

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
SELF-DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

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

diajukan oleh

DEWI FORTUNA

18.860.0233



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 14/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)14/3/23

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SELF-DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

dipersiapkan dan disusun oleh
Dewi Fortuna
188600233

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Januari 2023

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

(Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi)

Ketua

(Dr. Risydah Fadilah, M.Psi, Psikolog)

Penguji Tamu

(Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si)

Sekretaris

(Dinda Permatasari Harahap, M.Psi, Psikolog)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
Tanggal 17 Januari 2023

Kepala Bagian



Dinda Permatasari Harahap, M.Psi, Psikolog

Pengetahui
Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/3/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)14/3/23

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dewi Fortuna

NIM : 188600233

Tahun Terdaftar : 2018

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Skripsi ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 17 Januari 2023



Dewi Fortuna

Dewi Fortuna

NPM.188600233

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Fortuna
NPM : 188600233
Program Studi : Psikologi Perkembangan
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

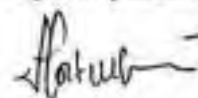
Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul:

"Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self-disclosure* di Media Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area", beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi milik saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 17 Januari 2023

Yang Menyatakan



Dewi Fortuna

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya berupa kesabaran, kelancaran, kemudahan serta kekuatan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA., selaku Ketua Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., selaku Rektor Universitas Medan Area
3. Bapak Hasanuddin, PhD., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
4. Ibu Laili Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog., selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
5. Ibu Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi., selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Ibu Dr. Risydah Fadilah, M.Psi., Psikolog., selaku ketua sidang yang telah memberikan saran dan masukan yang membantu pengembangan isi skripsi ini
7. Bapak Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan dan juga saran-saran dalam proses penyelesaian skripsi ini
8. Ibu Dinda Permatasari Harahap, M.Psi, Psikolog., selaku dosen sekretaris yang membantu penulis dalam merangkum setiap saran dan juga kekurangan yang ada di dalam skripsi ini
9. Para Dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan para staf tata usaha Program Studi Psikologi Universitas

Medan Area yang turut memperlancar proses penyelesaian kuliah dan skripsi penulis

10. Kepada mama tersayang yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, arahan, serta bantuan finansial sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan hingga ke perguruan tinggi
11. Kepada sahabat-sahabatku Ocha, Kiki, Dira, Dila, Pia, terima kasih atas dukungan, doa, dan waktu yang diberikan hingga saat ini, berkumpul bersama kalian merupakan healing terbaik bagi penulis
12. Kepada seluruh teman-teman kelas B2 stambuk 2018 yang secara tidak langsung memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, terkhusus kepada Nisa, Tiara, Mulia, Dinda, Balqis, Stepi yang telah menemani masa-masa perkuliahan penulis
13. Kepada responden penelitian dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberi imbalan yang setimpal atas jasa-jasa baik yang telah mereka berikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan yang disusun ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca, sehingga dapat meningkatkan kualitas penelitian selanjutnya.

Akhir kata tanpa mengurangi rasa hormat penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua serta mencapai tujuan yang diinginkan dan mendapat keridhoan dari Allah SWT, Aamiin ya rabbal alamin.

Medan, 17 Januari 2023

Dewi Fortuna

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. <i>Self-Disclosure</i>	11
1. Pengertian <i>self-disclosure</i>	11
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>self-disclosure</i>	12
3. Dimensi <i>self-disclosure</i>	15
4. Karakteristik <i>self-disclosure</i>	17
5. Fungsi <i>self-disclosure</i>	18
6. Manfaat <i>self-disclosure</i>	19
7. Resiko <i>self-disclosure</i>	21
B. Media Sosial	23
1. Pengertian media sosial.....	23
2. Jenis-jenis media sosial.....	24
3. Media sosial Instagram	24
4. Penggunaan media sosial	26
5. Frekuensi penggunaan Instagram	27
C. Analisis Faktor-Faktor <i>Self-Disclosure</i> melalui Media Sosial	27

D. Kerangka Konseptual.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Tipe Penelitian.....	30
B. Identifikasi Variabel Penelitian	30
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
E. Metode Pengumpulan Data.....	32
F. Validitas dan Reliabilitas.....	32
G. Metode Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Orientasi Kancah Penelitian	34
B. Persiapan Penelitian.....	35
1. Persiapan administrasi	35
2. Persiapan alat ukur penelitian	36
3. Hasil uji validitas dan reliabilitas skala	36
C. Pelaksanaan Penelitian.....	37
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian	38
1. Uji normalitas.....	38
2. Analisis data.....	39
E. Pembahasan	39
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	48
A. Simpulan.....	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1	Skor Masing-masing Alternatif Jawaban.....	32
Tabel 4 1	Blueprint Faktor-faktor Self-Disclosure	36
Tabel 4 2	Skala Penelitian Setelah Uji Coba	37
Tabel 4 3	Rincian Kegiatan Penelitian.....	38
Tabel 4 4	Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 4 5	Hasil Analisis Faktor-Faktor <i>Self-Disclosure</i>	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1	Kerangka Konseptual	29
Gambar 4 1	Struktur Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area ...	35
Gambar 4 2	Persentase Faktor <i>Self-Disclosure</i>	40
Gambar 4 3	Persentase Akun Instagram <i>Private</i> dan Publik	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Skala Faktor-Faktor <i>Self-Disclosure</i>	52
Lampiran B	Sebaran Data Skala	57
Lampiran C	Uji Validitas dan Reliabilitas	59
Lampiran D	Analisis Data Penelitian.....	62
Lampiran E	Surat Penelitian	65



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *SELF-DISCLOSURE* DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Dewi Fortuna
188600233

ABSTRAK

Media sosial Instagram telah menjadi wadah bagi para penggunanya untuk kepentingan yang berbeda-beda, seperti mencari informasi atau peristiwa terkini, mencari hiburan, mengisi waktu luang, menjalin interaksi sosial, berkomunikasi, memposting kegiatan sehari-hari dan berbagai kepentingan lainnya. Konten ataupun postingan yang dibuat oleh seseorang di akun Instagramnya seringkali berupa bentuk dari *Self-disclosure*. *Self-disclosure* adalah tindakan mengkomunikasikan informasi pribadi kepada orang lain atau sekelompok orang yang dilakukan dengan sengaja baik secara verbal maupun non-verbal seperti: membagikan foto atau video kegiatan sehari-hari; membuat status tentang opini dan perasaannya melalui platform media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 66 orang mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi dalam bentuk skala Likert dengan menggunakan faktor-faktor *self-disclosure* menurut Devito (2014) yaitu: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan, diketahui bahwa faktor budaya memiliki persentase tertinggi sebesar 24%, faktor audiens memiliki persentase sebesar 24%, faktor topik sebesar 21%, faktor kepribadian memiliki persentase sebesar 19%, dan faktor jenis kelamin memiliki persentase sebesar 12%.

Kata kunci: *Self-disclosure*, Media sosial, Mahasiswa

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING SELF-DISCLOSURE
IN SOCIAL MEDIA ON PSYCHOLOGY STUDENTS OF
MEDAN AREA UNIVERSITY**

Dewi Fortuna
188600233

ABSTRACT

Instagram has become a forum for its users for different purposes, such as seeking information or current events, seeking entertainment, spending free time, establishing social interactions, communicating, posting daily activities and various other interests. Content or posts made by someone on their Instagram account are often a form of self-disclosure. Self-disclosure is an act of communicating personal information to another person or group of people on purpose, both verbally and non-verbally, such as: sharing photos or videos of daily activities; make a status about your opinion and feelings through social media platforms. This study aims to analyze the factors that influence self-disclosure on social media. Samples are 66 Psychology students at Medan Area University using purposive sampling technique. The data collection method in this study used a psychological scale in the form of a Likert scale by using self-disclosure factors according to Devito (2014), including: personality, culture, gender, audience, and topic. The data analysis method used was factor analysis. Based on the results of the factor analysis, it was known that the cultural factor has the highest percentage of 24%, the audience factor has a percentage of 24%, the topic factor has a percentage of 21%, the personality factor has a percentage of 19%, and gender factor has the smallest percentage of 12%.

Keywords: *Self-disclosure, Social Media, College Students*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Munculnya internet telah mengubah banyak hal dalam hidup kita, mulai dari budaya, cara kita bekerja, cara kita terhubung dengan orang lain, serta cara berkomunikasi yang juga berubah. Berbagai macam perubahan terjadi dikarenakan penggunaan internet yang semakin luas dalam kehidupan kita saat ini, salah satu diantaranya yaitu dalam hal menjalin interaksi sosial. Sebelum adanya internet, orang-orang berinteraksi secara langsung, saling mengenal secara *face to face*. Dengan kemajuan dan perluasan jaringan internet, media sosial telah diperkenalkan sebagai tempat untuk bisa menjalin interaksi sosial secara virtual dengan jangkauan yang lebih luas. Media sosial merupakan teknologi yang memfasilitasi interaksi sosial, memungkinkan kolaborasi, dan berbagi informasi antar sesama pengguna. Media sosial dapat berupa situs Web dan aplikasi teknologi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten dan/atau berpartisipasi dalam jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, serta Tiktok.

Platform media sosial mengalami peningkatan penggunaan sebesar 61% karena orang menggunakan platform tersebut untuk tetap terhubung dengan keluarga, teman dan kolega (Grover, Cheung, & Thatcher, 2020). Salah satu platform media sosial yang cukup populer digunakan pada saat ini yaitu media sosial Instagram. Berdasarkan data yang diperoleh dari website Datareportal, Instagram menempati posisi kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2022 yaitu sebesar 84,8%. Hingga Februari 2022

pengguna media sosial Instagram telah mencapai 99,15 juta pengguna di Indonesia, dengan mayoritas penggunanya berusia 18-24 tahun. Sebanyak 52,3% pengguna merupakan perempuan dan 47,7% merupakan laki-laki.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke sesama pengguna Instagram. Sistem pertemanan dalam Instagram menerapkan istilah *following* dan *followers*. Instagram sebagai media sosial yang semakin populer kini telah digandrungi hampir di semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Keberadaan Instagram hampir diterima oleh semua kalangan yang disebabkan oleh tersedianya berbagai fitur menarik, kemudian fitur-fitur tersebut terus berinovasi sehingga membuat penggunanya merasa tidak jenuh dalam penggunaannya.

Media sosial Instagram telah menjadi wadah bagi para penggunanya untuk kepentingan yang berbeda-beda, seperti mencari informasi atau peristiwa terkini, mencari hiburan, mengisi waktu luang, menjalin interaksi sosial, berkomunikasi, memposting kegiatan sehari-hari dan berbagai kepentingan lainnya. Berbagai fitur yang ditawarkan di Instagram juga semakin memudahkan penggunanya untuk membagikan informasi pribadinya di media sosial tersebut. Seperti fitur *instagram story*, *reels*, *live video*, serta fitur *close friend* yang memungkinkan pengguna untuk bisa membatasi kepada siapa ia akan membagikan informasi tentang dirinya. Konten ataupun postingan yang dibuat oleh seseorang di akun Instagramnya seringkali berupa bentuk dari pengungkapan diri (*Self-disclosure*).

Menurut DeVito (2014) *self-disclosure* atau pengungkapan diri merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi tentang diri kita kepada orang lain. Informasi yang diberikan dapat berupa nilai-nilai; keyakinan dan dorongan individu; perilaku individu atau kualitas diri; dan karakteristik individu. Istilah *self-disclosure* tidak hanya terbatas pada pengungkapan informasi yang biasanya kita sembunyikan, namun juga dapat merujuk pada informasi yang kita bagikan dengan siapa saja, seperti: memberikan *like* atau *dislike* pada suatu postingan orang lain; memposting *tweet* yang mengatakan sesuatu yang kita pikirkan; termasuk kesukaan kita terhadap makanan, buku atau musik yang kita dokumentasikan melalui media Pinterest atau Instagram (DeVito, 2016). *Self-disclosure* biasanya dilakukan hanya pada orang-orang tertentu yang sudah kita kenal dekat. Namun sekarang, *self-disclosure* tidak hanya dilakukan pada orang terdekat saja, tapi juga kepada orang yang tidak cukup dekat dengan kita, seperti *self-disclosure* yang dilakukan di media sosial.

Self-disclosure dapat bervariasi mulai dari hal yang kurang pribadi seperti memberitahu hobi atau minat hingga yang sangat terbuka dan sangat pribadi seperti memberitahu informasi mengenai masalah dalam hubungan keluarga yang sedang dialami. *Self-disclosure* melibatkan setidaknya satu individu lain dan dilakukan dengan sengaja. Untuk memenuhi syarat sebagai *self-disclosure*, informasi harus diterima dan dipahami oleh orang lain serta informasi tersebut harus bersifat fakta.

Di Indonesia, kita bisa melihat banyak orang bisa dengan bebas dan mudah untuk mengekspresikan dirinya pada media sosial Instagram. Mulai dari mengungkapkan perasaan dan pendapat pribadinya hingga mendokumentasikan

kehidupan sehari-harinya di media sosial yang dibagikan ke publik maupun para *followers*. Mengunggah foto atau video aktivitas sehari-hari di Instagram merupakan hal yang lumrah untuk dilakukan. Namun, tidak menutup kemungkinan bagi penggunaannya untuk membagikan hal-hal yang bersifat sensitif yang tidak seharusnya dibagikan secara publik, seperti lokasi, identitas pribadi, ataupun konten sensitif lainnya.

Di satu sisi, *self-disclosure* membantu individu dalam meningkatkan pengetahuan tentang dirinya (*self-knowledge*) yang berujung pada peningkatan *self-awareness* serta membangun hubungan interpersonal dan komunikasi yang efektif. Namun di sisi lain, *self-disclosure* yang kita lakukan juga bisa menimbulkan berbagai resiko. Resiko yang dialami individu ketika melakukan *self-disclosure* bisa berupa: resiko pribadi seperti mengalami penolakan atau mendapatkan kesan negatif dari orang lain; resiko dalam relasi seperti penurunan ketertarikan satu sama lain dan penurunan kepercayaan; serta resiko dalam hubungan profesional seperti kesulitan dalam mencari pekerjaan ataupun pemecatan.

Selain itu, dengan melakukan *self-disclosure* di media sosial, secara tidak langsung kita justru mempermudah penjahat untuk mempelajari maupun mendapatkan informasi penting tentang diri kita. Sebagai contoh, memposting foto ketika kita sedang diperjalanan, postingan tersebut bisa memberikan informasi kepada penjahat bahwa kita sedang tidak berada di rumah. Membagikan foto rumah atau hobi yang secara tidak sengaja dapat mengungkapkan bahwa kita memiliki barang-barang berharga seperti perhiasan, barang elektronik, atau koleksi yang memungkinkan orang lain ingin mencurinya. Foto atau informasi tentang anggota

keluarga yang kita bagikan juga dapat mengekspos identitas, lokasi, atau bahkan menjadikan mereka target.

Dari beberapa resiko *self-disclosure* tersebut, kita bisa lihat bahwa tidak semua informasi pribadi yang kita bagikan di media sosial dapat diterima oleh orang lain. Hal tersebut juga seharusnya menyadarkan kita bahwa tidak adanya ranah privasi di media sosial. Bahkan ketika kita membagikan informasi tersebut hanya ke beberapa orang saja, tidak ada yang bisa menjamin informasi tersebut tidak akan tersebar luas. Sudah seharusnya kita bijak dalam menentukan apa yang harus dibagikan di media sosial dan apa yang tidak. Informasi yang bersifat sangat pribadi sebaiknya tidak perlu dibagikan di media sosial, karena bisa saja informasi pribadi yang kita sebar tersebut justru menjadi *boomerang* untuk diri kita sendiri di kemudian hari.

Fenomena *self-disclosure* di media sosial juga terjadi di kalangan mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan kepada beberapa orang mahasiswa Fakultas Psikologi, mereka menyatakan bahwa cukup aktif dalam menggunakan media sosial khususnya Instagram. Hal-hal yang paling sering dibagikan di media sosial mereka yaitu memposting foto diri dan video mengenai kegiatan sehari-hari yang mereka lakukan. Selain itu, terkadang mereka juga menyampaikan opininya tentang isu-isu terkini pada fitur Instagram Story ataupun menyampaikan perasaan yang sedang dialaminya. Mereka juga sering memposting hal-hal yang disukai seperti minat atau hobi.

Alasan mereka memposting hal-hal tersebut juga berbeda-beda, seperti: kesenangan pribadi dan mengabadikan moment tertentu; mendapatkan kesan positif dan like dari orang; agar merasa lebih lega; agar lebih banyak dikenal; serta untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa psikologi Universitas Medan Area suka melakukan *self-disclosure* di media sosialnya.

Namun tidak semua orang melakukan *self-disclosure* di media sosialnya. Beberapa orang hanya menggunakan media sosial secara pasif seperti untuk mencari informasi atau hanya sekedar melihat-lihat *stories* maupun postingan dari pengguna lainnya tanpa ikut serta membagikan hal-hal yang berkaitan dengan dirinya di media sosial. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi individu untuk melakukan *self-disclosure*, apa yang akan di ungkapkan, dan kepada siapa individu tersebut mengungkapkannya. Menurut DeVito (2014), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *self-disclosure* yaitu: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik.

Kepribadian memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan seseorang untuk mengungkapkan diri. Allport (dalam Alwisol, 2009) memandang kepribadian sebagai organisasi dinamik dalam sistem psikofisik individu yang menentukan penyesuaiannya yang unik dengan lingkungannya. Suatu fenomena dinamik yang memiliki elemen psikologik dan fisiologik, yang berkembang dan berubah, yang memainkan peran aktif dalam berfungsinya individu. Allport menyatakan struktur kepribadian individu dalam sifat-sifatnya (*traits*) yang dimiliki

setiap individu dan dengan adanya *traits* tersebut akan mendorong bagaimana individu bertingkah laku.

Faktor lain yang juga mempengaruhi *self-disclosure* individu yaitu budaya. Menurut E.B Tylor (dalam Setiadi et al., 2008) budaya merupakan suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, adat istiadat, dan kemampuan lain serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Budaya yang berbeda memandang pengungkapan diri secara berbeda. Orang-orang di Amerika Serikat misalnya, mengungkapkan lebih banyak daripada orang-orang di Inggris Raya, Jerman, Jepang, atau Puerto Riko (Gudykunst, 1983; dalam Devito, 2014).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dindia & Allen (1992) dengan judul “Sex Differences in Self-Disclosure: A Meta-Analysis” menunjukkan bahwa perbedaan jenis kelamin dalam pengungkapan diri secara signifikan lebih besar pada wanita dan pasangan sesama jenis daripada lawan jenis atau pasangan pria. Penelitian yang menggunakan ukuran observasional dari pengungkapan diri menemukan bahwa wanita mengungkapkan lebih banyak daripada pria.

Audiens merupakan target ataupun individu yang menjadi sasaran ketika seseorang melakukan *self-disclosure*. Audiens ini juga dapat mempengaruhi seberapa banyak *self-disclosure* yang akan dilakukan. Umumnya, individu mengungkapkan berdasarkan dukungan yang ia terima. Seseorang akan mengungkapkan kepada orang yang mereka sukai, percayai dan cintai. Seseorang juga akan lebih mengungkapkan kepada orang-orang yang dekat dengannya dari

segi usia. Seseorang juga akan lebih mungkin mengungkapkan ketika orang lain telah mengungkapkan.

Topik yang diungkapkan seseorang juga memungkinkan untuk mempengaruhi tingkat kedalaman *self-disclosure* seseorang. Topik yang lebih ringan seperti hobi dan minat lebih mudah dibicarakan daripada topik yang lebih serius, seperti perasaan seseorang.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Self-Disclosure* di Media Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area”.

B. Identifikasi Masalah

Media sosial saat ini telah banyak digunakan untuk berbagai kepentingan seperti mencari informasi, mengisi waktu luang, membagikan aktivitas sehari-hari, menjaga hubungan dan lain-lain. Tidak jarang informasi yang kita bagikan di media sosial merupakan bentuk dari *self-disclosure* (pengungkapan diri). Saat ini banyak orang menggunakan media sosial tidak hanya mencari informasi atau tetap *up-to-date*, namun juga untuk membagikan informasi mengenai dirinya seperti membagikan hobi atau minat yang dilakukannya; membagikan ide atau opini; sebagai tempat untuk mengekspresikan emosi dan perasaan; hingga membagikan foto-foto pribadi dan informasi pribadi lainnya. Berbagai fitur yang ditawarkan di media sosial juga semakin memudahkan penggunaannya untuk melakukan *self-disclosure*. Namun hal-hal yang kita ungkapkan di media sosial tidak semuanya bisa diterima oleh orang lain. Resiko seperti penolakan atau mendapat kesan negatif

dari orang lain sangat mungkin didapatkan ketika kita melakukan *self-disclosure* di media sosial.

C. Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2018 yang aktif menggunakan Instagram.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area”.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan meningkatkan pemahaman mengenai teori, konsep, serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *self-disclosure* melalui media sosial.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *self-disclosure* melalui media sosial.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Self-Disclosure*

1. Pengertian *self-disclosure*

Self-disclosure berarti mengkomunikasikan informasi pribadi kepada orang lain. Meskipun istilah ini sering kali terbatas pada mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, istilah ini juga dapat merujuk pada informasi yang akan dibagikan dengan siapa saja, seperti: *like* dan komentar di Facebook; *tweet* singkat yang mengatakan sesuatu tentang apa yang disukai atau tidak suka; apa yang dipikirkan; atau preferensi terhadap makanan, buku, atau musik; dan apa yang diungkapkan saat memposting foto di Pinterest atau Instagram (Greene, Derlega, & Mathews, 2006). Demikian pula, seseorang dapat mengungkapkan diri secara non-verbal dengan misalnya, mengenakan warna geng; cincin kawin; kemeja dengan slogan yang mengungkapkan masalah politik atau sosial mereka, seperti “*Pro-Choice*” atau “*Go Green*”; atau foto di Facebook. Pengungkapan diri juga dapat melibatkan reaksi mereka terhadap perasaan orang lain, misalnya, ketika mereka memberi tahu temannya bahwa mereka menyesal dia dipecat (DeVito, 2016).

Self-disclosure melibatkan setidaknya satu individu lain. Untuk memenuhi syarat sebagai *self-disclosure*, informasi harus diterima dan dipahami oleh orang lain (DeVito, 2016). Sedangkan menurut Loiacono (2014), *self-disclosure* merupakan tindakan sukarela untuk mengkomunikasikan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain, yang membantu mereka melihat keunikan individu tersebut.

Informasi pribadi dapat mencakup pengungkapan deskriptif, evaluatif, dan afektif. Orang dapat mengungkapkan fakta tentang diri mereka sendiri, pendapat dan sikap yang mereka miliki, atau informasi tentang suasana hati dan emosi mereka. Informasi tentang diri dapat berupa informasi yang intim dan sangat sensitif seperti perasaan, pikiran, harapan, dan ketakutan pribadi, tetapi juga dapat berupa informasi yang kurang sensitif seperti selera dan preferensi (Masur, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *self-disclosure* adalah tindakan mengkomunikasikan informasi pribadi kepada orang lain atau sekelompok orang yang dilakukan dengan sengaja baik secara verbal maupun non-verbal seperti: membagikan foto atau video kegiatan sehari-hari; membuat status tentang opini dan perasaannya melalui platform media sosial.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure*

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang apakah akan melakukan *self-disclosure* atau tidak. Adapun faktor-faktor tersebut diantaranya (Devito, 2014):

a. Kepribadian

Orang yang sangat ramah dan ekstrovert mengungkapkan diri lebih banyak daripada mereka yang kurang ramah dan lebih tertutup. Orang yang takut berbicara pada umumnya juga kurang membuka diri dibandingkan orang yang lebih nyaman dalam berkomunikasi. Seseorang yang kompeten dan mereka yang memiliki harga diri tinggi terlibat dalam pengungkapan diri lebih dari individu yang kurang kompeten dan mereka yang memiliki harga diri rendah.

b. Budaya

Budaya yang berbeda memandang pengungkapan diri secara berbeda. Orang-orang di Amerika Serikat, misalnya, mengungkapkan lebih banyak daripada orang-orang di Inggris Raya, Jerman, atau Jepang. Orang Amerika juga melaporkan pengungkapan diri yang lebih besar ketika berkomunikasi dengan orang Amerika lainnya daripada ketika berkomunikasi antar budaya. Di Jepang, dianggap tidak diinginkan bagi rekan kerja untuk mengungkapkan informasi pribadi, sedangkan di sebagian besar Amerika Serikat, hal itu diharapkan.

c. Jenis kelamin

Penelitian mendukung kepercayaan populer bahwa wanita mengungkapkan lebih banyak daripada pria. Wanita mengungkapkan lebih banyak daripada pria tentang hubungan romantis mereka sebelumnya, perasaan mereka tentang teman terdekat mereka, ketakutan terbesar mereka, dan apa yang tidak mereka sukai dari pasangan mereka.

d. Audiens

Seseorang mengungkapkan berdasarkan dukungan yang mereka terima; kepada orang yang mereka sukai; kepada orang yang mereka percayai dan cintai. Seseorang lebih mungkin untuk mengungkapkan kepada orang-orang yang dekat dengan mereka dalam usia. Seseorang juga lebih mungkin untuk mengungkapkan ketika orang lain telah mengungkapkan, sebuah pola yang disebut sebagai efek diadik.

e. Topik

Seseorang lebih mungkin untuk mengungkapkan diri tentang beberapa topik daripada yang lain; misalnya, orang lebih mungkin mengungkapkan informasi tentang pekerjaan atau hobi mereka daripada tentang kehidupan seks atau situasi keuangan mereka. Seseorang juga cenderung mengungkapkan informasi yang menguntungkan daripada informasi yang tidak menguntungkan. Umumnya, topik yang lebih pribadi dan negatif, semakin kecil kemungkinan mereka untuk mengungkapkan diri.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan *self-disclosure* di media sosial yaitu (Ma et al., 2016):

- a. *Content Intimacy*, orang-orang kurang melakukan *self-disclosure* ketika keintiman konten meningkat. Individu cenderung tidak mengungkapkan informasi yang lebih intim kepada orang lain.
- b. *Audience*, seseorang lebih nyaman melakukan *self-disclosure* kepada mereka yang hanya memiliki ikatan sosial daripada orang-orang terdekat.
- c. *Anonymity*, anonimitas memungkinkan pengungkapan lebih banyak dan lebih menyeluruh. Adanya fitur anonim membuat seseorang lebih mudah untuk mengungkapkan segala jenis konten. Hal ini dikarenakan berkurangnya risiko dalam mengungkapkan secara anonim yang mengakibatkan efek disinhibisi.

- d. *Valence*, yaitu berkaitan dengan informasi yang dibagikan bersifat positif atau negatif. Seseorang cenderung membagikan informasi dengan valensi yang positif. Hal tersebut dikarenakan mereka berpikir bahwa valensi negatif kurang tepat untuk diungkapkan secara *online* maupun *offline*.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti hanya akan menganalisis faktor-faktor *self-disclosure* menurut DeVito (2014), yaitu: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik.

3. Dimensi *self-disclosure*

Taylor dan Altman (dalam Adler et.al, 2018) menciptakan model teori Penetrasi Sosial yang di dalamnya menjelaskan dua dimensi dari *self-disclosure*, yaitu:

- a. *Breadth* (keluasan)

Dimensi pertama mengacu pada luasnya pengungkapan diri. Dimensi ini menanyakan berapa banyak jenis informasi atau topik yang berbeda yang diungkapkan individu. Semakin banyak topik yang ingin dibagikan seseorang dengan orang lain, semakin tinggi tingkat *self-disclosure*. Misalnya, luasnya pengungkapan dalam hubungan Anda dengan rekan kerja akan meluas saat Anda mulai mengungkapkan informasi tentang kehidupan Anda, tidak hanya seputar pekerjaan di tempat kerja.

b. *Depth* (kedalaman)

Dimensi kedua yaitu kedalaman informasi yang disampaikan secara sukarela – pergeseran dari pesan yang relatif impersonal ke pesan yang lebih personal (pribadi). Dimensi ini menilai tingkat keintiman informasi yang telah diungkapkan. Salah satu cara untuk mengklasifikasikan kedalaman dalam *self-disclosure* adalah dengan melihat jenis informasi yang dapat diungkapkan.

Sedangkan menurut Wheelless dan Grotz (dalam Latifa et al., 2019) terdapat 5 dimensi *self-disclosure*, yaitu:

- a. *Intended disclosure*, yaitu kesediaan individu untuk mengungkapkan diri. Seberapa besar kesadaran individu untuk mengontrol informasi yang akan disampaikan kepada orang lain.
- b. *Amount of disclosure*, yaitu frekuensi dan durasi pesan yang diungkapkan. Kuantitas pengungkapan diri dapat diukur dengan mengetahui frekuensi individu mengungkapkan dirinya dan durasi pesan yang diungkapkan atau waktu yang dibutuhkan untuk mengungkapkan diri individu kepada orang lain.
- c. *Positive-negative disclosure*, yaitu apakah isi pengungkapan diri bersifat positif atau negatif terhadap individu yang mengekspresikan dirinya ataupun hal-hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dalam dirinya.

- d. *Honesty-accuracy*, yaitu ketepatan dan kejujuran individu dalam mengekspresikan diri. Keakuratan pengungkapan diri dibatasi oleh sejauh mana individu mengenal diri mereka sendiri.
- e. *Control of general depth or intimacy*, yaitu sejauh mana individu dapat mengontrol kedalaman atau keintiman yang diungkapkan. Individu dapat mengungkapkan detail paling intim dari kehidupan mereka, hal-hal impersonal atau kebohongan.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa dimensi dari *self-disclosure* yaitu melibatkan *breadth* dan *depth*. Selain itu, juga ada lima dimensi lain yaitu: *intended disclosure*, *amount of disclosure*, *positive-negative disclosure*, *honesty-accuracy*, dan *control of general depth or intimacy*.

4. Karakteristik *self-disclosure*

Devito (dalam Gainau, 2009) mengemukakan bahwa *self-disclosure* mempunyai beberapa karakteristik umum antara lain:

- 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.

5. Fungsi *self-disclosure*

Pengungkapan diri dapat melayani banyak fungsi yang berbeda. Derlega dan Grzelak (dalam Taylor et al., 2006) telah mengusulkan lima kemungkinan alasan untuk pengungkapan diri:

- a. Ekspresi

Kadang-kadang kita berbicara tentang perasaan kita untuk "mengeluarkannya dari dada kita". Setelah seharian bekerja keras, kita mungkin dengan bersemangat memberi tahu seorang teman betapa marahnya kita pada bos kita dan betapa kita merasa kurang dihargai. Cukup mampu mengungkapkan perasaan kita adalah salah satu alasan untuk pengungkapan.

- b. Klarifikasi diri

Dalam proses berbagi perasaan atau pengalaman kita dengan orang lain, kita dapat memperoleh pemahaman dan kesadaran diri yang lebih besar. Berbicara dengan teman tentang suatu masalah dapat membantu kita mengklarifikasi pemikiran kita tentang situasi tersebut.

c. Validasi sosial

Dengan melihat bagaimana pendengar bereaksi terhadap pengungkapan diri kita, kita mendapatkan informasi tentang kebenaran dan kesesuaian pandangan kita. Orang lain mungkin meyakinkan kita bahwa reaksi kita “tampak sangat normal” – atau bahwa kita “melampaui proporsi”. Dalam kedua kasus, pendengar memberikan informasi yang berguna tentang realitas sosial.

d. Kontrol sosial

Kita dapat mengungkapkan atau menyembunyikan informasi tentang diri kita sebagai sarana kontrol sosial. Misalnya, kita mungkin dengan sengaja menahan diri untuk tidak menceritakan hal-hal tentang diri kita sendiri untuk melindungi privasi kita. Kita mungkin menekankan hal-hal yang menurut kita akan membuat kesan yang baik bagi pendengar kita.

e. Pengembangan hubungan

Berbagi informasi pribadi dan kepercayaan adalah cara penting untuk memulai hubungan dan bergerak menuju peningkatan tingkat keintiman. Untuk kekasih muda, pengungkapan diri mungkin telah berpindah dari pertukaran awal informasi latar belakang ke penemuan minat bersama ke ungkapan pertama "Aku mencintaimu".

6. Manfaat *self-disclosure*

Pengungkapan diri membawa berbagai manfaat. Berikut adalah beberapa di antaranya (DeVito, 2016):

a. Meningkatkan pengetahuan diri

Pengungkapan diri membantu seseorang memperoleh pengetahuan diri yang lebih besar: perspektif baru tentang diri mereka, pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku mereka sendiri. Melalui pengungkapan diri, seseorang dapat membawa ke kesadaran banyak hal yang mungkin mereka simpan dari analisis sadar. Bahkan penerimaan diri pun sulit tanpa pengungkapan diri. Seseorang menerima diri sendiri sebagian besar melalui mata orang lain. Melalui pengungkapan diri dan dukungan selanjutnya, mereka akan melihat tanggapan positif terhadap diri mereka; mereka akan melihat, misalnya, bahwa orang lain menghargai selera humor atau kemampuan mereka untuk menceritakan kisah yang bagus atau nilai-nilai yang mereka dukung dan melalui respons positif ini, kemungkinan besar akan memperkuat konsep diri positif mereka.

b. Efektivitas komunikasi dan hubungan

Pengungkapan diri merupakan kondisi penting untuk komunikasi dan efektivitas hubungan. Pengungkapan diri membantu seseorang mencapai hubungan yang lebih dekat dengan orang yang menerima pengungkapan diri mereka dan meningkatkan kepuasan hubungan.

c. Mencegah kesalahpahaman

Terkait dengan peningkatan efektivitas komunikasi dan hubungan ini adalah kemungkinan bahwa tanpa adanya pengungkapan, orang (bahkan pasangan romantis atau sahabat) mungkin bertanya-tanya

tentang ini atau itu dan membuat penjelasan yang lebih buruk daripada sebuah rahasia. Pasangan romantis dan sahabat, khususnya, akan mengintip (*stalking*) untuk menemukan informasi yang mereka sembunyikan.

d. Kesejahteraan fisiologis

Pengungkapan diri tampaknya memiliki efek positif pada kesehatan fisiologis. Orang yang membuka diri kurang rentan terhadap penyakit. Misalnya, dukacita atas kematian seseorang yang sangat dekat dikaitkan dengan penyakit fisik bagi mereka yang menanggungnya sendirian dan dalam keheningan. Tapi itu tidak terkait dengan masalah fisik bagi mereka yang berbagi kesedihan dengan orang lain.

e. Meningkatkan kesukaan dan daya tarik

Selain keuntungan tersebut, penelitian menemukan bahwa orang yang mengungkapkan keintiman hidup mereka lebih disukai dan dianggap lebih menarik daripada mereka yang tidak terlibat dalam pengungkapan tersebut. Sebaliknya, seseorang menyukai orang-orang yang mereka ungkapkan. Jadi, pengungkapan tampaknya berkontribusi pada peningkatan rasa saling menyukai dan seperti yang diharapkan, kencana online yang terlibat dalam pengungkapan diri positif lebih berhasil daripada mereka yang tidak.

7. Resiko *self-disclosure*

Terdapat beberapa resiko yang dapat terjadi ketika melakukan *self-disclosure* yaitu sebagai berikut (DeVito, 2016):

a. Resiko personal

Jika seseorang mengungkapkan tentang aspek kehidupan mereka yang berbeda dari biasanya, maka mereka mungkin akan mengalami penolakan dari teman dekat maupun anggota keluarga. Misalnya, pria dan wanita yang mengungkapkan bahwa mereka telah berselingkuh, mencuri, atau menderita depresi berkepanjangan, lebih mungkin mendapati teman dan keluarga mereka tidak lagi ingin sedekat sebelumnya. Anak perempuan yang sering memposting banyak foto yang menekankan pada daya tarik mereka di media sosial lebih berisiko dicap negatif oleh orang lain.

b. Resiko hubungan

Dalam hubungan dekat dan lama, pengungkapan diri dapat menimbulkan resiko relasional. Pengungkapan diri total terbukti dapat mengancam suatu hubungan yang menyebabkan penurunan ketertarikan timbal balik, penurunan kepercayaan, atau ikatan apa pun yang menyatukan individu. Pengungkapan diri tentang perselingkuhan, fantasi romantis, kejahatan masa lalu, kebohongan, atau kelemahan dan ketakutan tersembunyi dapat dengan mudah memiliki efek negatif seperti itu.

c. Resiko profesional

Mengungkapkan pandangan atau sikap politik terhadap kelompok agama atau ras yang berbeda serta mengungkapkan masalah kesehatan apa pun (misal HIV) dapat menimbulkan resiko profesional dan

menciptakan masalah dalam pekerjaan. Pengungkapan yang bertentangan dengan norma organisasi dapat membawa resiko tambahan. Misalnya seorang guru yang mengungkapkan penggunaan narkoba sebelumnya atau sedang menjalin hubungan dengan siswa mungkin mendapati diri mereka ditolak jabatannya, mengajar pada jam yang tidak diinginkan, ditangkap, dan/atau mungkin mendapatkan pemotongan gaji.

B. Media Sosial

1. Pengertian media sosial

Media sosial adalah teknologi yang memfasilitasi interaksi sosial, memungkinkan kolaborasi, dan memungkinkan musyawarah lintas pemangku kepentingan. Teknologi ini termasuk blog, wiki, alat berbagi media (audio, foto, video, teks), platform jaringan (termasuk Facebook), dan dunia virtual (Wahyudi, 2021). Media sosial dapat berupa situs Web dan aplikasi teknologi yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi konten dan/atau berpartisipasi dalam jejaring sosial. Media sosial terdiri dari berbagai platform berbasis pengguna yang memfasilitasi penyebaran konten yang menarik, pembuatan dialog, dan komunikasi ke khalayak yang lebih luas. Dengan demikian, media sosial dapat pula didefinisikan sebagai sumber daya online yang dirancang untuk memfasilitasi keterlibatan antar individu (Kapoor et al., 2018; Leyrer & Angela, 2018; Bishop, 2019; dalam Wahyudi, 2021)

Pada intinya, media sosial adalah layanan berbasis web yang memungkinkan individu, komunitas, dan organisasi untuk berkolaborasi,

terhubung, berinteraksi, dan membangun komunitas dengan memungkinkan mereka untuk membuat, membuat bersama, memodifikasi, berbagi, dan terlibat dengan konten buatan pengguna yang mudah diakses (McCay-Peet and Quan-Haase, 2017; dalam Rosen, 2022)

2. Jenis-jenis media sosial

Menurut praktisi jejaring sosial Liana Evans (Napitupulu, 2013) jenis-jenis media sosial antara lain:

a. *Social news sites*

Jenis media sosial ini memungkinkan pengguna untuk mengirimkan berita, informasi, artikel, video dan foto, yang kemudian akan diberikan penilaian (*vote like* atau *dislike*) atas informasi tersebut. Seperti Digg.com atau Reddit.com yang merupakan platform berita sosial yang mendunia.

b. *Social networking*

Jenis ini merupakan yang paling populer di Indonesia, dimulai dari era Friendster, dilanjutkan oleh MySpace.com dan sampai sekarang yang paling mendunia adalah Facebook. Situs ini memungkinkan orang untuk membuat halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi konten komunikasi.

c. *Social sharing*

Beberapa platform jejaring sosial memfokuskan diri pada fitur berbagi konten, yang populer antara lain Youtube, Flickr, dan SoundCloud.

Dengan fungsi yang ditonjolkan, pengguna bisa cepat dikenal di dunia maya selama mereka memiliki konten yang unik dan disukai.

d. Blog

Jenis jejaring sosial ini memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya dalam bentuk artikel ide, pemikiran, dan informasi. Contoh dari sosial media jenis ini adalah Blogspot.com dan Wordpress.com.

e. Microblogging

Twitter adalah contoh microblogging yang paling mewabah di dunia saat ini termasuk Indonesia. keterbatasannya dalam menuliskan pesan/informasi yang hanya 140 karakter sehingga membuatnya disebut micro blog.

f. Forum

Forum merupakan cikal bakal media sosial saat ini. Forum menjadi tempat berdiskusi tentang segala hal mulai dari topik sehari-hari sampai hal-hal aneh. Forum menjadi tempat pertama bagi seseorang untuk mencari informasi dari orang lain yang mungkin lebih ahli di bidang yang diminati olehnya.

3. Media sosial Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri. Sistem pertemanan dalam Instagram menerapkan istilah *following* dan

followers. Instagram sebagai media sosial yang semakin populer kini telah digandrungi hampir di semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Keberadaan Instagram hampir diterima oleh semua kalangan yang disebabkan oleh tersedianya berbagai fitur menarik, kemudian fitur-fitur tersebut terus berinovasi sehingga membuat penggunanya merasa tidak jenuh dalam penggunaannya.

4. Penggunaan media sosial

Pengguna media sosial dapat dibedakan berdasarkan seberapa aktif atau pasif pengguna tersebut dalam menggunakan media sosial. Penggunaan aktif ataupun pasif dibedakan berdasarkan bagaimana pengguna menggunakan berbagai fungsi dalam media sosial, seperti misalnya: melihat gambar, berbagi pemikiran atau pengalaman, mengklik link atau simbol tertentu sebagai bentuk *feedback*, atau sekedar menjelajahi konten halaman media sosial tersebut.

Adapun penjelasan dari penggunaan aktif dan penggunaan pasif diantaranya (Verduyn et al, 2017):

- a) Penggunaan aktif mengacu pada aktivitas yang memfasilitasi pertukaran langsung dengan orang lain di media sosial. Hal ini mencakup pertukaran yang ditargetkan (komunikasi terarah) serta pertukaran yang tidak ditargetkan (penyiaran). Pengguna media sosial yang aktif terlibat dalam interaksi *online* dengan pengguna lain melalui berbagai fitur media sosial seperti memberikan komentar pada postingan orang lain, memposting status atau foto, atau pun

menggunakan fitur chat. Pengguna aktif mengendalikan dialog dan dengan leluasa membagikan informasi personalnya.

- b) Penggunaan pasif mengacu pada penelusuran konten media sosial tanpa terlibat dalam pertukaran langsung dengan orang lain di media sosial. Selama penggunaan pasif media sosial, informasi biasanya dikonsumsi tanpa berkomunikasi dengan pemilik konten. Pengguna pasif biasanya melihat ulasan, postingan, foto, dan pembaruan status pengguna lain, namun mereka jarang menghasilkan informasi. Pengguna media sosial yang pasif kurang terlibat dalam interaksi menggunakan fitur online. Pengguna yang pasif hanya akan menjelajahi isi halaman media sosial saja.

5. Frekuensi penggunaan Instagram

Berdasarkan hasil penelitian (Nugraha & Akbar, 2018) frekuensi penggunaan Instagram yang tinggi menghabiskan waktu sebanyak 6 jam sehari hanya untuk mengakses Instagram. Menurut Rahmawati et al (2017) durasi penggunaan media sosial yaitu:

- a) Rendah yaitu 1-2 jam
- b) Sedang yaitu 3-4 jam
- c) Tinggi yaitu 5-6 jam

C. Analisis Faktor-Faktor *Self-Disclosure* melalui Media Sosial

Self-disclosure mengacu pada mengkomunikasikan informasi tentang diri kita (biasanya informasi yang kita sembunyikan) kepada orang lain (Devito, 2014).

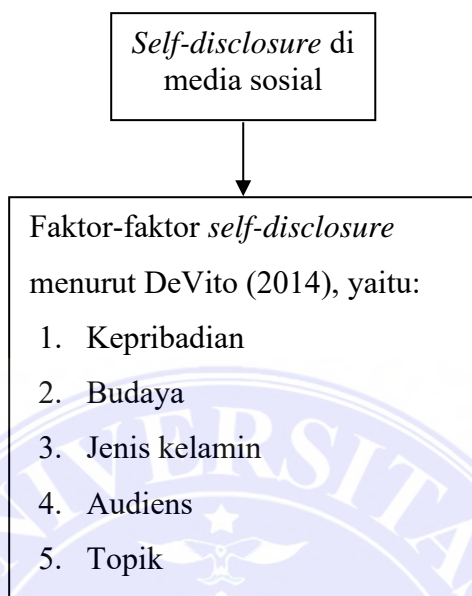
Munculnya berbagai platform media sosial beserta fitur-fitur yang ada di dalamnya

semakin memudahkan penggunaannya untuk melakukan *self-disclosure* di media sosial. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi individu untuk melakukan *self-disclosure*, apa yang akan diungkapkan, dan kepada siapa individu tersebut akan mengungkapkannya. Menurut Devito (2014), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *self-disclosure* individu yaitu: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Michele Alexandra (2020) dengan judul penelitian “Analisis Faktor Pengungkapan Diri Online (*Online Self Disclosure*) Pengguna Layanan Sharing di Instagram”, hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi pengguna Listen.drp melakukan pengungkapan diri *online*, yaitu besaran kelompok, perasaan suka, kepribadian, topik, jenis kelamin, frekuensi penggunaan media, tujuan penggunaan media, dan rasa percaya.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Kristina Ratriyani (2017) dengan judul penelitian “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tingkat *Self Disclosure* Melalui Aplikasi Jejaring Sosial Yogrt” menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat *self disclosure* dalam komunikasi melalui aplikasi Yogrt, yaitu faktor mitra dalam hubungan, keluasan dan kedalaman topik, serta kepribadian, yang terkait dengan extrovert dan introvert.

D. Kerangka Konseptual



Gambar 2 1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang tipe penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan metode analisis data yang digunakan.

A. Tipe Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail (Yusuf, 2014).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel mengacu pada karakteristik atau atribut individu atau organisasi yang dapat diukur atau diamati dan bervariasi di antara orang-orang atau organisasi yang dipelajari. Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor *self-disclosure* menurut DeVito (2014) yaitu: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dalam melakukan pengukuran. Adapun definisi operasional dari *self-disclosure* adalah tindakan mengkomunikasikan informasi pribadi kepada orang lain atau sekelompok

orang yang dilakukan dengan sengaja baik secara verbal maupun non-verbal seperti: membagikan foto atau video kegiatan sehari-hari; membuat status tentang opini dan perasaannya melalui platform media sosial. Adapun faktor-faktornya yaitu: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan unit analisis yang sesuai dengan informasi yang diinginkan, dapat berupa subjek maupun objek yang terdapat di dalam suatu area/daerah tertentu yang telah ditetapkan dan memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan (Yusuf, 2014). Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2018 sebanyak 376 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel maka akan diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2015). Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 66 orang.

3. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling* yang artinya sampel yang diambil berasal dari kelompok tertentu dan memenuhi kriteria tertentu (Sugiyono, 2015).

Adapun kriteria yang ditentukan adalah:

- a. Mahasiswa psikologi UMA angkatan 2018
- b. Berusia 18-24 tahun

- c. Pengguna aktif media sosial Instagram
- d. Sering membagikan informasi personal (seperti: foto, video, kegiatan sehari-hari, serta opini maupun perasaan) di Instagram.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah metode skala, yaitu skala faktor-faktor *self-disclosure* menurut Devito (2014). Skala ini dibuat menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala dibuat dengan 4 pilihan jawaban bergerak dari sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Adapun pemberian skor untuk setiap alternatif pilihan sebagai berikut:

Tabel 3 1 Skor Masing-masing Alternatif Jawaban

Respon	Aitem	
	Favorable	Unfavorable
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

Adapun skor untuk faktor jenis kelamin dibedakan dengan pengkodean berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin laki-laki dengan kode angka 1 dan jenis kelamin perempuan dengan kode angka 2.

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Sugiyono (2015) mendefinisikan validitas tes atau validitas alat ukur adalah sejauh mana tes itu mengukur apa yang dimaksudkannya untuk diukur,

artinya derajat fungsi mengukurnya suatu tes atau derajat kecermatan suatu tes. Adapun untuk menguji validitas aitem digunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *Alpha Cronbach*, dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* $>0,6$ (Saifuddin, 2020). Uji reliabilitas alat ukur menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

G. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu langkah kegiatan penelitian yang sangat menentukan ketepatan dan kesahihan penelitian (Yusuf, 2014). Adapun dalam penelitian ini menggunakan metode analisis faktor untuk mengetahui besaran kontribusi masing-masing faktor *self-disclosure* di media sosial. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area, masing-masing faktor memiliki besaran persentase yang berbeda-beda. Faktor budaya memiliki kontribusi tertinggi yang mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial sebesar 24%, kemudian faktor audiens juga mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial sebesar 24%, faktor topik mempengaruhi sebesar 21%, faktor kepribadian mempengaruhi sebesar 19%, dan faktor jenis kelamin mempengaruhi sebesar 12%.

Budaya memiliki persentase tertinggi dikarenakan media sosial saat ini telah menciptakan budaya baru dimana berbagi informasi di media sosial telah menjadi hal yang lumrah dan normal untuk dilakukan. Seperti kebiasaan membagikan foto diri ketika selesai melaksanakan seminar yang dilakukan oleh mahasiswa Psikologi ataupun kebiasaan membagikan momen kebersamaan dengan orang-orang terdekat di hari-hari tertentu seperti hari besar keagamaan, hari ulang tahun, dan sebagainya. Sedangkan faktor jenis kelamin memiliki persentase terendah dikarenakan data yang didapat merupakan data nominal, hanya pengklasifikasian antara laki-laki dan perempuan. Sehingga penskorangan hanya berdasarkan kategorisasi saja dimana laki-laki diberikan skor 1 dan perempuan diberikan skor 2. Hal ini tentu saja berdampak pada rendahnya nilai persentase dari faktor jenis kelamin jika dibandingkan dengan skor total faktor lainnya.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan simpulan di atas, diantaranya:

1. Saran kepada mahasiswa psikologi:

Bagi mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area yang melakukan *self-disclosure* di Instagram untuk lebih selektif ketika akan memposting informasi pribadi di Instagram serta mempertimbangkan setiap dampak positif dan negatif yang akan didapatkan ketika ingin melakukan *self-disclosure* di media sosial. Disarankan juga bagi mahasiswa untuk tidak menerima permintaan pertemanan dari orang-orang yang tidak dikenal untuk menghindari resiko-resiko yang ada.

2. Saran kepada peneliti selanjutnya:

Bagi peneliti selanjutnya agar bisa mengungkap faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan *self-disclosure* di media sosial seperti *anonymity*. Diharapkan juga bagi peneliti selanjutnya untuk memilih media sosial lain seperti media sosial Twitter.

3. Saran kepada Fakultas Psikologi

Memberikan pelatihan aplikasi-aplikasi pembelajaran seperti SPSS melalui dosen mata kuliah tertentu agar waktu mahasiswa banyak digunakan untuk membuka handphone ke arah positif tidak hanya sosial media saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R. B., Rosenfeld, L. B., & Proctor, R. F. (2018). *Interplay: The Process of Interpersonal Communication* (14th ed.). New York: Oxford University Press.
- Alexandra, M. (2020). "Analisis Faktor Pengungkapan Diri Online (Online Self Disclosure) Pengguna Layanan Sharing Di Instagram". *Skripsi*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Alwisol. (2009). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Bazarova, N. N. (2012). Public Intimacy: Disclosure Interpretation and Social Judgments on Facebook. *Journal of Communication*, 62(5), 815-832.
- Boentoro, R. D., & Murwani, E. (2018). Perbedaan Tingkat Keterbukaan Diri Berdasarkan Konteks Budaya dan Jenis Hubungan. *Warta ISKI*, 1(1), 41-50.
- Devito, J. A. (2014). *Interpersonal Messages* (3rd ed.). Pearson.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). United States of America: Pearson.
- Dindia, K., & Allen, M. (1992). Sex Differences in Self-Disclosure: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 112(1), 106-124.
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 3(3), 151-160.
- Floyd, K. (2011). *Interpersonal Communication*. New York: McGraw Hill.
- Gainau, M. B. (2009). Keterbukaan Diri (Self-Disclosure) Siswa dalam Perspektif Budaya dan Implikasinya Bagi Konseling. *Jurnal Ilmiah Widya Warta*, 33(1), 95-112.
- Grover, T. N., Cheung, C. M., & Thatcher, J. B. (2020). Inside Out and Outside In: How the COVID-19 Pandemic Affects Self-Disclosure on Social Media. *International Journal of Information Management*, 55, 1-5.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. Dipetik Maret 28, 2022, dari datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Latifa, R., Chairunnisa, Subchi, I., Durachman, Y., & Maman, U. (2019). Self-Disclosure in Indonesia Social Media User: What Leads People to Self-Disclosure in Social Media. *Journal of Engineering and Applied Sciences*, 14(21), 8047-8054.
- Loiacono, E. T. (2014). Self-Disclosure Behavior on Social Networking Web Sites. *International Journal of Electronic Commerce*, Vol 19(2), 66-94.
- Ma, X., Hancock, J., & Naaman, M. (2016). Anonymity, Intimacy and Self-Disclosure in Social Media. In *Proceeding of the 2016 International CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 07-12 Mei 2016* (pp. 3857-3869). San Jose, California, USA: ACM.
- Masur, P. K. (2019). *Situational Privacy and Self-Disclosure: Communication Processes in Online Environments*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Napitupulu, E. Y. (2013). *Social Media Nation*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.

- Nugraha, B., & Akbar, M. F. (2018). Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 95-101.
- Nugrahwati, R., & Dewi, K. S. (2014). Pengungkapan Diri Ditinjau Dari Dukungan Sosial Teman Sebaya Pada Mahasiswa Tahun Pertama Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 3(4), 536-546.
- Rahmawati, N. H., Iqom, M. K., & Hermanto. (2017). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Motivasi Belajar Remaja. *Jurnal Keperawatan*, 5(2), 77-81.
- Ratriyani, K. (2017). "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Self Disclosure Melalui Aplikasi Jejaring Sosial Yogr". *Skripsi*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Rosen, D. (2022). *The Social Media Debate: Unpacking the Social, Psychological, and Cultural Effects of Social Media*. New York: Routledge.
- Saifuddin, A. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Jakarta: Kencana.
- Salehan, M., Kim, D. J., & Koo, C. (2018). A Study of The Effect of Social Trust, Trust in Social Networking Services, and Sharing Attitude, on Two Dimensions of Personal Information Sharing Behavior. *Journal Supercomputer*, 74, 3596-3619.
- Schug, J. A., Yuki, M., & Maddux, W. (2010). Relational Mobility Explains Between-and Within-Culture Differences in Self-Disclosure to Close Friends. *Psychological Science*, 60, 870-883.
- Setiadi, E. M., Hakam, K. A., & Effendi, R. (2008). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tami, R. (2019). Perbedaan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Ditinjau Dari Tipe Kepribadian dan Jenis Kelamin pada Pengguna Instagram. *Skripsi*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasi Riau.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2006). *Social Psychology* (12th ed.). USA: Pearson Education.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Resibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274-302.
- Wahyudi. (2021). *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Sosial*. Yogyakarta: Bildung.
- Yuliningsih, R. T. (2015). Perbedaan Pengungkapan Diri Dalam Media Sosial Online (Facebook) Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Skripsi*. Semarang: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.



IDENTITAS DIRI

1. Nama/Inisial :
2. Usia :
3. Stambuk :
4. Fakultas :
5. Jenis kelamin :

PENGUNAAN INSTAGRAM

1. Jenis pengguna Instagram
 - Aktif Pasif
2. Pengaturan akun Instagram
 - Private Publik
3. Durasi penggunaan Instagram dalam sehari
 - 1-2 jam > 2 jam
4. Pernah atau sering membagikan informasi personal seperti: foto, video, kegiatan sehari-hari, serta opini maupun perasaan di Instagram
 - Ya Tidak

SKALA PENELITIAN

Pada bagian ini Saudara diminta untuk memberikan respons/jawaban atas pernyataan-pernyataan yang diberikan. Jawablah setiap pernyataan sesuai dengan keadaan diri Saudara yang sebenar-benarnya. Penelitian ini sangat mengharapkan kejujuran dan keseriusan dalam memberikan jawaban. Jawaban yang Saudara berikan sama sekali tidak mempengaruhi hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas sehari-hari. Peneliti juga akan menjamin kerahasiaan jawaban yang Saudara berikan.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dan pahami setiap pernyataan berikut dengan teliti kemudian berikan pendapat Saudara di setiap pernyataan tersebut dengan cara memilih salah satu jawaban yang tersedia
2. Dalam pengisian skala ini, Saudara tidak perlu ragu-ragu dalam memilih jawaban karena dalam skala ini tidak ada jawaban yang dianggap salah. Semua jawaban dapat diterima sepanjang jawaban tersebut diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh
3. Apabila Saudara telah selesai menjawab, periksalah dan pastikan kembali tidak ada yang terlewatkan.

No.	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Saya suka membagikan keseharian saya di Instagram				
2	Saya suka berbagi pendapat saya di Instagram				
3	Saya langsung memposting hal-hal yang ingin saya bagikan di Instagram tanpa banyak berpikir				
4	Saya merupakan orang yang mudah untuk membagikan sesuatu di akun Instagram saya				
5	Saya suka membagikan kebersamaan dengan teman-teman saya di Instagram				
6	Saya sering memberikan respons terhadap postingan teman-teman saya di Instagram				
7	Saya tidak suka membagikan kesibukan saya saat ini di Instagram				
8	Butuh waktu lama bagi saya untuk menentukan apa yang ingin saya bagikan di Instagram				
9	Saya merasa kurang percaya diri untuk membagikan sesuatu di Instagram saya				
10	Saya sering kali tidak jadi memposting sesuatu di Instagram karena takut akan penilaian orang lain				
11	Saya jarang melakukan interaksi dengan teman-teman saya di Instagram				
12	Saya jarang membuat Instagram Story				
13	Teman-teman saya biasanya membuat Instagram Story mengenai kesibukannya saat ini				
14	Ketika ada yang berulang tahun, biasanya teman-teman saya membagikan momen-momen di hari tersebut di akun Instagramnya				
15	Ada batasan yang harus dijaga ketika membagikan informasi personal di Instagram				

No.	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
16	Ketika perayaan hari keagamaan, followers saya banyak yang membagikan momen kebersamaan dengan keluarganya di Instagram pada hari tersebut				
17	Berbagi foto diri merupakan hal yang biasa dilakukan di media sosial Instagram				
18	Selain untuk berbagi foto, terkadang pengguna Instagram juga membagikan pengalamannya di Instagram				
19	Membagikan foto diri bukan hal yang biasanya dilakukan oleh pengguna Instagram				
20	Saya jarang melihat teman-teman saya membagikan foto ketika selesai melaksanakan seminar/proposal/hasil/sidang				
21	Saya bebas membagikan hal apa saja di Instagram saya meskipun bersifat sensitif				
22	Saya biasanya langsung membagikan foto atau video yang di dalamnya terdapat wajah teman-teman saya di Instagram tanpa meminta izin terlebih dahulu				
23	Followers saya jarang membagikan kedekatannya dengan teman-teman mereka di Instagram				
24	Kebanyakan teman-teman saya menggunakan Instagram hanya untuk melihat-lihat postingan orang lain tanpa membagikan apapun				
25	Respons positif yang saya dapatkan ketika membagikan ide/opini di Instagram membuat saya lebih berani untuk mengungkapkan pemikiran saya				
26	Teman-teman saya biasanya memberikan ucapan selamat ketika saya memposting penghargaan atau pencapaian saya di Instagram				
27	Saya akan menggunakan fitur <i>close friends</i> ketika membuat Instagram Story apabila informasi yang saya bagikan bersifat lebih personal				
28	Followers saya di Instagram kebanyakan memiliki usia yang tidak jauh berbeda dengan saya				
29	Saya pernah menggunakan fitur add yours di akun Instagram saya				
30	Saya akan mengunggah ulang (repost) postingan teman saya yang men-tag akun saya di Instagram Story				

No.	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
31	Ketika saya berbagi pengalaman di Instagram, tidak ada yang menanggapi apa yang saya bagikan				
32	Saya sering mendapat komentar yang tidak menyenangkan ketika membagikan foto diri saya di Instagram				
33	Kebanyakan <i>followers</i> saya merupakan orang yang tidak saya kenal				
34	Kebanyakan <i>followers</i> saya di Instagram memiliki usia yang jauh lebih tua dari saya				
35	Saya tidak mau mengunggah ulang (<i>repost</i>) postingan teman saya yang <i>men-tag</i> akun Instagram saya				
36	Saya tidak pernah ikut serta dalam menggunakan fitur <i>add yours</i> di Instagram				
37	Saya membagikan kejadian atau hal-hal yang menurut saya lucu di akun Instagram saya				
38	Saya lebih suka membagikan hal-hal yang bersifat positif dan menyenangkan di Instagram				
39	Apabila saya mendapatkan penghargaan, saya akan senang membagikannya di Instagram				
40	Saya membagikan minat atau hobi saya di Instagram				
41	Terkadang saya juga membagikan kesibukan saya saat ini di Instagram				
42	Saya membagikan foto bersama dengan teman-teman saya di Instagram				
43	Hal-hal yang menyenangkan dan membuat saya bahagia tidak saya sebarkan di akun Instagram saya				
44	Saya tidak pernah membagikan penghargaan atau pencapaian saya di Instagram				
45	Saya tidak pernah membagikan keterampilan atau keahlian yang saya miliki di Instagram				
46	Saya tidak suka membagikan selera musik saya di Instagram				
47	Saya tidak mau membagikan hubungan asmara saya di Instagram				
48	Saya tidak pernah memposting hal-hal yang berkaitan dengan pendidikan atau pekerjaan saya saat ini di Instagram				





RELIABILITY

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	66	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	48

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
A1	2.83	.904	66
A2	2.88	.903	66
A3	2.86	.875	66
A4	2.83	.776	66
A5	2.89	.825	66
A6	2.61	.742	66
A7	2.39	.699	66
A8	2.86	.821	66
A9	2.83	.921	66
A10	2.97	.701	66
A11	2.77	.760	66
A12	2.82	.858	66
A13	2.94	.782	66
A14	2.83	.904	66
A15	2.27	.755	66
A16	2.62	.855	66
A17	2.42	.912	66
A18	3.17	.514	66
A19	2.82	.742	66
A20	3.02	.794	66
A21	2.68	.897	66
A22	2.50	.864	66
A23	2.38	.957	66
A24	2.35	.668	66
A25	2.58	.745	66
A26	2.67	.829	66
A27	2.45	.915	66
A28	2.45	.898	66
A29	2.50	.707	66
A30	3.14	.605	66
A31	2.89	.558	66
A32	2.71	.760	66
A33	2.55	.768	66
A34	2.35	.984	66
A35	2.36	.777	66
A36	2.59	.859	66
A37	2.53	.863	66
A38	2.35	.595	66
A39	2.56	.825	66
A40	2.64	.777	66
A41	2.53	.948	66
A42	3.21	.448	66
A43	2.89	.585	66
A44	2.56	.862	66
A45	2.53	.769	66
A46	2.67	.771	66
A47	2.55	.661	66
A48	2.32	.727	66

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	125.30	262.584	.389	.907
A2	125.26	260.686	.456	.906
A3	125.27	264.694	.328	.908
A4	125.30	261.322	.513	.906
A5	125.24	264.771	.348	.908
A6	125.53	270.376	.159	.910
A7	125.74	272.256	.089	.910
A8	125.27	263.924	.382	.907
A9	125.30	261.538	.416	.907
A10	125.17	265.403	.390	.907
A11	125.36	266.850	.297	.908
A12	125.32	266.128	.283	.908
A13	125.20	263.145	.435	.907
A14	125.30	264.645	.317	.908
A15	125.86	266.089	.330	.908
A16	125.52	255.731	.670	.904
A17	125.71	258.947	.511	.906
A18	124.97	272.214	.137	.909
A19	125.32	275.974	-.070	.912
A20	125.12	264.324	.381	.907
A21	125.45	261.236	.440	.907
A22	125.64	256.143	.648	.904
A23	125.76	260.494	.433	.907
A24	125.79	270.200	.189	.909
A25	125.56	258.927	.638	.905
A26	125.47	261.330	.477	.906
A27	125.68	255.759	.622	.904
A28	125.68	260.743	.457	.906
A29	125.64	260.450	.607	.905
A30	125.00	273.354	.054	.910
A31	125.24	271.756	.148	.909
A32	125.42	259.356	.607	.905
A33	125.59	255.722	.752	.903
A34	125.79	255.247	.591	.905
A35	125.77	270.148	.158	.910
A36	125.55	256.252	.648	.904
A37	125.61	261.658	.444	.907
A38	125.79	268.908	.284	.908
A39	125.58	258.433	.591	.905
A40	125.50	258.438	.630	.905
A41	125.61	262.519	.370	.908
A42	124.92	272.840	.119	.909
A43	125.24	275.356	-.046	.911
A44	125.58	262.802	.403	.907
A45	125.61	260.519	.551	.905
A46	125.47	261.299	.517	.906
A47	125.59	265.199	.426	.907
A48	125.82	274.182	.004	.911

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
128.14	274.797	16.577	48



UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Total
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	90.05
	Std. Deviation	15.224
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.052
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

ANALISIS FAKTOR

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.766
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	137.285
	df	10
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Kepribadian	Budaya	Audiens	Topik	Jenis Kelamin
Anti-image Covariance	Kepribadian	.665	-.106	-.001	-.111	-.135
	Budaya	-.106	.288	-.195	-.029	-.060
	Audiens	-.001	-.195	.279	-.138	-.001
	Topik	-.111	-.029	-.138	.552	.024
	Jenis Kelamin	-.135	-.060	-.001	.024	.886
Anti-image Correlation	Kepribadian	.867 ^a	-.243	-.003	-.183	-.176
	Budaya	-.243	.718 ^a	-.687	-.072	-.118
	Audiens	-.003	-.687	.699 ^a	-.351	-.002
	Topik	-.183	-.072	-.351	.859 ^a	.034
	Jenis Kelamin	-.176	-.118	-.002	.034	.851 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Kepribadian	1.000	.522
Budaya	1.000	.798
Audiens	1.000	.787
Topik	1.000	.615
Jenis Kelamin	1.000	.187

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.909	58.189	58.189	2.909	58.189	58.189
2	.906	18.116	76.305			
3	.577	11.542	87.847			
4	.442	8.848	96.695			
5	.165	3.305	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Kepribadian	.723
Budaya	.894
Audiens	.887
Topik	.784
Jenis Kelamin	.433

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi 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 : 1034/FPSI/01.10/VIII/2022
 Lampiran : -
 Hal : Riset dan Pengambilan Data

1 Agustus 2022

Yth. Bapak/Ibu Wakil Rektor Bidang Pengembangan SDM dan
 Administrasi Keuangan
 Universitas Medan Area
 di
 Tempat

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

Nama : **Dewi Fortuna**
 NPM : **188600233**
 Program Studi : Ilmu Psikologi
 Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, Jl. Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jl. Gedung PBSI, Medan 20223** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Self-Disclosure Di Media Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area"**.

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 Universitas yang Bapak/Ibu pimpin.

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

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



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

Tembusan

- Mahasiswa Ybs
- Arsip





UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolan Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi 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

SURAT KETERANGAN Nomor : 1455/UMA/B/01.7/IX/2022

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Dewi Fortuna
No. Pokok Mahasiswa : 188600233
Fakultas : Psikologi
Program Studi : Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area pada tanggal 01 sd 15 Agustus 2022 dengan Judul skripsi “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Self-Disclosure* Di Media Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area.”


Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 01 September 2022

An Rektor,

Wakil Rektor Bidang Pengembangan SDM dan
Administrasi Keuangan,


Dr. Ir. Suswati, MP

Tembusan :

1. Fakultas Psikologi
2. Arsip