video tersebut.

Efek-efek yang digunakan sudah terdapat dalam aplikasi Instagram. Setelah itu memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna.

5. Judul Foto

Setelah penyuntingan foto, maka foto akan dibawa ke laman selanjutnya kemudian foto tersebut akan diunggah. Sebelum mengunggah foto pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada di pikirkan oleh pengguna. Pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut dalam sebuah kategori antara lain :

➤ *Arroba*

Seperti facebook dan twitter, *Instagram* juga memiliki fitur untuk menyinggung pengguna lain dengan memasukkan tanda arroba (@) kemudian memasukkan nama akun *Instagram* dari pengguna yang ingin di singgung. Pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya dalam foto, namun juga dapat juga menyinggung dalam kolom komentar. o Label Foto Label dalam *Instagram* merupakan sebuah kode yang memudahkan pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci.

➤ *Lebel*

Dapat digunakan dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto tersebut. Pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, lokasi pengambilan foto, untuk menginformasikan sebuah acara, untuk menandakan sebuah lomba, atau menandakan bahwa foto tersebut merupakan sebuah komunitas. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkan label yang sesuai dengan informasi yang berkaitan dengan foto.

➤ *Geotagging*

Geotagging adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web ataupun foto dengan geotag, pengguna dapat mendeteksi lokasi tempat pengambilan foto. Bagian geotag akan muncul ketika para pengguna *Instagram* mengaktifkan gps mereka.

6. DM atau Direct Message

Merupakan fitur yang dapat digunakan untuk mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna *Instagram* yang lain. dalam fitur ini juga dapat digunakan untuk membentuk suatu grup bagi para penggunanya untuk dapat berkomunikasi dengan orang banyak sekaligus.

7. Instastory

Merupakan singkatan dari *Instagram* stories. Instastory ini adalah salah satu fitur *Instagram* yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam setelahnya. Di dalam fitur Instastory juga terdapat efek-efek yang dapat menghibur para penggunanya. *Instagram* sangat fokus pada tujuannya untuk menjadi mediator komunikasi melalui gambar atau foto. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat memaksimalkan fitur kamera pada gadgetnya dengan maksimal. Pengguna hanya tinggal melakukan pemotretan, melakukan koneksi dengan aplikasi ini dan mengedit bila perlu untuk kemudian diupload ke server Instagram. Foto yang telah dibagikan akan otomatis di share kepada followers sekaligus server pusat. Setiap orang dapat "berkomunikasi" dengan foto. Ini adalah bentuk komunikasi yang baru dimana komunikasi tidak lagi berupa verbal tapi juga dalam bentuk gambar. Komunikasi di era cyber merupakan komunikasi yang berdasar pada pemaknaan

interpretative orang-orang terhadap simbol-simbol yang berkeliaran didalamnya. Dan baru-baru ini terdapat fitur terjemahan teks pada *Instagram Stories*. Sama seperti di Feed Instagram, fitur ini dapat menerjemahkan teks secara otomatis.

8. Peraturan Instagram

Ada beberapa peraturan yang tersedia dalam *Instagram* agar pengguna tidak mengunggah foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Seperti pelarangan untuk mengunggah foto-foto yang berbau pornografi, dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta izin terlebih dahulu. Bila ada salah satu foto dari akun yang terlihat sama oleh pengguna lain, maka pengguna tersebut memiliki hak untuk menandai foto tersebut dengan bendera atau melaporkannya kepada pihak Instagram.

9. Tanda suka

Fitur ini berfungsi sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah. Dan baru baru ini telah ada fitur suka pada instastory dan fitur menyembunyikan jumlah suka pada unggahan atau postingan milik pengguna maupun orang lain. Jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting untuk membuat foto menjadi terkenal. Bila foto tersebut terkenal, maka secara langsung foto tersebut masuk kedalam halaman populer.

10. Live Room

Pada awalnya *Instagram* Live hanya bisa dilakukan maksimal sebanyak dua pengguna. Namun, saat ini *Instagram* telah memunculkan Live Room yang dapat dilakukan hingga maksimal empat pengguna. Live Room memiliki empat jendela dalam satu layar yang dapat diisi empat pengguna sekaligus. Dan dalam Live Room juga mirip seperti zoom yaitu pengguna dapat mematikan audio dan video saat live streaming berlangsung. Fitur ini muncul akibat meningkatnya live streaming selama pandemic Covid-19.

11. Reel dan Reel Remix

Instagram merilis fitur baru yaitu Reel serta Reel Remix. Reel merupakan fitur yang sedangkan Reel Remix yaitu yang memungkinkan pengguna dapat memasukkan konten orang lain kedalam konten mereka. Fitur ini mirip seperti Tik Tok duet dimana konten antar pengguna bisa dijadikan satu untuk berduet.

F. Hubungan Antara *Self-disclosure* Dengan *Self Esteem*.

Masa remaja adalah masa yang menyenangkan, namun juga masa yang kritis dan masa yang sulit, karena masa ini merupakan masa transisi atau masa peralihan antara masa kanak – kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan fisik, psikis dan psikososialnya. Menurut Atkinson, dkk (2009), tugas remaja yaitu dituntut untuk mencari dan mengembangkan persepsi identitas diri (sense of individual identity), dimana remaja dituntut untuk mencari identitas akan dirinya seperti apa, dan mengembangkan persepsi tentang dirinya. Dalam

perkembangannya remaja juga memiliki kebutuhan akan sosialnya, salah satu kebutuhan tersebut yaitu kebutuhan akan pengakuan, yang pengakuan tersebut diperoleh melalui penilaian orang lain mengenai dirinya sendiri. Tahap perkembangan remaja yang salah satu tugasnya menurut William Kay (dalam Jahja, 2011) adalah mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal dan belajar bergaul dengan teman sebaya atau orang lain, baik secara individual ataupun kelompok. Menurut Suciati, (2015) Sebuah perkembangan hubungan akan diikuti dengan perkembangan Self-disclosure.

Menurut Devito (1995), bahwa self-disclosure Self-disclosure, merupakan sebuah tipe komunikasi tentang informasi diri pribadi yang umumnya disembunyikan, namun dikomunikasikan kepada orang lain. Bungin, (2008) selfdisclosure merupakan kebutuhan seseorang sebagai jalan keluar atas tekanantekanan yang terjadi pada dirinya. Joinson (2004) mengungkapkan bahwa tingkat signifikansi self-disclosure lebih tinggi terjadi pada komunikasi melalui yang termediasi oleh perangkat computer dari pada dengan komunikasi tatap muka, yang termasuk didalamnya jejaring sosial. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat dari Bargh, dkk (2002) yang mengatakan bahwa jenis interaksi melalui jejaring sosial lebih memungkinkan terjadi proses keterbukaan diri dibandingkan dengan interaksi yang terjadi dengan bertatap muka, proses keterbukaan diri di media online lebih sering terjadi karena adanya anonimitas. dalam (Ferdiana, 2016).

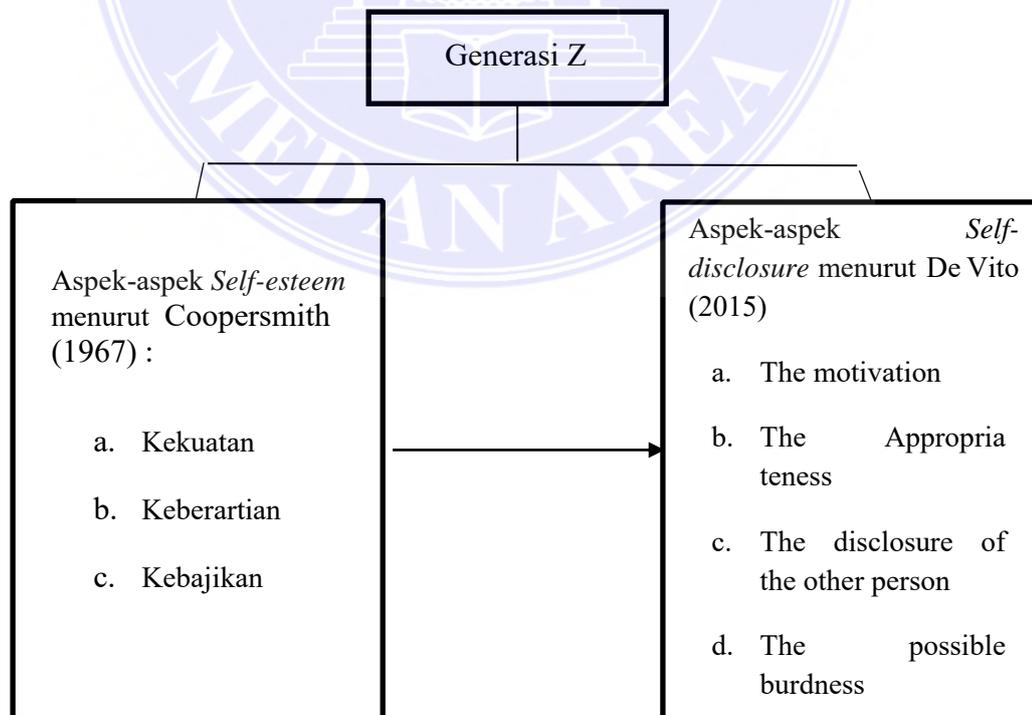
Penggunaan media sosial selain untuk membangun maupun memperluas hubungan sosial melalui dunia maya juga berfungsi untuk menjadi media dalam

menyampaikan apa yang terjadi saat ini, apa yang dialami dan apa yang dirasakannya semua dapat dituangkan dengan menggunakan satu aplikasi yang terdapat dalam media sosial atau jejaring sosial (Weiser, 2001). Hasil penelitian dari (H Krasnova, S Spiekermann, K Koroleva, & T Hildebrand, 2010) mengatakan bahwa motivasi seseorang menggunakan media sosial karena merasakan kenyamanan dalam menceritakan informasi pribadinya. (dalam Ferdiana 2016). Sedangkan Menurut Michener dan DeLamer (1999) individu dengan self-esteem (self esteem) tinggi bersikap asertif, terbuka dan memiliki kepercayaan terhadap dirinya. Sikap asertif tersebut memungkinkan mereka dapat menyatakan apa adanya sehingga self-disclosure yang dilakukan bukan sebagai topeng untuk menutupi kelemahannya. Individu dengan self-esteem negatif menunjukkan perilaku yang menghambat self-disclosurenya .

Perilaku dan sikap yang dimunculkan dipengaruhi oleh kepribadian salah satunya harga diri. Menurut (Coopersmith, 1976) perkembangan self-esteem pada individu akan berpengaruh terhadap proses pemikiran, perasaan-perasaan, keinginan-keinginan, nilai-nilai dan tujuan-tujuannya. Velasco (2013) menyatakan bahwa self-esteem merupakan salah satu dimensi yang bisa mempengaruhi selfdisclosure secara online. Dariuszky, (2004) mengemukakan seseorang dengan self-esteem tinggi dapat memandang dirinya sama dengan orang sehingga dapat dengan mudah berinteraksi dan berbagi informasi dengan orang lain (Sari, Tri, & Mujab, 2006, dalam Rahmadani 2012). Hal ini bisa dilihat karakteristik kepribadian yang memiliki hubungan konsisten dengan perilaku Self-disclosure salah satunya adalah harga diri. Pendapat Sparks dalam Norell, (1984) (Sari, Tri,

& Mujab, 2006. Dalam Rahmadani,2012) Self-disclosure pada remaja dipengaruhi oleh persepsi dari rasa berharga sebagai anggota keluarga. Mathews (1993) (dalam ferdiana,2016) menambahkan bahwa individu dengan self-esteem tinggi dapat menerima dirinya dan mengizinkan orang lain mengetahui apa yang dipikirkan dan dirasakan. Kesiediaan membuka diri kepada orang lain tersebut merupakan indikasi dari self-disclosure yang tinggi, dengan demikian nampak bahwa self-esteem tinggi menyebabkan self-disclosure yang tinggi pula. Persepsi bahwa dirinya berharga merupakan makna dari harga diri, dengan kata lain Selfdisclosure remaja dipengaruhi oleh harga dirinya. Oleh karena itu cara seseorang saat memposting atau mengungkapkan diri tidak bisa lepas dari pengaruh Selfesteem orang itu sendiri.

G. Kerangka Konseptual



H. Hipotesis atau Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas hipotesis dalam penelitian ini bahwa “Aadanya hubungan antara *Self-esteem* dengan *Self-disclosure* generasi Z yang menggunakan media sosial Instagram”. Dengan asumsi “semakin tinggi *Selfesteem* individu maka semakin tinggi *Self-disclosure* nya dan sebaliknya, semakin rendah *Self-esteem* individu maka akan semakin rendah *Self-disclosure* nya.”



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan model kolerasional. (Sugiyono, 2009) Maksud kolerasional dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara variable bebas (X) dengan variable tergantung (Y) yaitu *Self-esteem* (variable X) dengan *Self-disclosure* (variable Y).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Untuk menguji hipotesis penelitian, terlebih dahulu didefinisikan variable-variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variabel bebas (X) : *Self Esteem*
2. Variabel tergantung (Y) : *Self-disclosure*

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi dari operasinal setiap variabel dalam penelitian ini, akan dijelaskan secara satu-persatu sebagai berikut:

1. *Self-esteem* (variable X)

Self-esteem adalah evaluasi positif atau negative individu tentang dirinya sendiri atau sejauh mana seorang individu menerima dirinya sendiri. Penilaian ini dapat dilihat dari persepsi mereka tentang keberadaan dan *self-esteem* mereka. Dalam hubungannya dengan diri sendiri, menunjukkan sejauh mana seorang individu mengevaluasi dirinya sebagai individu yang kompeten, penting dan berharga.

2. *Self-disclosure* (variable Y)

Definisi *operasional* self-disclosure dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: *Self-disclosure* merupakan kegiatan membagikan informasi diri kepada orang lain secara sukarela dengan tujuan untuk membangun hubungan yang lebih akrab dengan orang lain. Informasi yang dimaksudkan dapat berupa nilai diri, perasaan diri, emosi, sikap, status, keinginan dan informasi lainnya.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan dari semua subjek atau individu yang memiliki ciri-ciri khusus, khas, dan lengkap untuk di selidiki Menurut sugiyono (2009), populasi adalah mencakup semua individu yang menjadi sumber sample. Populasi adalah sekumpulan kasus dimana kondisi tertentu berkaitan dengan masalah penelitian perlu di penuhi. Kasus-kasus tersebut dapat berupa orang, barang, binatang atau benda, atau peristiwa, dengan ciri-ciri tertentu yang membentuk penelitian. (Arikunto, 2001) apabila subjek penelitian kurang dari 100 orang sebaliknya diambil semua. Apabila lebih maka disarankan mengambil 1030 % dari jumlah populasi yang ada. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z pengguna media social *Instagram*. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

2. Sample dan Tehnik Pengambilan Sample

Suatu populasi biasanya sangat luas, sehingga tidak mungkin untuk mengambil seluruhnya sebagai subjek penelitian. Karena berbagai keterbatasan,

antara lain dalam segi waktu dan kemampuan, sehingga hanya dapat meneliti sebagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2009), sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang bisa dianggap mewakili populasi. Hasil dari penelitian diharapkan dapat digeneralisasi kepada seluruh populasi. Menurut (Hadi, 2001) syarat utama agar dapat dilakukan generalisasi adalah bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian harus dapat mencerminkan keadaan populasinya. Sample dalam penelitian ini berjumlah 153 orang hal ini Berdasarkan hasil pengisian google form yang diperoleh bahwasanya jumlah total sample 153 yang terdiri dari 115 Perempuan dan 38 orang laki-laki.

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan teknik accidental sampling yaitu tehnik pengumpulan data dengan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yang artinya pada saat melakukan siapa saja dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data yang dibutuhkannya. (Sugiyono 2016)

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2013) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis dan berbagai pilihan didalamnya untuk dijawab oleh responden.

Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode skala. Skala merupakan suatu prosedur dalam pengambilan data yang merupakan suatu alat ukur aspek afektif yang merupakan konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2006)

(Hadi, 2000) menyatakan bahwa skala dapat digunakan dalam penelitian berdasarkan asumsi-aumsi sebagai berikut: 1. Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri 2. Apa yang dinyatakan oleh subjek dalam penelitian adalah benar dan dapat dipercaya 3. Interpretasi subjek tentang pernyataan-pernyataan yang diajukan kepadanya sama dengan yang dimaksud peneliti. Skala tersebut disusun berdasarkan metode skala Likert dimana nilai skala setiap pernyataan diperoleh dari jawaban subjek yang menyatakan mendukung (favorable) atau yang tidak mendukung (unfavorable).

Skala penelitian berbentuk tipe pilihan dari tiap butir diberi 4 pilihan jawaban. Metode skala yang digunakan terdiri dari 2 jenis yaitu skala untuk mengukur Self-esteem dengan Self-disclosure pada generasi Z. Skala tersebut menggunakan skala likert yang berupa pernyataan yang terdiri dari aitem favorable dan unfavorable dengan empat alternative jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) untuk setiap empat butir jawaban. Adapun pemberian nilai untuk pernyataan favorable dan unfavorable dinilai nilai 1-4.

Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pernyataan (favourable) adalah Sangat Setuju (SS) mendapat 4, Setuju mendapat nilai 3, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju

(STS) mendapat nilai 1, sedangkan untuk pernyataan yang (unfavourable) penilaian yang diberikan adalah Sangat Setuju (SS) mendapat 1, Setuju (S) mendapat nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai 4.

1. Skala *Self Esteem*

Skala dibuat berdasarkan Aspek-aspek *Self-esteem* menurut Coopersmith (1967) antara lain meliputi :

- 1) Aspek kekuatan (Power)
- 2) Aspek Keberartian (Significance)
- 3) Aspek Kebajikan (Virtue)
- 4) Aspek Kompetensi (Competence)

Skala tersebut menggunakan skala likert yang berupa pernyataan yang terdiri dari aitem *favorable* dan *unfavorable* dengan empat alternatif jawaban yang sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) untuk setiap empat butir jawban. Adapun pemberian nilai untuk pernyataan *favorable* dan *unfavorable* dinilai dengan nilai 1-4.

Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pernyataan (*favorable*) adalah Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 4, Setuju (S) mendapat nilai 3, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) Mendapat nilai 1, sedangkan untuk pernyataan yang (*unfavorable*) penilaian yang diberikan adalah Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 1, Setuju (S) mendapat nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) Mendapat nilai 4.

2. Skala Self-disclosure

Skala dibuat berdasarkan Aspek-aspek Self-disclosure menurut menurut De Vito (2015) antara lain meliputi :

1. The motivation
2. The Appropriateness
3. The disclosure to other person
4. The possible burdness

Skala tersebut menggunakan skala Likert yang berupa pernyataan yang terdiri dari aitem favorable dan unfavorable dengan empat alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) untuk setiap empat butir jawaban.

Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pernyataan (favorable) adalah Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 4,

Setuju (S) mendapat nilai 3, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 2, dan Sangat

Tidak Setuju (STS) Mendapat nilai 1, sedangkan untuk pernyataan yang (unfavorable) penilaian yang diberikan adalah Sangat

Setuju (SS) mendapat nilai 1, Setuju (S) mendapat nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) Mendapat nilai 4.

2. Validitas dan Reliabilitas

Baik tidaknya suatu penelitian ditentukan oleh suatu alat ukur.

Oleh karena itu, suatu alat ukur sebelum digunakan dalam suatu

penelitian harus memiliki syarat validasi dan reabilitas sehingga alat tersebut tidak menyediakan hasil pengukuran dari kesimpulan yang akan didapat.

1. Validitas

Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. (Arikunto, 2006) Ditambahkan oleh Azwar (1996), bahwa suatu alat ukur dapat dikatakan mempunyai validasi yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsinya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dikenakannya alat ukur tersebut. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur, dalam hal ini angket diuji validitasnya dengan menggunakan teknik analisis Product Moment rumus angka kasar dari Pearson, yaitu mencari koefisien korelasi antar tiap butir dengan skor total, (Hadi, 1996).

2. Reliabilitas

Konsep reliabilitas instrument adalah untuk mengetahui seberapa reliabel hasil pengukuran. Ini juga dikenal sebagai keandalan, kekekalan stabilitas, konsistensi, dan sebagainya. Pengukuran berulang dari kelompok yang sama dari orang yang di uji dapat di andalkan selama hasilnya relative sama, selama aspek kelompok yang di ukur dari orang yang di uji tidak berubah (Azwar, 1996) Analisis reliabilitas alat ukur yang dipakai adalah teknik Anova Hoyt (Hadi dan

Pamardiningsih, 2000)

3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik kolerasi *Product Moment* dari *Carl Pearson*. Alasan digunakannya tehnik ini karena penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara satu variable bebas yaitu *Self-esteem* dan satu variable terikat yaitu *Selfdisclosure*.

Sebelum dilakukan analisis data dengan tehnik analisis *Product Moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data penelitian yang meliputi :

- i. **Uji Normalitas**, yaitu untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing-masing variabel telah menyebar secara normal.
- ii. **Uji linearitas**, yaitu untuk mengetahui apakah data variable independent memiliki hubungan linier dengan variable dependen. Dari pengujian skala hingga pengujian hipotesis, semua data penelitian dianalisis menggunakan computer yang menjalankan SPSS 25 (Paket statistic untuk ilmu social) for windows.

Semua data penelitian , mulai dari uji coba skala sampai kepada pengujian hipotesis, dianalisis dengan menggunakan computer berprogram SPSS 25 (*Statistical Package For The Social Science*) for windows.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan simpulan dan saran-saran sehubungan dengan hasil penelitian ini. Pada bagian pertama akan dijabarkan simpulan dari peneliti ini dan pada bagian berikutnya akan dikemukakan saran-saran yang dapat digunakan bagi para pihak terkait.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Terdapat korelasi positif yang signifikan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada generasi Z pengguna media social instagram. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,762$; P Sig 0,000 ($P < 0,05$). Artinya semakin tinggi *self-esteem* generasi Z pengguna media social *Instagram* maka semakin tinggi *self-disclosure* nya, sebaliknya jika semakin rendah *self-esteem* generasi Z pengguna media social *Instagram* maka *self-disclosure* nya semakin rendah pula. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini dinyatakan di terima.
2. *Self-disclosure* memberikan pengaruh sebesar 54,4% terhadap terbentuknya *self-esteem* pada generasi Z pengguna media social instagram. Dari hasil ini maka diketahui bahwa masih terdapat 45,6%

82

pengaruh dari faktor lain yang mempengaruhi *self-esteem* yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

3. Diketahui bahwa *self-esteem* pada generasi Z pengguna media social *Instagram* berada dalam kategori tinggi sebab mean empirik (86,11) lebih besar dari mean hipotetiknya (70) dan selisihnya sebesar 16,11 melebihi bilangan SD (10,306). Diketahui pula *self-disclosure* yang dimiliki generasi Z pengguna media social *Instagram* dalam kategori tinggi karena mean empirik (90,30) lebih besar dari mean hipotetik (70) dan selisihnya sebesar 20,3 melebihi bilangan SD (13,666).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan kesimpulan diatas, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Diharapkan bagi mahasiswa untuk meningkatkan aspek keberartian dengan memiliki kemampuan beradaptasi dengan lingkungannya agar diterima oleh lingkungannya dan diharapkan bagi mahasiswa memiliki kekuatan berupa kontrol diri yang baik terhadap lingkungan yang dapat menimbulkan respon positif dari orang lain, sehingga respon tersebut menghasilkan perasaan diterima yang akan lebih meningkatkan *self-esteem* mahasiswa. Diharapkan bagi mahasiswa untuk lebih memahami diri sendiri mengenai keadaan emosi yang dialami agar lebih memudahkan mahasiswa dalam melakukan *self-*

disclosure.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menyadari bahwa penelitian ini memiliki kekurangan, maka disarankan kepada peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini untuk lebih menekankan tentang teori yang lebih banyak, meneliti faktor-faktor lain, agar memperoleh lebih lengkap sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal, juga disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan memperhatikan variabel lain yang memiliki peran terhadap variabel *self-disclosure*. Disarankan untuk melakukan turun lapangan secara langsung untuk lebih mudah dalam menghimpun subjek.

DAFTAR PUSTAKA

- A Sagiyanto & N Ardiyanti. (2018). *Self-disclosure* Melalauin Media Sosial *Instagram* (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak Journal Of Communication*, 2(1), 81-94.
- Ardina, I. (2017). *Mengenal Generasi Z*. Retrieved Juni 25, 2019, from Beritatarag,Id: <https://beritatarag.id/artikel/gaya-hidup/mengenal-generasi-z>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Pendekatan Praktik Dalam Berbagai-bagaiannya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar. (2006). *Reliabilitas dan Validitas* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumister, R. T. (1898). Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem. *Jurnak Of Personality*, 547-579.
- Bencsik, A. C. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Jurnal Of Competitiveness* .
- Biznetworks. (2013). *Z Generation, Worlds Future Citizen* . Retrieved from <http://www.biznetworks.com/assets/doc/inspire-magazine-jul2013.pdf>.
- Cahyono, A. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal perkembangan masyarakat*.
- Coopersmith. (1976). *The Attencedent of Self Esteem*. San Fransisco: W.H. Freeman and Company.
- Csobanka. (2016). The Z Generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 6(2).
- Csobanka, Z. (2016). The Z Generation. 6(2). Retrieved 07 11, 2021
- D, Frey & C J, Carlock. (1987). *Enhancing self esteem*. Indiana: Accelerated Development Inc.
- Databoks. (2021, Oktober 15). (A. Mutia, Editor) Retrieved Desember 16 , 2021, fromDaaboks:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Dencker, J. C. (2008). Towards a theoretical framework linking generational memories to workplace attitudes and behaviors. *Management Review*.
- Devito, J. (2015). *Human Communication (13th ed)* . New York: Pearson Education .

- Dewi, R. (2019, Oktober 13). *Kecanduan Media Sosial, Saat waktu habis untuk main Facebook, Instagram, Twitter*. Retrieved from Kompas, Com: <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/13/210146965/kecanduan-media-sosial-saat-waktu-habis-untuk-main-facebook-instagram-dan?page=all>
- E E Hollenbaugh & A L Ferris. (2014). Facebook Self-Disclosure: Examining The Role of Traits, Social. *Computers In Human Behaviour*, 50-58.
- Ferdiana, S. P. (2016). *Self-esteem dan Self-disclosure Mahasiswa Psikologi Pengguna Blackberry Messenger*. *Jurnal Psikologi Terapan*, 7, 1-8. Retrieved Mei 14, 2021
- Gainau, M. (2009). Keterbukaan diri (self disclosure) siswa dalam perspektif budaya dan implikasinya bagi konseling. *Jurnal*. Retrieved 07 07, 2021 , from <http://www.puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/jiw/artikel/view/17061>
- H Krasnova, S Spiekermann, K Koroleva, & T Hildebrand. (2010). Online Social Networks: Why we disclose. *Jurnal of Information Technology*, 25(2), 109-125. Retrieved 12 05, 2021, from <http://www.palgrave-journals.com>.
- Hadi, S. (2000). *Statistik. Jilid I*. Yogyakarta: Liberty.
- Hadi, S. (2001). *Metode Research*. Yogyakarta: Liberty.
- Hasanah, C. (2012, 06 1). *Mengapa Orang Gemar Curhat Lewat Media Sosial?* Retrieved 12 6, 2021, from Kompas Com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2012/06/01/23174881/~Beranda~Gaya>
- Hidayat, D. (2012). *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta : Graha Ilmu .
- Husna, N. (2018). *Fenomenologi Komunikasi Generasi Z* . Binus University.
- Ifdil. (2013). Konsep Dasar *Self-disclosure* dan Pentingnya Bagi Mahasiswa Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Pedagogi Fakultas Ilmu Pendidikan*. Jakarta : Erlangga .
- Joinson, A. N. (1989). Self-esteem, interpersonal risk, and preference for e-mail to face-to face communication. *CyberPsychology & Behavior*, 7 (4), 472-
- Karina, S M, Suryanto. (2012). Pengaruh Keterbukaan Diri terhadap Penerimaan Sosial pada Anggota Komunitas Backpacker Indonesia Regional Surabaya

- dengan Kepercayaan terhadap Dunia Maya sebagai Intervening Variabel. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*. Retrieved 06 12, 2021
- Kompascom. (2021, Desember 15). (R. K. Nistanto, Editor) Retrieved Januari 10, 2022, from Kompas. Com.
- KontanCoId. (2021, November 23). *Kontan Co Id*. Retrieved Desember 04, 2021, from Kontan Co Id.Koentjoro (dalamWahyuni, 2007).
[http://dannypaijo.blogspot.com/\(worchel,dkk](http://dannypaijo.blogspot.com/(worchel,dkk)
(dalamDayakisni&Hudaniah,2003)).
- Kusma, A. (2013). Generation Z and Techology. . *Isprire By Biznet: Quarterly Lifestyle & Technology Magazine*.
- Liputan6. (2012, Mei 22). Retrieved Juni 10, 2021, from Liputan6: <https://www.liputan6.com/tekno/read/403823/tujuh-darise puluh-orang- curhat-di jejaring>
- Maharrani, A. (2019, Mei 16). Retrieved 10 12, 2021, from Beritagar ,id: <https://beritagar.id/artikel/berita/generasi-z-pengguna-internet-terbesar-diindonesia>
- Matthews, D. W. (1993). *Acceptance Of Self and Others*. Retrieved Juni 12, 2021, from <http://www.ces.ncsu.edu>
- Mukhlis, H. (2015). *Pahami Remaja Generasi Z*. Alfath School Indonesia,Tangerang: AF Megazine.
- N N Santi & R Damariswara. (2017). Hubungan antara *Self-esteem* dengan *Selfdisclosure* pada saat Chatting di Facebook. *Pedagogia Jurnal Pendidikan, VI(1)*, 110-123. doi:10.21070
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media .
- Nasrullah. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* . Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Pamuncak, D. (2011). *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-disclosure Pengguna Facebook*. Jakarta : Uin Syarif Hidayatullah .
- Papalia, E. (2014). *Menyelami Perkembangan Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.

- Priporas, C. S. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing : A Future A genda . *Jurnal Of Computers In Human Behavior* .
- Putra, Y. (2016). Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. *Jurnal Among Makarti*.
- Santosa, T. E. (2015). *Raising Children in Digital Era*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santrock, J. (2015). *Life-Span Development*. New York: Mc Graw-Hill.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence Perkembangan Remaja (edisi keenam)*.
- Singh A, a. (2016). Understanding The Generation Z, the Future Workface . *SouthAsian Jurnal Of Multidisciplinary Studies* .
- Stillman, D. (2018). *Generasi Z : Memahami Karakter Generasi Baru yang akan Mengubah Dunia Keerja* . Jakarta : Gramedia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Supratiknya. (1995). *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta : Kanisius .
- Tirto.Id. (2019). *Riset Mandiri : Teknologi Mempengaruhi Generasi Z*. Retrieved 09 4, 2021, from Tirto Id: <https://tirto.id/bagaimanateknologi-memengaruhi-masa-depan-generasi-z-Cfhp>
- Triana, Y.D Erliana, K Mustafa. (2018). Hubungan Antara Self Compassion dengan *Self-disclosure* pada Remaja di Panti Asuhan Tritunggal Sumbawa. *Jurnal Prismawa*, 10-13.
- Velasco. (2013). Retrieved Juni 07, 2021, from From School of Information and Library science online: <http://www.cdr.lib.unc.edu>.



Lampiran 1. Data Penelitian
a. Data Penelitian *Self-esteem*

Subje k	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	Jumlah	
1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	88	
2	1	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	70	
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	80	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
6	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	101	
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	103	
8	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	77	
9	3	4	4	2	2	4	2	2	1	3	3	3	4	4	4	1	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	1	78
10	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	84	
11	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82	
12	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	86	
13	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1	3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	4	3	3	3	4	89	
14	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3	2	3	3	4	2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	4	85	
15	2	4	4	1	1	4	1	4	3	1	2	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	2	1	4	2	4	4	3	82	
16	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	90	

17	1	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	4	96		
18	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	4	3	3	3	1	4	3	3	1	3	1	1	4	3	3	80		
19	1	3	3	2	2	3	2	3	4	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	77		
0	1	3	3	2	2	3	2	2	1	1	1	3	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	56	
21	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	4	2	2	55		
22	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	59		
23	2	4	3	2	2	3	2	1	4	2	2	2	2	3	3	4	2	1	2	3	3	2	2	1	2	4	3	4	70	
24	1	3	3	2	2	3	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	2	1	3	3	3	66	
25	1	3	3	2	2	3	2	2	2	1	1	3	1	3	3	2	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	2	59	
26	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	3	1	3	3	3	2	2	59	
27	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3	66	
28	3	4	3	2	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	81	
29	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	39
30	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	86	
31	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	88
32	1	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	70	
33	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	80	
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
36	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	101
37	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	103
38	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	77	

39	3	4	4	2	2	4	2	2	1	3	3	3	4	4	4	1	2	2	4	4	4	2	2	2	2	3	4	1	78
40	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	84
41	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82
42	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	86	
43	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1	3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	4	3	3	3	4	89
44	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3	2	3	3	4	2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	4	85
45	2	4	4	1	1	4	1	4	3	1	2	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	2	1	4	2	4	4	4	82
46	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	90
47	1	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	4	96
48	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	4	3	3	1	3	1	1	4	3	3	80
49	1	3	3	2	2	3	2	3	4	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	77
50	1	3	3	2	2	3	2	2	1	1	1	3	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	56
51	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	4	2	2	55
52	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	59
53	2	4	3	2	2	3	2	1	4	2	2	2	2	3	3	4	2	1	2	3	3	2	2	1	2	4	3	4	70
54	1	3	3	2	2	3	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	2	1	3	3	3	66
55	1	3	3	2	2	3	2	2	2	1	1	3	1	3	3	2	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	2	59
56	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	3	1	3	3	3	2	2	59
57	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3	66
58	3	4	3	2	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	81
59	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	39
60	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	86
61	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	88

62	1	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	70	
63	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	80	
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
66	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	101	
67	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	103	
68	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	77	
69	3	4	4	2	2	4	2	2	1	3	3	3	4	4	4	1	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	1	78
70	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	84	
71	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82	
72	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	86	
73	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1	3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	4	3	3	3	4	89	
74	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3	2	3	3	4	2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	4	85	
75	2	4	4	1	1	4	1	4	3	1	2	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	2	1	4	2	4	4	3	82
76	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	90	
77	1	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	96	
78	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	4	3	3	1	3	1	1	4	3	3	80	
79	1	3	3	2	2	3	2	3	4	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	77	
80	1	3	3	2	2	3	2	2	1	1	1	3	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	56	
81	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	4	2	2	55	
82	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	59	
83	2	4	3	2	2	3	2	1	4	2	2	2	2	3	3	4	2	1	2	3	3	2	2	1	2	4	3	4	70	
84	1	3	3	2	2	3	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	2	2	1	3	3	3	66

85	1	3	3	2	2	3	2	2	2	1	1	3	1	3	3	2	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	2	59	
86	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	3	1	3	3	3	2	2	59	
87	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3	66	
88	3	4	3	2	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	81	
89	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	39
90	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	86	
91	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	88
92	1	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	70	
93	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	80	
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
96	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	101	
97	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	103	
98	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	77	
99	3	4	4	2	2	4	2	2	1	3	3	3	4	4	4	1	2	2	4	4	4	2	2	2	2	3	4	1	78	
100	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	84	
101	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82	
102	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	86	
103	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1	3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	4	3	3	3	4	89	
104	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3	2	3	3	4	2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	4	85	
105	2	4	4	1	1	4	1	4	3	1	2	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	2	1	4	2	4	4	3	82	
106	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	90	
107	1	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	4	96	

108	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	4	3	3	1	3	1	1	4	3	3	80	
109	1	3	3	2	2	3	2	3	4	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	77	
110	1	3	3	2	2	3	2	2	1	1	1	3	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	56	
111	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	4	2	2	55		
112	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	59		
113	2	4	3	2	2	3	2	1	4	2	2	2	2	3	3	4	2	1	2	3	3	2	2	1	2	4	3	4	70	
114	1	3	3	2	2	3	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	2	1	3	3	3	66	
115	1	3	3	2	2	3	2	2	2	1	1	3	1	3	3	2	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	2	59	
116	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	3	1	3	3	3	2	2	59	
117	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3	66	
118	3	4	3	2	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	81	
119	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	39
120	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	86	
121	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	88
122	1	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	70	
123	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	80	
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
126	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	101	
127	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	103	
128	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	77	
129	3	4	4	2	2	4	2	2	1	3	3	3	4	4	4	1	2	2	4	4	4	2	2	2	2	3	4	1	78	
130	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	84	

b. Data Penelitian *Self-disclosure*

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	Jumlah	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	87
2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	73	
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	80	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
6	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	98	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	102	
8	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	78	
9	2	4	4	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	1	2	3	4	4	4	2	2	2	2	2	3	75	
10	2	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	82	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83	
12	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	87	
13	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	3	86	
14	2	4	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	80	
15	3	4	4	1	1	1	1	4	3	2	1	2	3	4	4	4	3	1	3	4	4	4	2	1	1	4	2	4	75	
16	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	88	
17	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	97	
18	3	4	3	3	3	3	3	1	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	1	1	4	79
19	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	75	
20	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	56	

21	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	4	56	
22	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	61		
23	2	4	3	2	2	2	2	1	4	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	4	67		
24	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	2	2	2	1	3	64		
25	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	3	3	2	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	58		
26	1	3	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	3	3	3	55		
27	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	64		
28	2	4	3	2	2	2	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	77		
29	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	38
30	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	87
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	87
32	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	73	
33	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	80	
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
36	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	98	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	102	
38	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	78	
39	2	4	4	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	1	2	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	75	
40	2	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	82		
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83	
42	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	87		
43	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	86		
44	2	4	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	80		

45	3	4	4	1	1	1	1	4	3	2	1	2	3	4	4	4	3	1	3	4	4	4	2	1	1	4	2	4	75	
46	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	88	
47	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	97
48	3	4	3	3	3	3	3	1	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	1	1	4	79	
49	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	75	
50	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	56	
51	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	4	56	
52	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	61	
53	2	4	3	2	2	2	2	1	4	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	4	67	
54	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	1	3	64	
55	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	3	3	2	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	58	
56	1	3	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	3	3	3	55	
57	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	64	
58	2	4	3	2	2	2	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	77
59	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	38
60	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	87
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	87
62	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	73	
63	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	80	
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
66	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	98	
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	102	
68	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	78	

69	2	4	4	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	1	2	3	4	4	4	2	2	2	2	2	3	75	
70	2	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	82	
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83	
72	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	87	
73	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	3	86	
74	2	4	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	80	
75	3	4	4	1	1	1	1	4	3	2	1	2	3	4	4	4	3	1	3	4	4	4	4	2	1	1	4	2	4	75
76	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	88	
77	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	97
78	3	4	3	3	3	3	3	1	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	1	1	4	79	
79	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	75	
80	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	56	
81	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	4	56	
82	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	61	
83	2	4	3	2	2	2	2	1	4	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	4	67	
84	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	1	3	64	
85	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	3	3	2	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	58	
86	1	3	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	3	3	3	55	
87	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	64	
88	2	4	3	2	2	2	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	77	
89	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	38	
90	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	87
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	87
92	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	73	

93	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	80		
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84		
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84		
96	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	98	
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	102
98	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	78	
99	2	4	4	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	1	2	3	4	4	4	2	2	2	2	2	3	75	
100	2	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	82	
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83	
102	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	87	
103	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	3	86	
104	2	4	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	80	
105	3	4	4	1	1	1	1	4	3	2	1	2	3	4	4	4	3	1	3	4	4	4	2	1	1	4	2	4	75	
106	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	88	
107	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	97	
108	3	4	3	3	3	3	3	1	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	1	1	4	79	
109	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	75	
110	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	56	
111	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	4	56	
112	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	61	
113	2	4	3	2	2	2	2	1	4	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	4	67	
114	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	1	3	64	
115	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	3	3	2	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	58	
116	1	3	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	3	3	3	55	

117	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	64	
118	2	4	3	2	2	2	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	77	
119	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	38
120	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	87	
121	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	87
122	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	73
123	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	80
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
126	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	98
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	102
128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	87
129	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	73
130	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	80
131	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
133	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	98
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	102
135	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	4	78
136	2	4	4	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	1	2	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	75
137	2	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	2	2	3	4	3	82
138	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83
139	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	87	
140	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	3	86	

141	2	4	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	80
142	3	4	4	1	1	1	1	4	3	2	1	2	3	4	4	4	3	1	3	4	4	4	2	1	1	4	2	4	75
143	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	88
144	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	97
145	3	4	3	3	3	3	3	1	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	1	1	4	79
146	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	75
147	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	56
148	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	4	56
149	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	61
150	2	4	3	2	2	2	2	1	4	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	4	67
151	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	1	3	64
152	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	3	3	2	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	58
153	1	3	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	3	3	3	55





LAMPIRAN B

SKALA SELF-ESTEEM DAN SELF-DISCLOSURE

DATA IDENTITAS DIRI

Yang terhormat para generasi Z, peneliti meminta kesedian nya untuk meluangkan waktu dan berkenan memberikan jawaban pada quisioner yang telah disediakan. Jawaban serta data responden akan dijaga kerahasiannya sesuai dengan kode etik penelitian dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian dan bahan untuk pengembangan ilmu psikologi serta tidak akan dipublikasikan.

Sebelumnya saya ucapkan terimakasih.

Isilah data-data dibawah ini sesuai dengan data pribadi anda :

1. Nama (inisial) :

2. Usia :

3. Asal :

4. Pekerjaan :

5. *Ushername Instagram* :

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Bacalah setiap pernyataan kemudian berilah jawaban saudara dengan cara memberikan checklist (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan, yaitu :

SS : Sangat Sesuai

TS : Tidak Sesuai

S : Sesuai

STS: Sangat Tidak Sesuai

Contoh :

Jika jawabannya sangat sesuai (SS) anda dapat men-checklist (√), seperti contoh dibawah ini.

SKALA SELF-DISCLOSURE

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya berharap bahwa foto/video/story yang saya upload dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi semua orang				
2.	Saya mengupload foto/video/story tentang prestasi saya di <i>Instagram</i> karena saya ingin orang-orang tahu bahwa saya berprestasi				
3.	Saya mengupload foto/video/story tentang diri saya di <i>Instagram</i> hanya sekedar untuk mengekspresikan diri				
4.	Saya menceritakan keluh kesah saya terhadap pacar saya di <i>Instagram</i> story karena saya ingin pacar saya peka				
5.	Saya mengupload foto/video/story di <i>Instagram</i> tentang hal-hal yang menyenangkan agar perasaan sedih saya hilang				
6.	Saya tidak mengupload foto/video/story di <i>Instagram</i> tentang yang tidak menyenangkan				
	agar perasaan sedih saya hilang				

7.	Saya tidak menceritakan kesalahan yang pernah saya alami di <i>Instagram</i> story karena saya tidak ingin teman-teman belajar dari kesalahan saya				
8.	Saya tidak mengupload foto/video/story apa pun yang sedang saya lakukan di <i>Instagram</i> agar teman-teman saya tidak tahu apa yang sedang saya lakukan				
9.	Saya tidak mengupload foto/video/story di <i>Instagram</i> tentang hal-hal yang menyenangkan agar perasaan sedih saya hilang				
10.	Saya membuat story di <i>Instagram</i> hanya jika ada momen penting saja Saya mengupload foto/video/story di <i>Instagram</i> hanya untuk sharing hobi				
11.	Saya menceritakan keluh kesah saya terhadap teman saya di <i>Instagram</i> story karena saya ingin teman saya peka				
12.	Saya tidak menceritakan keluh kesah saya terhadap teman saya sekalipun pada close friend di <i>Instagram</i> stor				
13.	Saya menceritakan semua masalah saya hanya close friend saja melalui <i>Instagram</i> story				
14.	Saya mengupload foto/video/story di <i>Instagram</i> saat saya sedang bahagia agar teman-teman tahu bahwa saya sedang Bahagia				
15.	Saya menceritakan secara rinci keadaan saya setiap saat hanya pada close friend saya di <i>Instagram</i> stor.				
16.	Saya tidak menceritakan secara rinci keadaan saya setiap saat hanya pada close friend saya di				

	<i>Instagram story</i>				
17.	Saya tidak mengupload foto/video/story tentang bakat saya di <i>Instagram</i> karena saya ingin orang-orang tahu tentang bakat yang saya miliki				
18.	Saya mengupload foto/video/story kesedihan saya di <i>Instagram</i> saat saya merasa sedih				
19.	Saya mengupload foto/video/story tentang hobi saya di <i>Instagram</i> karena saya ingin berbagi informasi tentang hobi saya itu dengan temanteman				
20.	Saya tidak mengupload foto/video/story kesedihan saya di <i>Instagram</i> saat saya merasa sedih				
21.	Saya membagikan informasi/berita yang belum tentu kebenarannya di Instagram				
22.	Saya membagikan informasi/berita yang sudah jelas kebenarannya di <i>Instagram</i>				
23.	Saya mengupload foto/video/story dengan katakata yang mengandung unsur SARA				
24.	Saya terlalu asyik mengupload foto/video/story di <i>Instagram</i> hingga saya lupa mengerjakan tugas				
25.	Saya mengupload foto/video/story tentang diri saya yang menjelekkan agama atau golongan tertentu				
26.	Saya mengupload foto/video/story kata-kata motivasi atau kata-kata penyemangat di instagram				
27.	Sebelum saya mengupload foto/video/story di instagram, saya memeriksa dulu dengan teliti hal yang ingin saya upload agar tidak memiliki dampak yang negative				

28.	Saya tidak mengupload foto/video/story dengan kata-kata yang mengandung unsur SARA				
29.	Saya membuat story di <i>Instagram</i> dengan menggunakan kata-kata negatif untuk menyinggung seseorang				
30.	Saya membuat story dengan mengatakan hal-hal yang dapat menyinggung perasaan orang lain saat saya sedang marah kepada seseorang dan membagikannya ke semua orang di Instagram				



SKALA SELF-ESTEEM

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1.	Teman saya setuju dengan tindakan yang saya lakukan dalam memimpin suatu kelompok				
2.	Pendapat yang saya berikan pada saat tugas kelompok dianggap berarti oleh teman-teman				
3.	Pendapat saya diperhatikan oleh orangtua saya				
4.	Saya merasa pendapat saya jarang diterima orang lain				
5.	Saya tidak keberatan berbohong bila itu jalan keluar yang terbaik				
6.	Saya memperhatikan tutur kata yang tepat saat berbicara dengan orang yang lebih tua				
7.	Teman tidak mengundang saya dalam perayaan ulang tahunnya				
8.	Saya menerima nasehat yang diberikan oleh orang yang lebih tua				
9.	Saya merasa diperhatikan oleh keluarga saya				
10.	Kehadiran saya diperlukan oleh anggota keluarga saya				
11.	Teman-teman saya menerima diri saya apa adanya				
12.	Tidak banyak yang dapat diandalkan pada diri saya				
13.	Orang tua tidak memperdulikan cita-cita saya				
14.	Keluarga saya tidak memperdulikan keberadaan saya				
15.	Saya sering ragu dengan keputusan yang saya ambil				
16.	Saya merasa apa yang saya kerjakan tidak pernah berhasil dengan baik				

17.	saya tidak puas dengan prestasi yang saya capai selama ini				
18.	Saya merasa hidup ini penuh dengan kegagalan				
19.	Saya mengikuti peraturan yang dibuat dalam perkuliahan daring				
20.	Saya memperhatikan aturan-aturan yang berlaku dalam masyarakat				
21.	Saya sering melanggar lampu merah saat berkendara				
22.	Saya mampu menyelesaikan tugas sesuai dengan batas waktu yang sudah saya tentukan				
23.	belajar semaksimal mungkin untuk mencapai indeks Saya prestasi (IP) yang memuaskan pada tiap semester				
24.	Saya percaya menjadi orang sukses dengan usaha keras				
25.	Saya Menyusun perencanaan karir setelah menyelesaikan masa study dengan terstruktur				
26.	Saya tidak pernah merenungkan tujuan yang jelas dalam kehidupan				
27.	Saya memilih untuk meninggalkan masalah yang tidak dapat saya selesaikan				
28.	Saya tidak yakin mampu menghadapi tantangan				
29.	Orang menyayangi saya hanya apabila saya mengikuti kehendak mereka				
30.	Saya menerima kekurangan-kekurangan saya sebagai bagian dari diri saya				



Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Saat Uji Coba Skala

a. Skala *Self-esteem*

Reliability

Scale: *Self-esteem*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.47	1.042	30
VAR00002	3.37	.490	30
VAR00003	2.97	.669	30
VAR00004	2.47	.776	30
VAR00005	2.47	.776	30
VAR00006	2.97	.669	30
VAR00007	2.50	.820	30

VAR00008	2.67	.922	30
VAR00009	2.93	.907	30
VAR00010	1.67	.661	30
VAR00011	2.80	1.157	30
VAR00012	2.47	1.042	30
VAR00013	2.93	.450	30
VAR00014	2.47	1.106	30
VAR00015	2.97	.669	30
VAR00016	2.97	.669	30
VAR00017	2.93	.907	30
VAR00018	2.47	.776	30
VAR00019	2.67	.922	30
VAR00020	2.50	1.137	30
VAR00021	2.97	.669	30
VAR00022	2.97	.669	30
VAR00023	2.37	.850	30
VAR00024	2.10	.803	30
VAR00025	2.50	.820	30
VAR00026	2.67	.922	30
VAR00027	2.37	.850	30
VAR00028	3.37	.556	30
VAR00029	2.97	.669	30
VAR00030	2.93	.907	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	78.37	189.206	.452	.929
VAR00002	77.47	197.499	.400	.929
VAR00003	77.87	188.947	.754	.925
VAR00004	78.37	187.826	.697	.925
VAR00005	78.37	187.826	.697	.925
VAR00006	77.87	188.947	.754	.925
VAR00007	78.33	186.230	.730	.925
VAR00008	78.17	188.282	.558	.927
VAR00009	77.90	186.438	.645	.926
VAR00010	79.17	208.006	-.273	.935
VAR00011	78.03	187.137	.467	.929
VAR00012	78.37	189.206	.452	.929
VAR00013	77.90	195.472	.602	.928
VAR00014	78.37	187.137	.492	.928
VAR00015	77.87	188.947	.754	.925
VAR00016	77.87	188.947	.754	.925
VAR00017	77.90	186.438	.645	.926
VAR00018	78.37	187.826	.697	.925
VAR00019	78.17	188.282	.558	.927
VAR00020	78.33	185.540	.530	.928
VAR00021	77.87	188.947	.754	.925
VAR00022	77.87	188.947	.754	.925
VAR00023	78.47	191.568	.465	.928
VAR00024	78.73	208.478	-.253	.937

VAR00025	78.33	186.230	.730	.925
VAR00026	78.17	188.282	.558	.927
VAR00027	78.47	191.568	.465	.928
VAR00028	77.47	197.982	.317	.930
VAR00029	77.87	188.947	.754	.925
VAR00030	77.90	186.438	.645	.926

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
80.83	203.247	14.256	30

b. Skala *Self-disclosure*

Reliability

Skala : *Self-disclosure*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.57	.935	30
VAR00002	3.37	.490	30
VAR00003	2.73	.944	30
VAR00004	2.37	1.066	30
VAR00005	2.47	1.106	30
VAR00006	2.77	.898	30
VAR00007	2.47	1.042	30
VAR00008	2.57	.935	30
VAR00009	2.73	.944	30
VAR00010	2.70	1.179	30
VAR00011	2.73	.944	30
VAR00012	2.40	1.037	30
VAR00013	1.67	.661	30
VAR00014	2.37	1.066	30
VAR00015	2.73	.944	30
VAR00016	2.33	.844	30
VAR00017	2.43	1.104	30
VAR00018	2.40	.724	30
VAR00019	2.53	.900	30
VAR00020	2.43	1.104	30
VAR00021	2.80	1.157	30
VAR00022	2.53	.900	30
VAR00023	2.37	.850	30

VAR00024	2.77	.971	30
VAR00025	2.53	.900	30
VAR00026	2.47	.900	30
VAR00027	2.30	.794	30
VAR00028	2.77	.935	30
VAR00029	2.10	.803	30
VAR00030	2.93	.450	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	73.77	197.909	.506	.904
VAR00002	72.97	206.792	.359	.906
VAR00003	73.60	195.283	.603	.902
VAR00004	73.97	197.620	.445	.905
VAR00005	73.87	195.913	.483	.904
VAR00006	73.57	194.461	.672	.901
VAR00007	73.87	197.775	.452	.905
VAR00008	73.77	197.909	.506	.904
VAR00009	73.60	195.283	.603	.902
VAR00010	73.63	193.137	.536	.903
VAR00011	73.60	195.283	.603	.902
VAR00012	73.93	197.857	.451	.905
VAR00013	74.67	214.920	-.168	.912
VAR00014	73.97	197.620	.445	.905
VAR00015	73.60	195.283	.603	.902
VAR00016	74.00	196.759	.617	.902

VAR00017	73.90	196.369	.469	.904
VAR00018	73.93	203.513	.390	.905
VAR00019	73.80	198.166	.518	.903
VAR00020	73.90	196.369	.469	.904
VAR00021	73.53	192.947	.554	.903
VAR00022	73.80	198.166	.518	.903
VAR00023	73.97	196.585	.620	.902
VAR00024	73.57	195.220	.587	.902
VAR00025	73.80	198.166	.518	.903
VAR00026	73.87	199.223	.475	.904
VAR00027	74.03	198.102	.597	.902
VAR00028	73.57	195.151	.615	.902
VAR00029	74.23	219.426	-.335	.915
VAR00030	73.40	207.490	.340	.906

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
76.33	212.092	14.563	30

2.Uji Validitas dan Reliabilitas Setelah Uji Coba Skala

Reliability

Scale: Self Esteem

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	153	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	153	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.47	1.033	153
VAR00002	3.36	.481	153
VAR00003	2.97	.653	153
VAR00004	2.48	.762	153
VAR00005	2.48	.762	153
VAR00006	2.97	.653	153
VAR00007	2.51	.804	153
VAR00008	2.66	.904	153
VAR00009	2.93	.889	153
VAR00010	2.80	1.147	153
VAR00011	2.47	1.033	153
VAR00012	2.93	.439	153
VAR00013	2.48	1.083	153
VAR00014	2.97	.653	153
VAR00015	2.97	.653	153
VAR00016	2.93	.889	153
VAR00017	2.48	.762	153

VAR00018	2.66	.904	153
VAR00019	2.51	1.113	153
VAR00020	2.97	.653	153
VAR00021	2.97	.653	153
VAR00022	2.37	.833	153
VAR00023	2.51	.804	153
VAR00024	2.66	.904	153
VAR00025	2.37	.833	153
VAR00026	3.37	.547	153
VAR00027	2.97	.653	153
VAR00028	2.93	.889	153

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	74.64	190.403	.463	.942
VAR00002	73.75	199.109	.391	.942
VAR00003	74.14	190.598	.756	.938
VAR00004	74.63	189.655	.687	.939
VAR00005	74.63	189.655	.687	.939
VAR00006	74.14	190.598	.756	.938
VAR00007	74.60	188.149	.719	.938
VAR00008	74.45	189.618	.571	.940
VAR00009	74.18	188.229	.641	.939
VAR00010	74.31	188.319	.477	.942

VAR00011	74.64	190.403	.463	.942
VAR00012	74.18	197.133	.594	.940
VAR00013	74.63	188.734	.496	.941
VAR00014	74.14	190.598	.756	.938
VAR00015	74.14	190.598	.756	.938
VAR00016	74.18	188.229	.641	.939
VAR00017	74.63	189.655	.687	.939
VAR00018	74.45	189.618	.571	.940
VAR00019	74.60	187.228	.531	.941
VAR00020	74.14	190.598	.756	.938
VAR00021	74.14	190.598	.756	.938
VAR00022	74.75	193.112	.468	.941
VAR00023	74.60	188.149	.719	.938
VAR00024	74.45	189.618	.571	.940
VAR00025	74.75	193.112	.468	.941
VAR00026	73.75	199.231	.332	.942
VAR00027	74.14	190.598	.756	.938
VAR00028	74.18	188.229	.641	.939

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
86.11	204.652	10.306	28

Reliability**Scale: *Self-disclosure*****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	153	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	153	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.40	.642	153
VAR00002	3.52	.501	153
VAR00003	3.41	.579	153
VAR00004	3.33	.657	153
VAR00005	3.22	.595	153
VAR00006	3.21	.731	153
VAR00007	2.82	.820	153
VAR00008	3.44	.524	153
VAR00009	3.27	.607	153

VAR00010	3.45	.499	153
VAR00011	3.22	.681	153
VAR00012	3.43	.559	153
VAR00013	3.41	.567	153
VAR00014	3.10	.686	153
VAR00015	3.12	.797	153
VAR00016	3.33	.657	153
VAR00017	3.21	.731	153
VAR00018	3.07	.792	153
VAR00019	2.76	.894	153
VAR00020	2.51	1.020	153
VAR00021	3.20	.843	153
VAR00022	3.40	.642	153
VAR00023	3.52	.501	153
VAR00024	3.41	.579	153
VAR00025	3.33	.657	153
VAR00026	3.22	.595	153
VAR00027	3.21	.731	153
VAR00028	2.82	.820	153

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	86.90	175.286	.650	.963
VAR00002	86.78	177.960	.638	.963

VAR00003	86.90	174.673	.768	.962
VAR00004	86.97	171.341	.870	.961
VAR00005	87.08	174.802	.736	.962
VAR00006	87.09	172.834	.696	.962
VAR00007	87.48	172.212	.644	.963
VAR00008	86.86	176.830	.693	.962
VAR00009	87.03	172.927	.843	.961
VAR00010	86.85	177.286	.693	.962
VAR00011	87.08	177.467	.486	.964
VAR00012	86.87	177.759	.582	.963
VAR00013	86.90	177.818	.569	.963
VAR00014	87.20	172.992	.736	.962
VAR00015	87.18	173.923	.580	.963
VAR00016	86.97	171.341	.870	.961
VAR00017	87.09	172.834	.696	.962
VAR00018	87.24	170.918	.734	.962
VAR00019	87.54	169.198	.720	.962
VAR00020	87.79	166.416	.733	.962
VAR00021	87.10	172.831	.596	.963
VAR00022	86.90	175.286	.650	.963
VAR00023	86.78	177.960	.638	.963
VAR00024	86.90	174.673	.768	.962
VAR00025	86.97	171.341	.870	.961
VAR00026	87.08	174.802	.736	.962
VAR00027	87.09	172.834	.696	.962

VAR00028	87.48	172.212	.644	.963
----------	-------	---------	------	------

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
90.30	186.751	13.666	28





LAMPIRAN D

UJI NORMALITAS DAN LINEARITAS

Lampiran 4. Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Self Esteem	<i>Self-disclosure</i>
N		153	153
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	86.11	90.30
	Std. Deviation	10.306	13.666
Most Differences	Extreme Absolute	.164	.134
	Positive	.093	.098
	Negative	-.164	-.134
Test Statistic		.164	.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079 ^c	.065 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 5. Uji Linearitas

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
<i>Self-disclosure</i> * <i>Self Esteem</i>	153	100.0%	0	0.0%	153	100.0%

Report

Self-disclosure

Self Esteem	Mean	N	Std. Deviation
39	42.60	5	10.286
55	60.80	5	10.733
56	62.00	5	13.416
59	61.67	15	7.970
66	66.50	10	11.008
70	70.82	11	7.360
77	78.60	10	4.648
78	74.60	5	.894
80	77.64	11	7.593
81	72.80	5	9.391
82	79.40	10	4.115
84	83.20	15	1.265

85	84.40	5	9.839
86	84.70	10	6.290
88	83.17	6	9.390
89	88.40	5	5.367
90	85.40	5	5.814
96	94.00	5	6.708
101	98.00	5	.000
103	102.00	5	.000
Total	76.61	153	14.067

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Self-disclosure * Self Esteem</i>	Between Groups	(Combined)	23034.500	19	1212.342	22.898	.000
		Linearity	22367.086	1	22367.086	422.455	.000
		Deviation from Linearity	667.414	18	37.079	85.700	.096
	Within Groups		7041.748	133	52.945		
Total			30076.248	152			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
<i>Self-disclosure</i> * Self Esteem	.762	.544	.875	.766





LAMPIRAN E
UJI HIPOTESIS

Correlations

		Self Esteem	<i>Self-disclosure</i>
Self Esteem	Pearson Correlation	1	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	153	153
<i>Self-disclosure</i>	Pearson Correlation	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	153	153

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).





SURAT KETERANGAN

Nomor : 665/FPSI/01.10/VI/2022

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Cut Hasanah
 Npm : 188600044
 Program Studi : Ilmu
 Fakultas : Psikologi

adalah benar telah selesai melakukan penelitian/pengambilan data dengan judul: *"Hubungan Antara Self Esteem dengan Self Disclosure Pada Generasi Z Yang Menggunakan Media Sosial Instagram"*

Perlu kami jelaskan bahwa pengambilan data mahasiswa tersebut menggunakan Metode Penelitian Kualitatif.

Berikut kami lampirkan lembar persetujuan responden dan Surat Keterangan dari Pembimbing I dan Pembimbing II menyatakan telah selesainya bimbingan.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 2 Juni 2022

Dekan

 Hasanuddin Ph.D

Tembusan :
 - Mahasiswa Ybs





UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 432/FPSI/01.10/III/2022 31 Maret 2022
Lampiran : -
Hal : **Riset dan Pengambilan Data**

Yth. Bapak/Ibu Ketua
Generasi Z
di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : **Cut Hasanah**
NPM : **188600044**
Program Studi : **Ilmu Psikologi**
Fakultas : **Psikologi**

untuk melaksanakan pengambilan data di **Generasi Z Pengguna Instagram Wilayah Aceh dan Sumatera Utara, Indonesia** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Antara Self Esteem dengan Self Disclosure Pada Generasi Z Yang Menggunakan Media Sosial Instagram"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Sosial Media yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
Pengabdian Kepada Masyarakat



Laili Aifita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



