

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PENGUNGKAPAN DIRI
PADA DEWASA AWAL PENGGUNA INSTAGRAM**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memproleh Gelar Sarjana Psikologi

Disusun Oleh:

Salsabila Nurul Laili

NIM. 1671066

Dosen Pembimbing Skripsi:

Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A.

NIP. 19840703 201503 2 002

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsabila Nurul Laili

NIM : 1671066

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri serta bukan plagiasi dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari dalam skripsi saya ini ditemukan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ditindak sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 17 Agustus 2023

Yang Menyatakan



Salsabila Nurul Laili

NIM.1671066



NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI/ TUGAS AKHIR

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Salsabila Nurul Laili
NIM : 16710066
Prodi : Psikologi
Judul : Hubungan Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Dewasa Awal Pengguna Instagram

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Program Studi Psikologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam program studi Psikologi.

Dengan ini berharap agar skripsi / tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 16 Agustus 2023
Dosen Pembimbing Skripsi

Ismatul Izzah, S. Th. I., M. A.
NIP. 19840703 201503 2 002



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-944/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : **Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Dewasa Awal Pengguna Instagram**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SALSABILA NURUL LAILI
Nomor Induk Mahasiswa : 16710066
Telah diujikan pada : Jumat, 18 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A.
SIGNED

Valid ID: 64e6ea9d9cc20



Penguji I

Sara Palila, S.Psi., M.A., Psi
SIGNED

Valid ID: 64e44c4e8d009



Penguji II

Candra Indraswari, S.Psi., M.Psi., Psi
SIGNED

Valid ID: 64e6ee4559ec6



Yogyakarta, 18 Agustus 2023

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 64e7119935348

HALAMAN MOTTO

“Jangan putus asa mewujudkan mimpi-mimpimu, teruslah berdoa dan berusaha”

(Papa)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“This too shall pass”

(Han Jisung of Stray Kids)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ هَلَالِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Terima kasih kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat, kemudahan, dan kelancaran-Nya maka karya ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

ALMAMATER

Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

KELUARGA

Papa dan Mama tercinta, kedua adik perempuan tersayang

TEMAN-TEMAN SEPERJUANGAN

Psikologi Angkatan 2016 UIN Sunan Kalijaga, Sahabat Psikologi B

DIRI SAYA SENDIRI

Terima kasih sudah berjuang sampai akhir

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena hanya berkat kehendak-Nya segala permohonan dapat menjadi mungkin. Berkat rahmat dan petunjuk-Nya pula saya dapat menyelesaikan tahap demi tahap penelitian skripsi peneliti yang berjudul *“Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Dewasa Awal Pengguna Instagram”* sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata (S1) Psikologi.

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan segenap kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

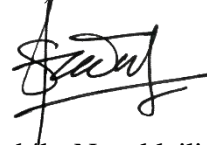
1. Bapak Dr. Mochamad Shodik, S.Sos., M.Si, selaku dekan fakultas ilmu sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Lisnawati, S.Psi., M.Psi. selaku ketua prodi psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Sara Palila, S.Psi., M.A., Psikolog selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan mengarahkan studi peneliti dari awal kuliah hingga selesai.
4. Ibu Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas kebaikan hati Ibu Isma yang senantiasa sabar dalam membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi yang begitu berharga bagi peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Ibu Sara Palila, S.Psi., M.A., Psikolog selaku Dosen Penguji I dan Ibu Candra Indraswati, S.Psi, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Penguji II peneliti yang telah memberikan bimbingan dan saran sehingga penelitian ini bisa selesai dengan lebih baik.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas segala ilmu, bantuan, serta bimbingannya selama masa perkuliahan.
7. Pihak-pihak yang turut membantu menyebarluaskan kuesioner penelitian.

8. Semua partisipan yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian. Atas partisipasinya telah mempermudah peneliti menyelesaikan penelitian ini.
9. Keluarga tercinta, Papa, Mama, dua adik perempuan peneliti Tiffany dan Laras, kemudian Kakek dan Nenek yang telah memberikan bantuan baik dalam hal material maupun rohani. Terima kasih atas kasih sayang tanpa syarat yang telah diberikan kepada peneliti selama ini.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan, Psikologi angkatan 2016, terkhusus teman-teman Psikologi B yang telah memberikan semangat, bantuan, serta telah mewarnai masa-masa perkuliahan saya dengan penuh keceriaan.
11. Sahabat SMA peneliti Luthfi Salsabilla, sahabat kuliah peneliti Jihan Nur Husna, Arini Mayang Fa'uni, Huria Dara Fatimah, Nabila Aulia Rosyadha, Rizka Hanny Sumantri, Yunanda Rizqia Bahari, Resa Timor Triyana, Rosyida, Rif'ayati, yang telah banyak memberikan dukungan serta bantuan kepada peneliti selama proses penyelesaian skripsi ini.
12. Semua pihak yang memberikan bantuan baik dalam pengerjaan skripsi peneliti maupun dalam kehidupan sehari-hari. Semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan.

Demikian kata pengantar ini disampaikan. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti sangat menerima kritik maupun saran yang membangun dari para pembaca. Besar harapan peneliti sampaikan agar penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah literatur serta wawasan baik bagi peneliti sendiri maupun pembaca.

Yogyakarta, 17 Agustus 2023

Penulis,



Salsabila Nurul laili

NIM. 16710066

DAFTAR ISI

COVER HALAMAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI / TUGAS AKHIR.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Keaslian Penelitian	10
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Pengungkapan Diri.....	17
B. Harga Diri.....	24
C. Dinamika Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengungkapan Diri Pada Dewasa Awal Pengguna Instagram	28
D. Hipotesis.....	32
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Desain Penelitian	34
B. Identifikasi Variabel Penelitian	34
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel Penelitian	36

E. Metode dan Alat Pengumpulan Data	37
F. Validitas, Seleksi Aitem, dan Reliabilitas Alat Ukur.....	40
G. Metode Analisis Data	41
BAB IV	44
PELAKSANAAN, HASIL PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Orientasi Kacah dan Persiapan.....	44
1. Orientasi Kacah	44
2. Persiapan Penelitian.....	45
B. Pelaksanaan Penelitian	46
C. Hasil Penelitian	46
1. Deskripsi Subjek Penelitian.....	46
2. Analisis Deskriptif.....	48
3. Kategorisasi Skor Subjek	49
4. Uji Asumsi	51
5. Uji Hipotesis	52
6. Sumbangan Efektif.....	53
D. Pembahasan	53
BAB V.....	56
PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Dinamika Hubungan antara Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Dewasa Awal Pengguna Instagram.....	33
--	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Blueprint Skala Pengungkapan Diri.....	38
Tabel 2. Blueprint Skala Harga Diri.....	39
Tabel 3. Reliabilitas RSDS dan harga diri	45
Tabel 4. Subjek Berdasarkan Usia	46
Tabel 5. Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 6. Subjek Berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 7. Rata-rata Subjek Menggukanan Instagram dalam Sehari	48
Tabel 8. Deskripsi Statistik	49
Tabel 9. Rumus Perhitungan Presentase Kategorisasi	50
Tabel 10. Kategorisasi Skor Pengungkapan Diri	50
Tabel 11. Kategorisasi Skor Pengungkapan Diri	50
Tabel 12. Uji Normalitas	51
Tabel 13. Uji Linearitas.....	52
Tabel 14. Uji Hipotesis Korelasi Pearson Product Moment	52
Tabel 15. Sumbangan Efektif.....	53

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PENGUNGKAPAN DIRI PADA DEWASA AWAL PENGGUNA INSTAGRAM

Salsabila Nurul Laili
NIM 16710066

INTISARI

Media sosial selain dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan mencari inspirasi juga seringkali digunakan sebagai sarana seseorang mengungkapkan dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna Instagram. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif media sosial Instagram yang bertempat tinggal di D.I. Yogyakarta dengan rentang usia 20–34 tahun. Sampel pada penelitian ini berjumlah 103 orang. Data diambil menggunakan teknik *purposive* dan *snowball sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan skala *Revised self-disclosure Scale (RSDS)* dengan koefisien *alpha* sebesar 0,850 dan skala harga diri dengan koefisien *alpha* sebesar 0,859. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis korelasi *pearson product moment*. Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan antara harga diri terhadap pengungkapan diri dengan nilai $p 0,030 < 0,05$ dan nilai korelasi sebesar 0,214. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara harga diri dan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna instagram di Yogyakarta. Hubungan antar variabel bersifat positif, sehingga semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi juga pengungkapan diri individu.

Kata kunci: Pengungkapan Diri, Harga Diri, Dewasa Awal, Instagram

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND SELF-DISCLOSURE IN EARLY ADULT OF INSTAGRAM USERS

Salsabila Nurul Laili
NIM 16710066

ABSTRACT

Apart from being used to share information and find inspiration, social media is also often used as a means for individuals to express themselves. This study aims to analyze the relationship between self-esteem and self-disclosure in early adulthood Instagram users. Subjects in this study were 103 people with an age range of 20-34 years. The design of this study uses a correlational design. The sampling method used in this study was purposive sampling and snowball sampling. The measuring instrument used to collect data is the Self-Disclosure Scale using the Revised Self-Disclosure Scale (RSDS) with an alpha coefficient of 0,850 and a self-esteem scale with an alpha coefficient of 0,859. The collected data were analyzed using the Pearson Product Moment technique. The correlation value of self-disclosure with self-esteem was obtained at 0,214 with a p value of 0.030 ($P < 0,05$). The results of this study indicate that there is a significant relationship between self-esteem and self-disclosure in early adulthood Instagram users in Yogyakarta. The relationship between variables is positive, if the higher the individual's self-esteem, the higher the individual's self-disclosure.

Keywords: *Self-esteem, Self-disclosure, Early adulthood, Instagram*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penggunaan internet oleh masyarakat khususnya media sosial terus meningkat seiring berkembangnya zaman. Kumpulan program berbasis internet atau yang dikenal sebagai media sosial ini memfasilitasi komunikasi antar pengguna semakin mudah (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial berfungsi sebagai *platform* bagi orang untuk mengekspresikan diri dan berbagi pendapat, komentar, dan informasi dengan cepat dan tanpa kendala waktu atau geografis (Putri et al., 2016).

Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022-2023 mencapai 215,63 juta orang atau 78,19 persen dari total penduduk Indonesia. Jumlah ini meningkat 2,67% dibandingkan periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna. Sebuah studi *Indonesia Digital Report 2023* oleh *We Are Social* menunjukkan bahwa waktu yang dihabiskan oleh pengguna media sosial di Indonesia rata-rata adalah 3 jam 18 menit per hari. Indonesia memiliki durasi penggunaan media sosial terlama kesepuluh di dunia (Kemp, 2023). Alasan orang Indonesia menggunakan internet memperoleh skor tertinggi pada alasan untuk dapat mengakses media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, Youtube, dan lainnya (APJII, 2023).

Salah satu dari banyaknya media sosial yang gemar digandrungi oleh masyarakat adalah Instagram. Instagram menduduki urutan ketiga sebagai

media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia (APJII, 2023). Data yang dilansir oleh Napoleon Cat mencatat bahwa di Indonesia terdapat 106,72 juta pengguna Instagram terhitung hingga Februari 2023. Data Indonesia melansir persentase pengguna Instagram meningkat 12,9% dibanding bulan Januari yang sebesar 94,54 juta pengguna (Rizaty, 2023). Tidak sama dengan media sosial Facebook atau Twitter, Instagram hanya untuk memposting gambar dan klip video pendek (Adnan & Hidayati, 2018). Orang-orang memposting gambar untuk dilihat, "disukai", dan dikomentari oleh pengikut mereka. Instagram membantu memulai revolusi selfie, di mana pengguna mengambil foto diri mereka sendiri menggunakan kamera depan. Instagram memiliki filter dan alat pengeditan foto untuk mengedit gambar sebelum pengguna mempostingnya (Nicole, 2015). Beberapa orang memposting foto pemandangan, gambar makanan, dll., tetapi banyak orang memfungsikan platform sosial ini untuk mengunggah foto diri mereka sendiri.

Salah satu penelitian mengenai Instagram dilakukan oleh Trifiro & Prena (2021) berjudul *Supplemental Material for Active instagram use and its association with self-esteem and well-being*, penelitian ini memberikan bukti bahwa cara-cara di mana dewasa awal yang terlibat dengan konten online memiliki kemampuan untuk secara signifikan memengaruhi perasaan mereka tentang diri mereka sendiri setelahnya. Secara khusus, penggunaan Instagram aktif, ditambah dengan intensitas penggunaan yang tinggi sedikit terkait dengan hasil pengguna yang positif. Hasil penelitian menunjukkan semakin intens keterlibatan pengguna Instagram, maka harga diri mereka akan semakin tinggi

dan kesejahteraan subjektif mereka semakin tinggi pula. Ini menyiratkan bahwa mungkin semakin intensif pengguna terlibat dengan platform, semakin mereka merasa seolah-olah menjadi bagian masyarakat dan memiliki tingkat keterhubungan sosial yang lebih tinggi.

Individu yang mampu mengatasi sendiri dan mengatasi dengan baik tanggung jawab dan tugas perkembangan pada masa dewasa dianggap dewasa sebelum waktunya. Pada waktu yang bersamaan, kita melihat bahwa individu mungkin mengalami kesulitan dan menimbulkan stres selama menjalankan tugas perkembangannya (Dewi, 2013, dalam Ratnasari, 2021). Upaya untuk meminimalkan dan menghindari stres adalah strategi koping, yaitu upaya yang dijalani individu untuk mengelola beban yang dirasa berat pada diri mereka sendiri supaya tidak meluas menjadi tekanan hidup yang mengganggu. Strategi koping yang berfokus pada mengubah cara individu merespons perasaan salah satunya adalah dengan seseorang mengungkapkan dirinya.

Pengungkapan diri merupakan pengungkapan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain (Sprecher et al., 2013). Pengungkapan diri terjadi ketika orang dengan sengaja membuka informasi tentang diri mereka yang tidak orang lain ketahui atau diperoleh dari sumber lain (Pearce & Sharp, 1973). Pengungkapan diri dapat berupa berbagi pengetahuan individu, sikap, perasaan, keinginan, motivasi dan ide (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Informasi pribadi yang diberikan oleh individu mencakup segala sesuatu tentang diri mereka sendiri sesuai dengan apa yang mau mereka ungkapkan dan bagikan kepada orang lain. Jourard (Gainau, 2012) menjelaskan data pribadi meliputi

pandangan atau pendapat, preferensi dan hobi, karir atau pendidikan, aspek fisik, keuangan, dan karakter. Seiring berjalannya waktu, pengungkapan diri yang biasanya dilakukan secara langsung kini bergeser ke media sosial.

Televisi komersial melakukan riset terhadap 2.000 orang di Amerika Serikat. Menurut hasil survei, setengah dari responden setuju media sosial digunakan sebagai wadah mengekspresikan emosi yang dirasakan, terutama hal-hal negatif. Selain itu, hingga 52% orang yang muncul di media sosial mencari simpati dari orang lain. Sedangkan 30% kemarahannya ingin keluar, bisa karena marah, atau dengki dan iri (Liputan6.com, 2022). Pengungkapan diri di media sosial dapat dilakukan dengan berbagi gambar, video, kutipan, status, komentar, musik atau obrolan yang dapat menggambarkan perasaan dan peristiwa yang dialami oleh pengguna tersebut (Rose et al., 2020).

Pengungkapan diri bersifat komunikatif dan memiliki banyak manfaat. Salah satunya mengungkapkan perasaan atau pikiran pribadi dapat bersifat katarsis dan melepaskan perasaan lega seseorang, dan perasaan lega tersebut kemudian dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis. Pengungkapan diri meningkatkan kedekatan, menerima dukungan sosial dari orang lain, mengidentifikasi orang yang berpikiran sama, dan meningkatkan kepuasan dalam hubungan dengan orang lain (Steuber, 2016). Pengungkapan diri membantu individu memenuhi kebutuhan dasar manusia, membentuk dan memelihara ikatan sosial, belajar tentang dunia dan diri mereka sendiri, dan sarana penanggulangan yang penting untuk kesejahteraan dan kesehatan (Bazarova, 2015).

Pengungkapan diri juga dapat meningkatkan keamanan psikologis dalam berinteraksi (Wood, 2013). Jourard mengungkapkan pengungkapan diri membantu individu memenuhi kebutuhan dasar manusia, membentuk dan memelihara ikatan sosial, belajar tentang dunia dan diri mereka sendiri, dan menyediakan alat penanggulangan yang penting untuk kesejahteraan dan kesehatan (Wood, 2013). Seseorang dapat merasakan resiko penolakan dari orang lain, kemudian seseorang tersebut mengungkapkan perasaan frustasinya di platform media sosial mengenai rasa tidak puas akibat penolakan dari orang lain. Pengungkapan di media sosial tersebut sedikit membantunya merasakan kemananan psikologis (Ariani, 2018).

Ketika mengekspresikan diri, terutama ketika mengungkapkan emosi, isi pikiran, atau hal-hal pribadi lainnya, individu cenderung memilih seseorang yang dapat dipercaya sehingga tidak menghadapi penolakan karena orang lain mungkin merasa tidak puas atau tidak nyaman dengan yang diungkapkan tersebut (Wood, 2013). Hal ini membuat ditemukan masih banyak individu segan dalam melakukan pengungkapan diri di sosial media termasuk Instagram karena merasa orang lain akan memandang aneh, mengganggu, atau tidak suka dengan dirinya karena pengungkapan yang dilakukan olehnya. Padahal pengungkapan diri untuk dewasa awal merupakan suatu yang penting. Hurlock (2013) menjelaskan bahwa individu pada tahap ini membutuhkan cara untuk menciptakan hubungan sosial dengan orang lain dan menciptakan tempat bagi individu untuk eksistensi dirinya (Nurdina, 2013). Agar individu yang berada di fase dewasa awal dapat memperoleh manfaat potensial dari

menghabiskan waktu *online*, mereka harus berusaha menggunakan media sosial untuk tujuan yang mendorong pengembangan diri dan hubungan yang positif (O'Donnell, et al., 2023).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Holiang Chen (2017) tentang *positive self-disclosure online* yang dilakukan kepada mahasiswa di sebuah kampus Amerika, menyatakan bahwa dalam hal untuk meningkatkan citra diri positif pada seseorang, mereka cenderung mengungkapkan sisi-sisi positif kehidupan mereka di media sosial. Pada penelitian tersebut diungkapkan bahwa pengguna Facebook dapat mengedit postingan mereka secara strategis untuk menarik perhatian kontak dan menerima lebih banyak umpan balik positif. Sama seperti pada interaksi tatap muka, individu menggunakan umpan balik dari orang lain untuk mengevaluasi presentasi diri mereka (Chen, 2017). Oleh karenanya, selain pengungkapan diri penting sebagai penyaluran perasaan dan pikiran serta memelihara hubungan, seorang individu perlu mengungkapkan dirinya secara positif untuk membangun citra diri yang baik. Maka untuk memunculkan pengungkapan diri tersebut diperlukan faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri, salah satunya adalah faktor harga diri.

Pengungkapan diri individu dipengaruhi oleh harga diri seseorang (Prager, 1995). Harga diri melibatkan evaluasi subjektif individu kepada dirinya sendiri baik dalam aspek positif atau negatif (Jan et al., 2017). Aktivitas mengungkapkan diri di media sosial muncul karena dorongan ingin mendapat perhatian lebih dari orang lain. Cara individu dinilai oleh orang lain dapat membentuk positif dan negatifnya harga diri seseorang (Sarwono, 2013).

Seseorang berharga diri tinggi umumnya merasa penuh keyakinan dan percaya diri terhadap kemampuan dirinya, sementara individu pada harga diri rendah mengalami kurangnya percaya diri, merasa tak berarti, dan cemas terhadap tanggapan orang lain (Rosenberg et al., 1995).

Harga diri merupakan penilaian yang dibuat seseorang terhadap dirinya dalam tingkat positif sampai negatif (Baron & Byrne, 2004). Michener dan DeLamater (1999) mengatakan orang dengan harga diri tinggi memiliki sikap asertif, terbuka, dan percaya pada dirinya sendiri. Harga diri ini memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri mereka apa adanya, sehingga pengungkapan diri bukanlah topeng untuk menyembunyikan kelemahan mereka. Rendahnya harga diri pada individu dapat menghambat pengungkapan diri. Menurut Burns, (1993) individu-individu ini biasanya sulit mengekspresikan diri mereka sendiri dan terkendala untuk menunjukkan diri mereka, perasaan dan pikiran mereka karena evaluasi negatif terhadap diri mereka sendiri, dan memandang jika memiliki hubungan dengan orang lain menimbulkan ancaman.

Dalam sebuah riset oleh Forest dan Wood (2020) yang berjudul “*Ketika Jejaring Sosial Tidak Berfungsi: Individu dengan Harga Diri Rendah Mengenali Tetapi Tidak Memanfaatkan Manfaat Pengungkapan Diri di Facebook*”, melibatkan 177 pengguna facebook dengan memeriksa unggahan status para peserta. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa orang yang memiliki harga diri rendah cenderung mengungkapkan lebih banyak konten yang kurang positif dan lebih banyak mengungkapkan emosi negatif

dibandingkan dengan orang yang memiliki harga diri tinggi. Mereka yang memiliki harga diri rendah cenderung mengekspresikan lebih banyak perasaan kesedihan, kemarahan, frustrasi, rasa cemas, ketakutan, mudah marah, kurangnya kebahagiaan, dan rasa terima kasih dalam postingan mereka dibandingkan dengan individu yang memiliki harga diri tinggi.

Adapun penelitian terbaru yang dibuktikan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristanti & Eva (2022) menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dan pengungkapan diri. Hasil dari keterkaitan tersebut termasuk kedalam kategori kuat dengan arah korelasi positif yang signifikan. Studi korelasi yang menguji pada harga diri dengan pengungkapan diri juga dilakukan oleh Wahyuni dan Anggraini (2021) pada mahasiswa Unissula Pengguna Instagram melibatkan sebanyak 330 mahasiswa Unissula pengguna Instagram, dinyatakan bahwa adanya keterhubungan antara harga diri dan pengungkapan diri, serta didapatkan hasil analisis yang memperlihatkan semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi juga pengungkapan diri.

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan diri di situs jejaring sosial tidak terlepas dari harga diri individu. Velasco (2013) menyatakan bahwa harga diri adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan diri secara daring. Oleh karena itu, variabel pengungkapan diri juga dipengaruhi oleh variabel harga diri. Maka atas dasar tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengungkapan diri di sosial media khususnya Instagram. Kemudian, peneliti berupaya

menganalisis hubungan harga diri dengan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna Instagram.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna Instagram?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritik mampu mensosialisasikan gagasan-gagasan pembaharuan ilmu psikologi yang masih terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terutama dalam perkembangan psikologi kepribadian dan sosial. Menyumbangkan kontribusi ilmiah dalam ranah psikologi yang mengeksplorasi interaksi antara harga diri dan pengungkapan diri pada individu dewasa awal yang menggunakan platform Instagram, serta menjadi dasar referensi bagi penelitian-penelitian masa depan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi dewasa awal

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya harga diri agar mampu memahami dan dapat mengendalikan pengungkapan diri kepada khalayak umum di Instagram.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan, sumber informasi, referensi dan rujukan yang berguna untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan penelitian mengenai hubungan antara harga diri pengungkapan diri.

E. Keaslian Penelitian

Beberapa penelitian yang sebelumnya membahas harga diri dan pengungkapan diri antara lain sebagai berikut:

1. Hubungan antara Harga Diri dengan Pengungkapan Diri Pada Mahasiswa Unissula Pengguna Instagram

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni & Anggraini pada tahun 2021 mengenai harga diri dan pengungkapan diri pada mahasiswa unissula memiliki populasi sebanyak 330 mahasiswa yang merupakan mahasiswa strata 1 angkatan 2017 di Unissula. *Cluster sampling* digunakan dalam teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini digunakan dua instrumen untuk memperoleh data yaitu pengukuran harga diri yang memiliki reliabilitas sebesar 0,876 dan pengungkapan diri sebesar 0,771. Hipotesis

penelitian ini adalah mahasiswa Unissula yang menggunakan Instagram memiliki hubungan positif antara harga diri dengan keterbukaan diri. Uji *spermmman rho* non parametrik digunakan dalam teknik analisis data. Hasil analisis mengungkapkan bahwa semakin tinggi harga diri, semakin besar pengungkapan diri. Dengan demikian, hipotesis diterima.

2. Pengaruh *Self Esteem* dan *Trust* Terhadap Pengungkapan diri Pada Pengguna Aplikasi Kencan Online

Penelitian yang dilakukan oleh Iin Andriani, Diana Imawati, dan Siti Khumaidatul Umaroh pada tahun 2020 yang diikuti oleh 325 partisipan. Teknik *quota sampling* digunakan dalam teknik sampling ini. Teknik analisis data menggunakan korelasi *Spearman* dengan menggunakan program statistik SPSS 23 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan pengungkapan diri dengan nilai rho sebesar 0,394. Adanya hubungan yang signifikan antara kepercayaan dengan keterbukaan diri sebesar 0,475. Pada taraf signifikan 0,000 ($p < 0,01$). Dalam hal ini, harga diri memiliki pengaruh sebesar 15,5% terhadap pengungkapan diri, sedangkan kepercayaan diri memiliki pengaruh sebesar 22,5%.

3. Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap *Self-Disclosure* Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzia, Maslihah, dan Ihsan pada tahun 2019 bertujuan untuk menginvestigasi dampak tipe kepribadian terhadap pengungkapan diri pada individu dewasa awal yang menggunakan media

sosial Instagram di kota Bandung. Sebanyak 400 responden ikut serta sebagai subjek studi. Hasil analisis data melalui metode regresi linier sederhana mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan diri pada kalangan dewasa awal pengguna Instagram di kota Bandung.

4. *Association Between Self-esteem and Self-disclosure in Female University Students as Second Instagram Account Users in Malang*

Penelitian yang dilakukan oleh Aziizaton Nabillah dan Hanurawan, pada tahun 2022, tujuannya adalah untuk menyelidiki hubungan antara harga diri dan pengungkapan diri pada siswa yang menggunakan akun Instagram lain. Hingga 100 mahasiswi di kota Malang berpartisipasi dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan uji korelasi *product-moment Pearson*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi yang menggunakan akun Instagram lain di kota Malang memiliki hubungan yang signifikan dan positif antara harga diri dengan pengungkapan diri dengan nilai p sebesar 0,032 dan $p < 0,05$ (signifikan) dan nilai korelasi (r) sebesar 0,214.

5. *Hubungan antara Self-Disclosure Melalui Media Sosial dan Emotion Focus Coping pada Wanita Usia Dewasa Awal*

Penelitian yang dilakukan oleh Runtu tahun 2017 memiliki tujuan penelitian menguji hubungan antara perilaku keterbukaan diri melalui media sosial dan strategi koping yang berfokus pada emosi pada wanita dewasa awal. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 104 individu yang

memenuhi kriteria sebagai wanita dewasa awal dan pengguna media sosial di wilayah Sulawesi Utara. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain korelasional. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengungkapan diri melalui media sosial dan strategi koping yang berfokus pada emosi pada wanita dewasa awal ($p = 0,102 > 0,05$).

6. Hubungan Harga Diri dan Kesepian dengan Pengungkapan Diri Remaja Surakarta Pengguna Instagram

Penelitian milik Dwidiyanti, Hardjono dan Anggarani (2022) tujuannya adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan kesepian dengan pengungkapan diri remaja pengguna Instagram di Surakarta. Sampel penelitian ini adalah 350 seluruh kecamatan Surakarta. Teknik *disproportionate stratified random sampling* digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan nilai korelasi (r) sebesar 0,376 dan nilai p sebesar 0,065 ($p > 0,05$) yang artinya rendah atau tingginya harga diri dan kesepian tidak memengaruhi remaja di Surakarta.

7. Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Pengungkapan Diri

Penelitian yang dilakukan oleh Muttaqien, Hibatullah dan Wulandari pada tahun 2022 dengan tujuan penelitian mengungkap sejauh mana dampak pengguna Instagram terhadap pengungkapan diri mahasiswa yang belajar di jurusan ilmu komunikasi Universitas Tidar. Studi ini dilakukan melalui pendekatan komparatif sebab-akibat. Data penelitian diperoleh melalui survei berupa kuesioner yang diberikan kepada 90 mahasiswa aktif

ilmu komunikasi Universitas Tidar yang mewakili seluruh populasi mahasiswa di jurusan tersebut. Teknik analisis data menggunakan metode uji regresi linier sederhana, dan hasil penelitian menunjukkan sebesar 32,5% terhadap pengungkapan diri, sehingga dianggap signifikan.

8. Hubungan *Self Esteem* dengan *Self Disclosure* Pada Remaja Pengguna Instagram

Penelitian yang dilakukan oleh Khafidar dan Mastuti pada tahun 2022 bertujuan untuk melihat korelasi antara tingkat harga diri dan tingkat pengungkapan diri pada remaja yang menggunakan platform Instagram. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian melibatkan 104 remaja dengan rentang usia 11-18 tahun yang memiliki dan menggunakan akun Instagram. Instrument pengukuran yang digunakan meliputi *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) yang telah diadaptasi oleh Azwar, serta *Self-Diclosure Questionnaire* yang diadaptasi oleh Adani. Hasil analisis data penelitian menunjukkan nilai signifikansi (p) sebesar 0,004 ($0,004 < 0,05$) dengan nilai korelasi (r) sebesar 0,282. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara harga diri dan tingkat pengungkapan diri pada remaja pengguna Instagram. Korelasi ini bersifat positif, semakin tinggi harga diri remaja semakin tinggi pula tingkat pengungkapan dirinya dalam penggunaan platform instagram.

9. *Self-esteem* dan *Self-disclosure* Generasi Z Pengguna Instagram

Penelitian milik Kristanti dan Eva pada tahun 2022 tujuannya adalah untuk menginvestigasi kaitan antara tingkat harga diri dan pengungkapan

diri pada individu generasi Z yang menggunakan platform Instagram. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif dengan fokus korelasi. Populasi yang diteliti adalah mahasiswa program studi psikologi di Universitas Negeri Malang angkatan 2018 hingga 2020. Sampel penelitian ini terdiri dari 183 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *cluster sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan metode *korelasi product moment*. Temuan dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara tingkat harga diri dan pengungkapan diri pada individu generasi Z yang menggunakan Instagram. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat harga diri seseorang, semakin besar pula mereka untuk mengungkapkan diri secara lebih terbuka pada platform Instagram, khususnya kelompok generasi Z.

10. *The Correlation between Self-Esteem and Self-Disclosure in Students on Instagram*

Penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Hasibuan (2023) ini ingin melihat korelasi antara harga diri dan pengungkapan diri pada mahasiswa di Instagram. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah siswa yang aktif menggunakan akun Instagram dan sampel penelitian ini adalah 153 siswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala harga diri dan skala pengungkapan diri yang diukur menggunakan bentuk skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan untuk *product moment*, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan

antara *self-esteem* dan *self-disclosure* pada mahasiswa. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi r_{xy} 0,462 dengan nilai signifikansi p 0,000 > 0,05. Harga diri siswa berpengaruh terhadap munculnya keterbukaan diri pada siswa MAN Panyabungam di Instagram.

Berdasarkan uraian di atas, berikut peneliti ungkapkan persamaan dan perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya, yaitu:

1. Berdasarkan Tema/Topik Penelitian

Terdapat kesamaan topik dan kedekatan tema antara penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu. Namun, belum ditemukan penelitian yang mengkaji hubungan antara harga diri dan pengungkapan diri pada pengguna Instagram dewasa awal di Yogyakarta.

2. Berdasarkan Teori

Penelitian ini menggunakan teori Wheelless dan Grotz (1976) sebagai landasan untuk teori variabel pengungkapan diri. Sedangkan untuk variabel harga diri peneliti menggunakan landasan teori dari Coopersmith (1967).

3. Berdasarkan Subjek

Pada penelitian ini peneliti menggunakan subjek dewasa awal pengguna Instagram, di mana belum banyak penelitian yang meneliti hubungan harga diri dan pengungkapan diri pengguna Instagram yang berada di fase dewasa awal di Yogyakarta.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengungkapan Diri

1. Pengertian Pengungkapan Diri

Pengungkapan diri berasal dari dua kata yaitu, “*self*” yang artinya diri dan “*closure*” yang artinya penutupan dan keterbukaan. Dengan demikian, pengungkapan diri diartikan dengan pengungkapan informasi-informasi pribadi dan rahasia milik seseorang kepada orang lain. Wheelless (1976) mengungkapkan bahwasanya pengungkapan diri merupakan kemampuan individu dalam mengungkapkan informasi yang dikomunikasikan secara verbal kepada sekelompok orang.

Devito (2011) mengungkapkan pengertian pengungkapan diri adalah suatu bentuk komunikasi di mana individu mengungkapkan informasi secara sengaja mengenai diri mereka sendiri yang biasanya tidak mereka bagi dengan orang lain. Pengungkapan diri mencakup berbagai macam subjek, seperti informasi yang mencakup perilaku, sikap, hasrat, perasaan, motif, dan pemikiran seseorang. Seberapa dalam seseorang mengungkapkan dirinya dapat dilihat dalam situasi dan pada orang yang diajak berinteraksi dengannya. Tentunya jika seseorang yang bersangkutan dapat membuat pelaku pengungkap diri merasa aman dan nyaman, maka peluang pengungkapan diri juga semakin besar, begitu pula sebaliknya.

Morton (dalam Fauzia et al., 2019) mendefinisikan pengungkapan diri sebagai tindakan bertukar perasaan dan informasi yang bersifat deskriptif dan evaluatif kepada mereka yang cenderung memiliki hubungan intim dan dekat dengan pelaku pengungkap diri. Deskriptif berarti orang tersebut menguraikan berbagai informasi fakta mengenai dirinya yang mungkin belum dikenal oleh pihak yang mendengarkan, seperti jenis pekerjaan, alamat, dan usia. Sementara itu, evaluasi merujuk kepada seseorang yang mengungkapkan pandangan atau emosi pribadi, seperti preferensi terhadap jenis orang tertentu atau hal-hal yang disenangi atau tidak disukai.

Seseorang yang terlibat dalam pengungkapan diri tampak cenderung mengikuti asas timbal balik yang terdapat pada proses pengungkapan diri. Dalam hal ini, jika seseorang mengungkapkan hal-hal yang sifatnya pribadi, maka kecenderungan untuk memberikan respon yang sepadan akan terjadi. Pada umumnya pengungkapan diri yang dilakukan satu orang diharapkan dapat memunculkan pengungkapan diri individu lain yang diajak berinteraksi (Jourard, 1971, dalam Sprecher, 2013).

Berdasarkan pengertian yang sudah dijabarkan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan diri adalah pemberian informasi yang bersifat personal dan pribadi, baik berupa perasaan, pemikiran, keinginan, dan pengalaman individu tersebut kepada orang lain.

2. Aspek-aspek Pengungkapan Diri

Menurut Wheelers & Grotz (1976), berbagai aspek pengungkapan diri dapat diuraikan sebagai berikut :

a. *Amount* (Jumlah)

Jumlahnya bergantung pada seberapa sering individu mengungkapkan diri dan seberapa lama individu tersebut mengungkapkan dirinya.

b. *Intention* (Tujuan)

Tujuan di sini adalah tentang sekuat apa keinginan dan kesadaran individu untuk mengendalikan dirinya dalam mengungkapkan informasi yang akan dibagikan kepada orang lain.

c. *Positiveness-negativeness* (Positif-negatif)

Mengacu pada pertukaran informasi dari individu ketika mereka membuka diri, yakni mengenai apa yang diungkapkan tentang dirinya bisa bersifat positif maupun negatif. Kualitas yang diungkapkan, baik positif maupun negatif, memiliki efek yang berbeda baik pada yang mengungkap dirinya maupun yang mendengar.

d. *Honesty-accuracy* (Kejujuran-kecermatan)

Kejujuran individu dalam pengungkapan diri mengacu pada kebenaran informasi yang diberikan kepada orang lain. Tepat atau tidaknya individu mengungkapkan dirinya dibatasi oleh kemampuan individu untuk mengetahui dan memahami dirinya sendiri. Ada berbagai tingkat kejujuran dalam pengungkapan diri, berarti seseorang dapat

sepenuhnya jujur atau bahkan melebih-lebihkan apa yang sedang dikomunikasikan tentang dirinya.

e. *Control of depth of disclosure* (Kedalaman)

Seseorang mungkin berbagi informasi intim atau pribadi secara detail tentang diri mereka sendiri.

Altman dan Taylor (1973) menjabarkan pengungkapan diri memiliki lima aspek, yaitu:

a. Ketepatan

Mengarah pada apakah seseorang membagikan informasi pribadi tentang peristiwa yang penting dan relevan bagi mereka yang terlibat di dalamnya.

b. Motivasi

Motivasi terkait dengan apa yang mendorong seseorang untuk mengekspresikan dirinya kepada orang lain, baik berasal dari dalam diri maupun luar.

c. Waktu

Untuk melihat apakah seseorang bisa terbuka atau tidak diperlukan *timing* yang tepat. Waktu yang tidak ideal ketika individu sedih atau kelelahan karena cenderung kurang terbuka dengan orang lain. Saat yang terbaik adalah saat mereka bahagia maka ia cenderung terbuka kepada orang lain.

d. Keintensifan

Intensifan pengungkapan diri seseorang tergantung kepada siapa seseorang mengungkapkan dirinya, apakah kepada teman dekat, teman biasa, orang tua, atau orang yang baru dikenalnya.

e. Kedalaman dan keluasan

Dimensi pengungkapan diri memiliki dua aspek, yaitu dangkal dan mendalam. Pengungkapan diri yang bersifat dangkal umumnya terjadi ketika seseorang berinteraksi dengan individu yang belum akrab dan melibatkan berbicara tentang informasi umum seperti nama, asal, dan alamat. Di sisi lain, pengungkapan diri yang bersifat mendalam terjadi ketika seseorang berbagi cerita kepada individu yang memiliki hubungan dekat atau intim. Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah keluasan, yang merujuk pada cakupan topik yang bisa meliputi aspek umum hingga spesifik.

Berdasarkan aspek-aspek yang disebutkan di atas, peneliti akan menggunakan teori aspek-aspek pengungkapan diri meliputi dari Wheelless & Grotz (1976) yakni *amount* atau jumlah, *intent* atau tujuan, *positiveness-negativeness* atau positif-negatif, *honesty-accuracy* atau kejujuran-kecermatan, dan *control of depth of disclosure* atau kedalaman.

3. Faktor-faktor Pengungkapan Diri

Devito (2011) menjelaskan ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri, antara lain:

a. Besar Kelompok

Pengungkapan diri jauh lebih umum pada komunitas yang lebih kecil daripada di komunitas yang lebih banyak. Dengan setidaknya satu pendengar, pihak yang mengungkapkan diri mengambil jawaban dengan lebih baik. Namun, jika ada lebih dari satu pendengar, adopsi lebih sulit karena respons di masa mendatang pasti akan berbeda.

b. Persaan Menyukai

Orang terbuka kepada orang yang ia sukai dan tidak terbuka kepada orang yang dibenci. Itu karena orang tersebut dapat bersifat suportif dan positif.

c. Efek Diadik

Individu mengungkapkan dirinya ketika orang lain juga mengungkapkan dirinya. Seseorang bisa *feeling safe* dan merasa nyaman ketika ada efek diadik yang mana meningkatkan perilaku pengungkapan diri.

d. Kompetensi

Orang yang kompeten membuat membuka diri lebih banyak daripada orang yang kurang kompeten.

e. Kepribadian

Orang ekstrovert mudah membangun pertemanan lebih supel daripada orang introvert dan kurang bisa membangun pertemanan.

f. Topik

Orang lebih terbuka tentang topik tertentu dibanding topik yang lain, seperti pekerjaan atau hobi, daripada kehidupan intim pada pernikahan atau situasi keuangan mereka. Seseorang memberi lebih banyak informasi positif daripada negatif.

g. Jenis Kelamin

Secara umum, wanita dikatakan lebih terbuka daripada laki-laki.

Adapun menurut Liliweri (2015) beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri antara lain:

a. Konsep Diri

Konsep diri melibatkan cara individu secara konsisten mengenali dan memahami dirinya sesuai dengan identitas yang telah ditetapkan pada mereka, membentuk keyakinan tentang diri yang mencakup elemen pencapaian, peran gender, serta orientasi seksual.

b. Kesadaran Diri

Semakin individu jelas dan konsisten tentang konsep dirinya maka akan mempengaruhi sikap atau disposisi individu tersebut.

c. Harga Diri

Penilaian individu mengenai penerimaan, penghormatan, dan kepuasan mengenai individu itu sendiri sebagai pribadi yang positif dan negatif, baik disadari maupun tidak disadari.

d. Budaya

Nilai yang dipahami individu dari keluarga, pertemanan maupun daerah, dan negara berperan penting dalam mempengaruhi pengungkapan diri.

e. Jenis Kelamin

Wanita lebih banyak melakukan pengungkapan diri daripada pria.

f. Topik Percakapan

Tema atau topik menentukan individu untuk memilih akan membuka dirinya atau tidak. Semakin pribadi dan negatif topik tersebut, maka kecil kemungkinan orang akan melakukan pengungkapan diri.

Berdasarkan uraian faktor-faktor di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan diri dapat dipengaruhi oleh besar kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, kompetensi, kepribadian, topik, konsep diri, kesadaran diri, harga diri, jenis kelamin, dan budaya.

B. Harga Diri

1. Pengertian Harga Diri

Coopersmith (Lumongga, 2016) mendefinisikan harga diri atau *self esteem* sebagai penilaian dan cara memandang diri sendiri, terutama sikap terhadap penerimaan dan penolakan, dan menunjukkan keyakinan seseorang pada kemampuan, kepentingan, kesuksesan, dan nilai seseorang.

Rosenberg (Lumongga, 2016) mengungkapkan harga diri adalah bentuk

evaluasi positif atau negatif seseorang tentang dirinya dan mempotrait harga diri sebagai suka atau tidak sukanya individu terhadap diri sendiri.

Harga diri merupakan karakteristik evaluatif dan reflektif spesifik dari konsep diri yang dapat bervariasi dari tinggi ke rendah dan sebagian didasarkan pada evaluasi diri orang lain (Gillibrand et al., 2016). Harter juga memandang harga diri sebagai perbedaan antara dua evaluasi diri internal; diri ideal dan diri sejati, dengan kata lain, apa yang kita inginkan atau pikirkan, harus kita bandingkan dengan apa yang sebenarnya kita pikirkan. Orang muda bahkan sering menghukum diri sendiri karena ketidakmampuan mereka dan merasa bersalah. Rendahnya harga diri menyebabkan orang melakukan dua sikap yang sangat merugikan, yaitu sikap pasif dan sikap agresif. Sikap pasif adalah sikap tidak yakin dalam melakukan berbagai tindakan karena takut menyinggung perasaan orang lain, merasa didikte, menimbulkan kebencian pada diri sendiri dan perasaan ditinggalkan (Barata & Izzati, 2013).

Berdasarkan penjabaran teori di atas, dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan suatu bentuk penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri dengan memandang apakah dirinya berharga, bermakna, dan pantas untuk dicintai. Hasil penilaian tersebut bisa bersifat positif yaitu mampu menerima dirinya sendiri, atau negatif yang berupa penolakan terhadap diri sendiri.

2. Aspek-aspek Harga Diri

Menurut Coopersmith (Lumongga, 2016), aspek-aspek harga diri adalah sebagai berikut:

a. *Power* (kekuatan)

Kekuatan adalah adanya daya individu dalam mengatur dan mengendalikan perilakunya sendiri dan seseorang mendapat pengakuan dari orang lain atas perilaku individu tersebut. Kekuatan itu diakui melalui penilaian kualitas atas aspirasi yang disampaikan seseorang yang nantinya mendapat pengakuan dan penghormatan dari orang lain atas pendapat yang diutarakan oleh individu tersebut. Pengakuan ini berdampak pada rasa menghargai opini seseorang dan mampu melawan tekanan untuk beradaptasi tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan opini seseorang. Setiap perlakuan tersebut dapat mengembangkan kontrol sosial, kepemimpinan dan kemandirian yang pada akhirnya menimbulkan sikap tegas, asertif, energik dan penuh tanya jawab.

b. *Significance* (keberartian)

Keberartian ditujukan untuk orang lain untuk mengungkapkan penerimaan, perhatian dan afeksi. Mengekspresikan ketertarikan dan penghargaan pada seseorang berarti persetujuan dan bantuan, yang merupakan kebalikan dari penolakan dan isolasi. Penerimaan ditandai dengan kehangatan, daya tanggap, dan tetap apa adanya. Efek utama dari perhatian dan kasih sayang adalah menciptakan dalam dirinya rasa berarti (*a sense of important*). Semakin banyak orang menunjukkan

cinta, semakin besar kemungkinan mereka memiliki harga diri yang baik .

c. *Virtue* (kebajikan/kebaikan)

Kebajikan dimanifestasikan dengan mengikuti kode etik, moral, etika dan agama. Orang yang mengikuti aturan, kode etik, moral, etik dan agama, menginternalisasinya, menunjukkan sikap positif terhadap diri sendiri dan berhasil mencapai tujuan untuk melayani nilai-nilai luhur. Perasaan berharga tampaknya dibentuk oleh perasaan berkaitan dengan kebenaran, kejujuran, dan hal-hal spiritual .

d. *Competence* (Kompetensi)

Kompetensi dalam harga diri berkaitan dengan usaha yang dilakukan individu dalam mencapai tujuan tertentu. Hal tersebut ditandai oleh keberhasilan individu dalam menyelesaikan berbagai tugas dan pekerjaan dengan baik sehingga mampu memenuhi tuntutan prestasi berdasarkan tingkat aktivitas yang tinggi dengan level dan tugas yang berbeda untuk setiap kelompok usia. Individu yang berpengalaman sukses meraih tujuannya cenderung merasa yakin dirinya mampu dalam menghadapi kesulitan.

Berdasarkan uraian di atas, aspek-aspek dari harga diri yaitu kekuatan (power), keberartian (significance), kebajikan (virtue), dan kompetensi (competence).

C. Dinamika Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengungkapan Diri Pada Dewasa Awal Pengguna Instagram

Pengungkapan diri pada masa dewasa awal menjadi relevan ketika individu pada tahap ini membutuhkan tempat untuk membangun hubungan sosial dengan orang lain dan membutuhkan eksistensi diri (Nursalam, 2013). Pengungkapan diri di jejaring sosial, salah satunya Instagram, menjadi alasan bagi seseorang untuk mengungkapkan pendapat, keyakinan, dan suasana hatinya secara lebih tepat tentang dirinya. (Krasnova, dkk, 2012).

Pengungkapan diri dipengaruhi oleh faktor yang beragam, salah satunya adalah harga diri. Harga diri adalah evaluasi diri positif atau negatif yang dibuat orang tentang diri mereka sendiri berdasarkan bagaimana orang lain melihatnya (Baron dan Byrne, 2004). Harga diri mempengaruhi komunikasi di mana ketika harga diri tinggi yang dimiliki seseorang dapat cenderung memiliki keterampilan komunikasi yang baik, sehingga mereka tidak merasa terlalu terbatas untuk berbagi informasi pribadi. Hal ini memungkinkan harga diri memengaruhi seseorang untuk terbuka. Velasco (2013) menyatakan bahwa pengungkapan diri secara online bisa dipengaruhi oleh harga diri, yang merupakan salah satu aspek yang relevan (dalam Prawesti & Dewi, 2016).

Adanya keterkaitan antara harga diri dengan pengungkapan diri dapat dilihat dari keterkaitan aspek harga diri yaitu kekuatan, makna, kebajikan, kompetensi. Aspek kekuatan atau kekuasaan yang pertama mengacu pada kemampuan individu untuk mengendalikan perilakunya dalam kaitannya dengan lingkungannya. Kekuatan ini berasal dari orang lain yang mengakui

dan menghormati pendapat yang diungkapkan oleh individu tersebut. Orang yang bersandar pada aspek ini cenderung percaya diri (Coopersmith, 1967). Michener & DeLamater (1999) berpendapat bahwa seseorang dengan harga diri yang tinggi dapat bersikap asertif, percaya diri, dan terbuka, memungkinkan individu untuk terbuka dan mengekspresikan dirinya apa adanya (Nabillah & Hanurawan, 2022). Dengan begitu ia tidak akan memandang situasi berinteraksi dengan orang lain untuk melakukan pengungkapan diri sebagai hal yang menakutkan dan perlu dihindari (Rahmat, 1993).

Aspek kedua dari harga diri adalah keberartian atau signifikansi. keberartian mengacu pada perhatian dan cinta yang ditunjukkan oleh orang lain sebagai bentuk penerimaan dan pengakuan atas kehadiran mereka. Individu yang diterima oleh lingkungan berkontribusi pada pengembangan harga diri yang tinggi. Sebaliknya, ketika orang merasa diabaikan atau terpinggirkan di lingkungannya, mereka mengembangkan harga diri yang rendah. Semakin banyak orang menunjukkan cinta, semakin besar kemungkinan mereka memiliki harga diri yang baik (Coopersmith, 1967). Hal ini didukung oleh pernyataan Christofides, dkk (Varnali, 2015) mengindikasikan bahwa individu melakukan pengungkapan diri yang berarti untuk mencapai perhatian dan popularitas, sementara kontrol informasi diprediksi muncul berdasarkan tingkat keyakinan dan harga diri, bukan semata-mata demi menjaga privasi. Aktivitas pengungkapan diri di media sosial dipengaruhi oleh keinginan untuk diperhatikan dan dinilai dari orang lain (Wahyuni, 2021).

Aspek harga diri yang ketiga adalah *virtue* atau kebajikan, yaitu kemampuan individu untuk mengikuti prinsip etika, moral, etik, dan agama yang berlaku di lingkungan sekitarnya. Orang yang patuh pada nilai-nilai luhur di sekitarnya memancarkan rasa martabat dan menunjukkan sikap positif dalam dirinya (Coopersmith, 1967). Orang dengan harga diri yang tinggi tahu bagaimana menilai dirinya setara dengan orang lain, bahwa dirinya sama-sama berharga, sama-sama berguna bagi kehidupan sekitar, sama-sama punya kelebihan dan kekurangan, serta merasa puas dengan dirinya sendiri. Menurut sudut pandang yang diungkapkan oleh Pelham dan Swan (Baron dan Bryne, 2004), individu dengan harga diri yang tinggi menatap dirinya secara positif karena menyadari kelebihannya dan kelebihan tersebut dinilai lebih penting daripada kelemahannya. Di sisi lain, orang dengan harga diri rendah melihat diri mereka secara negatif dan hanya berfokus pada kelemahan mereka, bukan kekuatan mereka.

Harga diri memperhatikan berbagai hal tentang diri mereka sendiri, seperti siapa diri mereka, bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri, apakah mereka sukses atau negatif, bagaimana citra ditampilkan kepada orang lain, dan lain-lain (Baron dan Bryne, 2004). Beriringan dengan aspek pengungkapan diri *positiveness-negativeness* yakni informasi yang disampaikan saat individu mengungkapkan dirinya adalah orang tersebut bisa mengekspresikan dirinya dengan hal-hal yang bersifat positif maupun hal-hal yang bersifat negatif. Kualitas informasi yang disampaikan akan memberikan dampak yang berbeda baik pada si pengungkap ataupun pendengar.

Competence atau kompetensi, yang merupakan aspek keempat dari harga diri, adalah kemampuan individu untuk mencapai tujuan tertentu dan berhasil memenuhi tuntutan prestasi sesuai dengan tingkatan yang ada. Individu yang memiliki pengalaman sukses dalam mencapai tujuannya merasa percaya diri dan mampu mengatasi kesulitan dan masalah (Coopersmith, 1967). Aspek ini berkaitan dengan *honesty-accuracy* (kejujuran-ketepatan) pengungkapan diri. Individu yang mengenali dirinya dengan baik tahu bagaimana mengekspresikan diri dengan lebih tepat, hal ini ditunjukkan oleh mereka yang mudah beradaptasi, dapat diandalkan, kompeten, mampu bersikap objektif, percaya diri, dan terbuka (David, 1990). Tepat atau tidaknya seseorang mengekspresikan diri dibatasi oleh kemampuan mereka untuk mengenali dan memahami diri mereka sendiri. Sedangkan kejujuran dalam keterbukaan diri mengarah pada informasi yang disampaikan bersifat otentik atau sebenarnya, bukan dikurang-kurangi atau dibesar-besarkan.

Bagi individu, tingkat pengungkapan diri yang tinggi dapat memberikan sejumlah manfaat, seperti kesadaran diri yang lebih besar, kemampuan memecahkan masalah, mudah berkomunikasi, memahami kesehatan mental seseorang, dan memiliki hubungan yang lebih bermakna dengan orang lain (Sears, Freedman, & Peplau, 2009).

Berdasarkan penjabaran dinamika di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga diri memiliki hubungan positif terhadap pengungkapan diri, yang mana variabel tersebut mampu meningkatkan aktifitas pengungkapan diri. Semakin tinggi harga diri, maka semakin tinggi juga

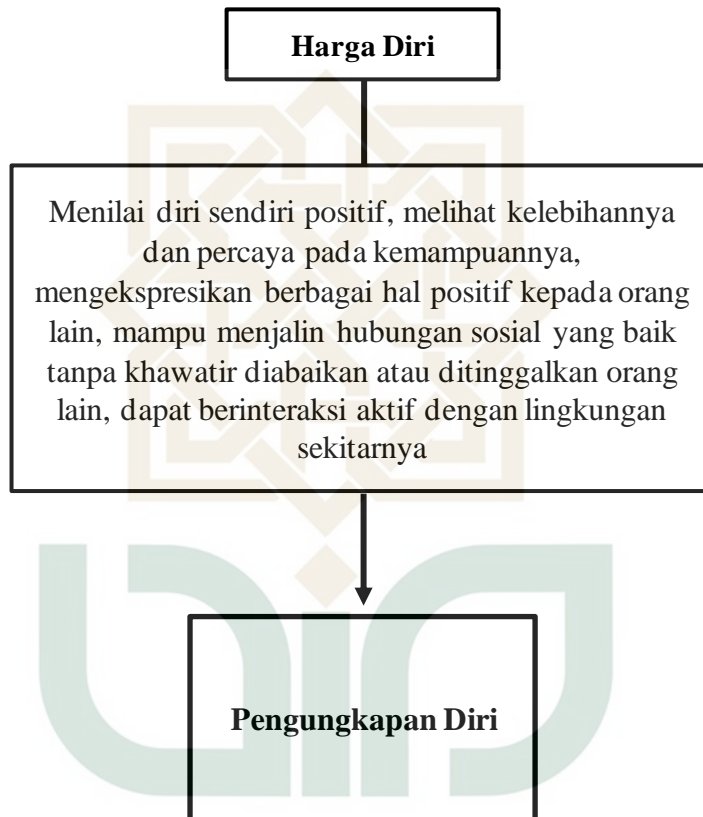
pengungkapan diri yang dilakukan oleh individu. Sebaliknya, semakin rendah harga diri individu, maka semakin rendah juga pengungkapan diri yang dilakukan individu.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah prediksi yang dibuat oleh peneliti tentang hasil yang diharapkan dari hubungan antar variabel (Creswell dan Clark, 2007). Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yaitu “terdapat hubungan antara harga diri dengan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna Instagram”, artinya semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi pengungkapan diri. Sebaliknya, semakin rendah harga diri maka semakin rendah pengungkapan diri.



Bagan 1. Dinamika Hubungan antara Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Dewasa Awal Pengguna Instagram



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif non-eksperimental dengan metode desain korelasional. Penelitian korelasional diaplikasikan untuk melihat hubungan antara harga diri dengan pengungkapan diri.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sifat, nilai, dan atribut suatu objek, seseorang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu untuk dipelajari lalu diambil kesimpulannya (Suseno, 2012). Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel bebas dan variabel tergantung, dengan rincian sebagai berikut:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi penyebab atau yang mempengaruhi suatu perubahan pada suatu variabel tergantung (Suseno, 2012). Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah harga diri.

2. Variabel Tergantung

Variabel tergantung merupakan variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Suseno, 2012). Variabel tergantung yang digunakan pada penelitian ini adalah pengungkapan diri.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Pengungkapan Diri

Pengungkapan diri adalah pemberian informasi yang bersifat personal dan pribadi, baik berupa perasaan, pemikiran, keinginan, dan pengalaman individu tersebut kepada orang lain. Alat ukur yang digunakan adalah *Revised self-disclosure Scale (RSDS)* didasarkan atas teori Wheelless & Grotz (1976) dengan empat aspek pengungkapan diri, yaitu *amount*, *intention*, *positiveness-negativeness*, *honesty-accuracy*, dan *depth*. Jika skor semakin tinggi diperoleh maka semakin tinggi juga tingkat pengungkapan diri pada subjek. Sebaliknya, jika skor semakin rendah maka tingkat pengungkapan dirinya semakin rendah juga.

2. Harga Diri

Harga diri adalah bentuk penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri dengan memandang apakah dirinya berharga, bermakna, dan pantas untuk dicintai. Hasil evaluasi individu bisa bersifat positif yaitu mampu menerima dirinya sendiri, atau negatif yang berupa penolakan terhadap diri sendiri. Alat ukur menggunakan teori dari Coopersmith (1967) dengan empat aspek harga diri, yaitu *power*, *significance*, *virtue*, dan *competence*. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi juga harga diri individu. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah pula harga diri individu.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Azwar (2019) populasi merupakan suatu kelompok subjek yang memiliki ciri/karakteristik dan menjadi sasaran generalisasi pada hasil penelitian. Adapun populasi pada penelitian ini adalah dewasa awal yang menggunakan media sosial instagram di Yogyakarta. Jumlah populasi dewasa awal dengan rentang usia 20–34 tahun di Yogyakarta berjumlah 778.382 orang (Berita Resmi Statistik, 2020).

Berikut karakteristik populasi subjek pada penelitian ini, yakni:

- a. Berusia 20 – 34 tahun
- b. Berdomisili di Yogyakarta
- c. Pengguna yang aktif menggunakan Instagram, melakukan aktivitas dengan menjelajahi segala hal yang ada pada fitur instagram (buka *home* dan *explore*, melihat *story* instagram, *upload* foto dan video di *feeds*, *reels*, dan *story*, serta *like* dan *comment* postingan orang lain) hingga hari ini; pengguna minimal 1 tahun telah menggunakan instagram.

Sementara itu, sampel merupakan sekelompok kecil subjek yang representatif terhadap populasi dan dipilih berdasarkan besarnya populasi itu sendiri (Neuman, 2014). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan salah satu bentuk sampling nonprobabilitas di mana peneliti memilih responden secara kebetulan apabila peneliti bertemu subjek yang memenuhi kriteria populasi atau cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009).

Karena populasi dewasa awal yang secara aktif sebagai pengguna Instagram dan tinggal di Yogyakarta tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti menggunakan program analisis *G*Power* untuk menentukan jumlah atau besar sampel yang dibutuhkan. *G*Power* merupakan program analisis daya yang berdiri sendiri untuk menguji statistik yang bisa digunakan dalam ilmu sosial, perilaku, dan biomedis (Faul, et al., 2009).

Peneliti menggunakan *test family (Exact)* dan *statistical test* berupa *correlation: Bivariate normal model* dengan tipe analisis kekuatan *a priori: Compute required sampel size-given α , power and effect size*. Hasil dari analisis tersebut didapatkan hasil *total sample size* sebanyak 96 sampel, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah 96 orang.

E. Metode dan Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode angket, yakni pengumpulan data dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis yang akan diisi oleh subjek. Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua skala yang mengukur masing-masing variabel, yaitu:

1. Skala Pengungkapan Diri

Pengungkapan diri pada penelitian ini menggunakan alat ukur *Revised self-disclosure Scale (RSDS)* dari Wheelless & Grotz (1976) yang disusun oleh Fauzia (2019) yang sebelumnya diadaptasi oleh Fitri (2017). Skala pengungkapan diri disusun berdasarkan aspek-aspek pengungkapan diri dari Wheelless & Grotz (1986), antara lain: a) *amount* atau jumlah, b)

intention atau tujuan, c) *positiveness-negativeness*, d) *depth* atau kedalaman, dan e) *honesty-accuracy* atau kejujuran-kecermatan. Skala Pengungkapan diri oleh Fauzia (2019) terdiri dari 26 aitem dengan sebaran 20 aitem *favorable* dan 6 aitem *unfavorable*. Penelitian ini menggunakan jenis skala likert dengan 4 opsi alternatif jawaban, berupa Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS).

Tabel 1. Blueprint Skala Pengungkapan Diri

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Σ	Bobot
			F	UF		
1	<i>Intention</i>	Keluasan individu untuk mengungkapkan tentang apa yang ingin diungkapkan di <i>Instagram</i>	1, 2, 3	-	3	11,5%
2.	<i>Amount</i>	Frekuensi individu melakukan pengungkapan diri di <i>instagram</i>	4, 5, 6, 7, 8	9, 10	7	27%
3.	<i>Valance</i>	Pesan yang disampaikan individu saat mengungkapkan dirinya di <i>instagram</i> dapat bersifat positif/negatif	11, 12, 13	-	5	11,5%
4.	<i>Depth-Intimacy</i>	Sifat intim/pribadi dalam hidup individu yang terkandung dalam suatu informasi yang diungkapkan oleh individu pada <i>instagram</i> . Seberapa dangkal/permukaan individu dalam mengungkapkan dirinya pada <i>instagram</i> .	14, 15, 16, 17	-	8	31%
				18, 19, 20, 21		

5	<i>Honesty-Accuracy</i>	Individu merasa jujur, lebih-lebihkan atau berbohong dalam mengungkapkan dirinya di <i>instagram</i> .	22, 23, 24, 25, 26	5	19%
Jumlah			20	6	26 100%

2. Skala Harga Diri

Harga Diri dalam penelitian ini diukur menggunakan alat ukur yang disusun oleh Dwidiyanti (2022) merupakan modifikasi skala dari Pratiwi (2016) berdasarkan aspek-aspek harga diri dari Coopersmith (1967) yang berupa: a) *power* atau kekuatan, b) *significance* atau keberartian, c) *virtue* atau kebajikan, d) *competence* atau kompetensi. Skala harga diri terdiri dari 35 aitem dengan sebaran 17 aitem *favorable* dan 18 aitem *unfavorable*. Skala pada penelitian ini menggunakan model skala *likert* dengan opsi 4 respon jawaban berupa Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS).

Tabel 2. Blueprint Skala Harga Diri

No.	Aspek	Indikator	No. Aitem		Σ	Bobot
			F	UF		
1	<i>Power</i>	Memiliki kontrol diri yang baik	9, 28	10, 35	9	25,7%
		Mempunyai kekuatan untuk mengontrol individu lain	8	25		
		Mampu mengambil keputusan untuk diri sendiri	11, 29	7		
2	<i>Significance</i>	Merasa mendapatkan penerimaan dari individu lain	21, 30	6, 12	9	25,7%

		Puas dengan hidup yang dijalani	5,31	4,20,32		
		Bersikap sesuai norma yang berlaku	13	3,14,34		
3	<i>Virtue</i>	Merasa dapat menjadi panutan bagi individu lain	15,26	19,22	8	22,9%
		Memiliki perasaan bahwa dirinya berprestasi	2,18,27	23,33		
4	<i>Competence</i>	Memiliki keyakinan untuk sukses	1,16	17,24	9	25,7%
Jumlah			17	18	35	100%

F. Validitas, Seleksi Aitem, dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Validitas adalah sejauh mana kecermatan serta ketepatan dari sebuah alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya (Azwar, 2019). Validitas mengacu kepada seberapa sesuai ide atau alat ukur yang kita buat dengan fakta aktual yang ada.

2. Seleksi Aitem

Seleksi aitem dilakukan sebagai pengujian kualitas dari sebuah alat ukur yaitu menyeleksi aitem yang layak digunakan. Proses seleksi aitem dapat dilakukan dengan melihat daya diskriminasi aitem melalui koefisien korelasi aitem total yang bergerak dari 0,00 sampai 1,00 disertai tanda positif maupun negatif. Apabila koefisien korelasi semakin mendekati angka 1,00 maka daya diskriminasi aitem semakin baik, sebaliknya, apabila koefisien semakin mendekati angka 0,00 atau memiliki tanda negatif maka daya diskriminasi semakin buruk. Angka tersebut

menentukan mampu atau tidaknya aitem dalam membedakan subjek dengan atribut rendah ataupun tinggi.

Aitem dipilih berdasarkan korelasi aitem total memiliki kriteria atau batasan, yaitu apabila koefisien korelasi mencapai minimal 0,30 ($r_{iX} \geq 0,30$) maka daya beda dianggap memuaskan. Sementara, apabila koefisien korelasi kurang dari 0,30 ($r_{iX} < 0,30$), maka dapat diartikan bahwa aitem memiliki daya diskriminasi yang rendah (Suseno, 2012).

3. Reliabilitas

Reliabilitas berpanduan kepada konsistensi dan keterpercayaan alat ukur yang berarti kecermatan pengukuran. Pengukuran yang tidak reliabel tidak akan konsisten dari waktu ke waktu (Azwar, 2012). Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk koefisien reliabilitas dengan rentang angka 0,00 sampai 1,00. Semakin dekatnya koefisien reliabilitas pada angka 1,00, maka reliabilitas semakin tinggi. Sebaliknya, ketika angka koefisien mendekati angka 0,00, maka reliabilitas semakin rendah (Suseno, 2012).

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai dianalisis menggunakan program *SPPS Statistics 25*. Adapun hal-hal yang dilakukan dalam analisis kuantitatif pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran mengenai data yang berasal dari variabel yang dikumpulkan dari partisipan dalam penelitian.

(Azwar, 2019). Data deskripsi statistik yang dihasilkan pada umumnya meliputi nilai minimal dan maksimal, jumlah subjek (N), *mean*, *median*, *modus*, hingga standar deviasi (SD) (Suseno, 2012).

2. Uji Asumsi

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji normal atau tidaknya distribusi data penelitian. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan $p > 0,05$. Sebaliknya, data dinyatakan tidak berdistribusi secara normal apabila nilai signifikan $p < 0,05$ (Suseno, 2012). Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorof-Smimov* (K-S).

2) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui linear atau tidaknya suatu data penelitian, serta menentukan arah korelasi, yaitu kearah positif atau negatif. Data dinyatakan linear apabila $p < 0,05$, sebaliknya, data dinyatakan tidak linear apabila $p > 0,05$ (Suseno, 2012).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis memiliki tujuan untuk mengidentifikasi apakah ada korelasi antara tingkat harga diri dan tingkat pengungkapan diri. Analisis data dalam uji hipotesis ini memanfaatkan metode analisis *Pearson product moment*. Teknik analisis *Pearson product moment* dipilih untuk menguji hubungan antara dua variabel, di mana salah satunya merupakan

variabel tergantung dengan jenis data interval atau rasio, dan yang lainnya adalah variabel bebas juga dengan jenis data interval atau rasio (Suseno, 2012). Pada penelitian ini, *Pearson product moment* digunakan untuk menguji hubungan harga diri terhadap pengungkapan diri. Peneliti dalam melaksanakan analisis *Pearson product moment* menggunakan perangkat lunak *SPSS Statistics 25*.



BAB IV

PELAKSANAAN, HASIL PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancan dan Persiapan

1. Orientasi Kancan

Sebelum dilakukannya penelitian, peneliti melakukan orientasi terlebih dahulu dengan menentukan kancan dan tempat dilakukannya penelitian. Penelitian ini dilakukan pada individu pengguna Instagram aktif yang berada di fase dewasa awal dan bertempat tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan latar tempat penelitian ini didasarkan dari data yang peneliti dapat dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2023 memperlihatkan hasil survei bahwa DIY merupakan salah satu provinsi dengan tingkat pengguna internet tinggi urutan ke 10 se-Indonesia dan mencapai 79,03 persen dari keseluruhan populasi di Yogyakarta.

Penyebaran dan pengisian skala yang melibatkan individu dewasa awal dilaksanakan dengan menggunakan *google form*. Pemilihan subjek dewasa awal juga didasarkan pada data yang didapat dari survey APJII (2023) bahwa pada rentang usia 19-34 tahun merupakan pengguna internet aktif dengan persentase sebesar 97,17 persen di Indonesia. Oleh sebab itu, peneliti memutuskan untuk meneliti subjek pada rentang usia 20-34 tahun dan didapatkan jumlah sampel penelitian sebanyak 103 orang.

2. Persiapan Penelitian

1) Persiapan Alat Ukur

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yang pertama adalah skala *Revised Self-disclosure Scale (RSDS)* dan yang kedua adalah skala harga diri. Alat ukur pengungkapan diri pada penelitian ini berjumlah 26 aitem yang disusun oleh Fauzia (2019), sedangkan instrumen harga diri berjumlah 35 aitem yang disusun oleh Dwidiyanti (2022).

2) Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Uji validitas pada alat ukur pengungkapan diri menggunakan validitas isi yakni sudah tervalidasi oleh *expert judgement* penelitian sebelumnya. Sedangkan uji validitas untuk alat ukur harga diri menunjukkan indeks daya diskriminasi aitem yang bergerak dari 0,314–0,721. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kestabilan alat ukur. Besar koefisien reliabilitas mencangkup 0 sampai 1 disertai tanda positif maupun negatif, semakin mendekati angka 1 berarti semakin tinggi tingkat reliabilitasnya, begitupun sebaliknya (Suseno, 2012). Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan *chronbach alpha* oleh penelitian sebelumnya. Adapun reliabilitas skala *Revised self-disclosure Scale (RSDS)* dan harga diri adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Reliabilitas RSDS dan harga diri

Variabel	Jumlah Aitem	Reliabilitas
Pengungkapan diri	26	0,850
Harga diri	35	0,859

Tabel di atas menunjukkan bahwa reliabilitas skala pengungkapan diri dengan aitem yang berjumlah 26 memiliki skor *chronbach alpha* sebesar 0,85 dan reliabilitas pada skala harga diri dengan aitem yang berjumlah 35 memiliki skor *chronbach alpha* sebesar 0,859.

B. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan pengambilan data dilangsungkan secara daring dengan cara mendistribusikan kuesioner/skala berbentuk *google form* yang telah dipersiapkan oleh peneliti melalui media sosial Instagram, WhatsApp, Twitter, dan Telegram. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 10 Agustus 2023 sampai 13 Agustus 2023. Responden yang sesuai kriteria dari peneliti dapat mengisi kuesioner tersebut dan diperoleh responden sebanyak 103 partisipan.

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan subjek sebanyak 103 orang dengan rentang usia 20-34 tahun. Berikut rincian data subjek berdasarkan usia:

Tabel 4. Subjek Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	%	No.	Usia	Jumlah	%
1.	20 tahun	3	2,9%	9.	28 tahun	4	3,9%
2.	21 tahun	6	5,8%	10.	29 tahun	2	1,9%
3.	22 tahun	14	13,6%	11.	30 tahun	4	3,9%
4.	23 tahun	6	5,8%	12.	31 tahun	-	-
5.	24 tahun	22	21,4%	13.	32 tahun	1	1%
6.	25 tahun	26	35,2%	14.	33 tahun	-	-
7.	26 tahun	10	10%	15.	34 tahun	-	-
8.	27 tahun	5	4,9%				

Responden pada penelitian ini didominasi oleh subjek berusia 25 tahun sebesar 35,2 persen, usia 24 tahun sebesar 21,4 persen, dan 22 tahun sebesar 13,6% dari seluruh populasi.

Demografi jenis kelamin pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	23	22,3%
Perempuan	80	77,7%

Responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan persentase 77,7 persen dari seluruh responden. Sementara responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 23,3 persen dari seluruh responden.

Demografi domisili berdasarkan kabupaten/kota yang berdomisili di Yogyakarta didapati hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Subjek Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Persentase
Kota Yogyakarta	40	38,9%
Kab. Sleman	37	35,9%
Kab. Bantul	20	19,4%
Kab. Kulon Progo	2	1,9%
Kab Gunung Kidul	4	3,9%

Responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berdomisili di Kota Yogyakarta yaitu sebanyak 40 responden dengan persentase 38,9 persen dari seluruh responden, urutan kedua berdomisili di Kab. Sleman yaitu sebanyak 37 responden sebesar 35,9 persen dari seluruh

responden, dan urutan ketiga ditempati oleh responden berdomisili Kab. Bantul dengan jumlah 20 orang dengan persentase sebesar 19,4 persen dari seluruh populasi.

Penelitian ini juga mendapatkan durasi rata-rata subjek melakukan aktivitas di Instagram per harinya dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 7. Rata-rata Subjek Menggunakan Instagram dalam Sehari

Durasi	Jumlah Subjek	Persentase
< 10 menit	4	3,9%
10 – 30 menit	19	18,4%
31 – 60 menit	23	22,3%
1 – 2 jam	27	26,2%
2 – 3 jam	10	9,7%
> 3 jam	20	19,4 %

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas lama responden menggunakan *platform* Instagram dalam sehari berkisar pada durasi 1 sampai 2 jam penggunaan Instagram sebanyak 27 responden dengan persentase 26,2 persen dari seluruh subjek.

2. Analisis Deskriptif

Data di bawah ini menunjukkan skor hipotetik dan skor empirik dari skala pengungkapan diri yang terdiri dari 26 aitem dan skala harga diri yang terdiri dari 35 aitem dengan subjek diketahui sebanyak 103. Skor hipotetik adalah skor yang telah melalui perhitungan skala, sedangkan skor empirik adalah skor yang sesungguhnya. Maka didapatkan analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Deskripsi Statistik

Variabel	Aitem	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
		Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Pengungkapan Diri	26	26	104	65	13	30	93	64,20	11,026
Harga Diri	35	35	140	105	17,5	76	136	97,44	11,345

Keterangan: *Max* : Nilai Tertinggi *Mean* : Nilai Rata-rata
Min : Nilai Terendah *SD* : Standar Deviasi

Berdasarkan tabel deskripsi statistik di atas, variabel pengungkapan diri memiliki skor hipotetik yang terdiri dari nilai terendah diangka 26, nilai tertinggi diangka 104, nilai rata-rata (*mean*) diangka 65, dan nilai standar deviasi diangka 13. Adapun skor empirik diperoleh nilai terendah diangka 30, nilai tertinggi diangka 93, nilai rata-rata (*mean*) diangka 64,20, dan standar deviasi diangka 11,026.

Variabel harga diri memiliki skor hipotetik yang terdiri dari nilai terendah diangka 35, nilai tertinggi diangka 140, nilai rata-rata (*mean*) diangka 105, dan nilai standar deviasi diangka 17,5. Adapun skor empirik diperoleh nilai terendah diangka 76, nilai tertinggi diangka 136, nilai rata-rata (*mean*) diangka 97,44, dan standar deviasi diangka 11,345.

3. Kategorisasi Skor Subjek

Kategorisasi dilakukan untuk mengklasifikasikan subjek ke dalam beberapa kelompok berjenjang menurut kontinum berdasarkan instrumen yang diukur Azwar (2012). Kategorisasi dalam penelitian ini diperoleh dari perhitungan skor hipotetik masing-masing skala penelitian.

Tabel 9. Rumus Perhitungan Presentase Kategorisasi

Kategori	Rumus Penormaan
Rendah	$X < \mu - 1\sigma$
Sedang	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$
Tinggi	$\mu + 1\sigma \leq X$

Keterangan: X : Skor Total
 σ : Standar Deviasi
 μ : Mean

1) Kategorisasi Skor Pengungkapan Diri

Tabel 10. Kategorisasi Skor Pengungkapan Diri

Kategorisasi	Skor	Jumlah	Persentase
Rendah	$X < 52$	11	10,7%
Sedang	$52 \leq X < 78$	78	75,7%
Tinggi	$78 \leq X$	14	13,6%

Berdasarkan kategorisasi skor yang telah dibagi menjadi tiga kategori di atas, menunjukkan bahwa terdapat 11 subjek dari 103 subjek dengan tingkat kategori rendah setara 10,7% dari keseluruhan subjek, 78 subjek dari 103 subjek memiliki tingkat kategori sedang setara 75,7% dari keseluruhan subjek, dan 14 subjek dari 103 subjek memiliki tingkat kategori tinggi setara 13,6% dari keseluruhan subjek.

2) Kategorisasi Skor Harga Diri

Tabel 11. Kategorisasi Skor Pengungkapan Diri

Kategorisasi	Skor	Jumlah	Persentase
Rendah	$X < 70$	0	0%
Sedang	$70 \leq X < 105$	87	84,5%
Tinggi	$105 \leq X$	16	15,5%

Berdasarkan kategorisasi skor yang telah dibagi menjadi tiga kategori di atas, dapat dilihat bahwa tidak ada subjek yang tergolong memiliki tingkat kategori rendah. Adapun terdapat 87 subjek dari 103 subjek memiliki tingkat kategori sedang setara 84,5% dari keseluruhan subjek, dan 16 subjek dari 103 subjek memiliki tingkat kategori tinggi setara 15,5% dari keseluruhan subjek

4. Uji Asumsi

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dijalankan untuk mengidentifikasi apakah data memiliki distribusi yang normal atau sebaliknya. Jika nilai $p > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal. Namun, jika $p < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak mengikuti distribusi normal (Suseno, 2012). Pada penelitian ini, normalitas data diperiksa menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Z (KS-Z) dan hasil pengujian ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 12. Uji Normalitas

Variabel	Sig. (<i>p</i>)	Keterangan
Pengungkapan diri	0,200	$P > 0,05$
Harga Diri	0,200	$P > 0,05$

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,200, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

2) Uji Linearitas

Uji linearitas diuji untuk melihat apakah data penelitian memiliki korelasi yang linear atau tidak. Data dinyatakan linier jika taraf signifikansi *linearity* $p < 0,05$ atau nilai dari taraf signifikan *deviation from linearity* $p < 0,05$ (Suseno, 2012).

Tabel 13. Uji Linearitas

Variabel	Sig. (p)		P	Keterangan
	F	Sig.		
Pengungkapan Diri*Harga Diri	4,786	0,032	$P < 0,05$	Linear

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan nilai F sebesar 4,786 dan taraf signifikansi pada linearitas adalah 0,032 ($p < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa korelasi kedua variabel tersebut adalah linear.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan setelah data terbukti berdistribusi normal dan dinyatakan linear. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik *Pearson Product Moment*. Uji hipotesis dilakukan melalui program statistik SPSS 25.0. Berikut hasil uji hipotesis:

Tabel 14. Uji Hipotesis Korelasi Pearson Product Moment

Variabel	Pearson Correlation	Sig.	P
Pengungkapan Diri*Harga Diri	0,214	0,030	$P < 0,05$

Berdasarkan hasil uji hipotesis analisis menggunakan korelasi *pearson product moment*, diperoleh nilai korelasi harga diri dengan

pengungkapan diri sebesar 0,214 dengan nilai p sebesar 0,030 ($P < 0,05$).

Dengan hasil demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima.

6. Sumbangan Efektif

Tabel 15 Sumbangan Efektif

Variabel	<i>R Square</i>	<i>R Square x 100</i>	Sumbangan Efektif
Pengungkapan Diri*Harga Diri	0,046	4,6	4,6%

Nilai R pada tabel di atas menunjukkan besarnya hubungan antara pengungkapan diri jika dikorelasikan dengan harga diri dan menghasilkan sumbangan efektif sebesar 4,6%.

D. Pembahasan

Berdasarkan berbagai pengolahan data yang telah peneliti lakukan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui korelasi antara harga diri dengan pengungkapan diri pada dewasa awal yang menggunakan Instagram secara aktif. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, didapatkan skor korelasi sebesar 0,214 dengan taraf signifikansi sebesar 0,030 ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima, yang artinya terdapat korelasi yang signifikan dari variabel harga diri terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna Instagram. Hasil skor korelasi juga dapat disimpulkan korelasi antar kedua variabel ini bersifat positif, yang artinya semakin besar harga diri seseorang maka semakin besar

pula individu mengungkapkan dirinya di Instagram. Sebaliknya, semakin rendah harga diri seseorang maka semakin rendah juga kemungkinan seorang mengungkapkan dirinya di Instagram.

Pada tabel sumbangan efektif didapatkan nilai R^2 adalah 0,046, maka diartikan variabel harga diri pada penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 4,6% terhadap variasi dalam pengungkapan diri. Hal ini berarti harga diri memiliki pengaruh dalam memberikan kontribusi terhadap pengungkapan diri seseorang sebanyak 4,6%. Sebanyak 95,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain selain harga diri.

Berdasarkan literatur yang ada, hubungan harga diri dengan pengungkapan diri telah dibahas dan diteliti oleh beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Santi dan Damariswara (2017) mendapatkan hasil yang positif dan sejajar dengan temuan ini dalam konteks harga diri dapat tercermin dalam pola komunikasi individu, terutama dalam pengungkapan diri mereka. Orang dengan harga diri yang tinggi cenderung memiliki penghargaan pada diri mereka sendiri tanpa bergantung pada penilaian orang lain terhadap karakter atau kepribadian mereka (Khafidar & Matuti, 2022). Individu yang demikian memungkinkan melihat pengungkapan diri di media sosial sebagai alat untuk mengekspresikan diri dan membangun citra diri mereka di mata orang lain (Forest & Wood, 2012). Dalam hal ini, Instagram sebagai salah satu yang menjadi latar kajian pada penelitian ini tampak dilatarbelakangi oleh modernitas, mendukung individu dalam aspek

harga diri dan mengekspresikan diri, selain pemenuhan kebutuhan akan hiburan, informasi, serta pendidikan (Aggaraini, 2019).

Secara keseluruhan, penelitian berjalan dengan baik, namun masih terdapat keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini, berkaitan dengan sebaran pengambilan data yang dilakukan secara *online* melalui *google form*. Peneliti tidak memiliki kesempatan untuk mengamati responden saat mengisi kuesioner, yang mana memungkinkan terjadi kesalahan dalam pengisian kuesioner.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil-hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara harga diri dengan pengungkapan diri dengan taraf signifikansi sebesar 0,030 ($p < 0,05$). Hubungan antar kedua variabel ini bersifat positif apabila harga diri individu semakin tinggi, maka pengungkapan diri pada individu juga semakin tinggi. Sumbangan efektif harga diri terhadap pengungkapan diri pada penelitian ini sebesar 4,6%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, terdapat beberapa saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

a. Bagi dewasa awal

Bagi dewasa awal penting untuk memahami harga diri dan mengaggap dirinya berharga sehingga dapat membagikan hal positif diri, dan juga mampu mengendalikan pengungkapan diri pada khalayak umum.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lain yang memiliki ketertarikan tema yang sama diharapkan untuk lebih memperdalam pengetahuan mengenai harga diri dan pengungkapan diri. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat

menambah variasi variabel untuk diteliti lebih lanjut dengan variabel pengungkapan diri dan mengkaji lebih dalam mengenai pengungkapan diri secara daring.



DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. Z., Hidayati, F. (2018). Self Disclosure ditinjau dari tipe kepribadian dan Self Esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Psikologi Sains Dan Profesi*, 2(2).
- Akbar, Z., & Faryansyah, R. (2018). Pengungkapan diri di media sosial ditinjau dari kecemasan sosial pada remaja. *IKRA-ITH Humaniora : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 94–99.
- Altman, I., & Taylor, D. 1973. *Social Penetration: the Advance of interpersonal relationship*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Andriani, I., Imawati, D., Umaroh, S. K. (2020). Pengaruh Harga Diri Dan Kepercayaan Terhadap Pengungkapan Diri Pada Pengguna Aplikasi Kencan Online. *Motiva Jurnal Psikologi*, 2(2), 66.
<https://doi.org/10.31293/mv.v2i2.4783>
- Anggraini, R. (2019). *Pendidikan Kesehatan Dalam Praktik Terapi Nabawi Bagi Psikosomatik* [Thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. UMY Repository <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/31517>
- Ariani, T. D. (2018). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Pengungkapan Diri pada Remaja. *Energies*, 6(1), 1–8.
- APJII. (2023). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. <https://survei.apji.or.id/survei/2023>. Diakses 15 Mei 2023.
- APJII. (2023). *Press Conference Internet User Growth*. <https://survei.apji.or.id/survei/2023> Diakses Maret 2023
- Aziizatun Nabillah, N., & Hanurawan, F. (2022). Association Between Self-esteem

- and Self-disclosure in Female University Students as Second Instagram Account Users in Malang. *KnE Social Sciences*, 2022(ICoPsy), 270–282.
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i18.12393>
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan Validitas Edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barata, M. S., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan antara keterbukaan diri dan harga diri dengan penyesuaian diri remaja pondok pesantren persis putri bangil pasuruan. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi.*, 2(1), 1–5.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/4571>
- Baron, & Byrne. (2004). Psikologi Sosial. In *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
 Jakarta: Erlangga.
- Bazarova, N. N. (2015). Online Disclosure. *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*, 1–10.
<https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic251>
- Bazarova, N. N., & Choi, Y. H. (2014). *Self-Disclosure in Social Media : Extending the Functional Approach to Disclosure.* 64, 635–657.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12106>
- Berita Resmi Statistik (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. *Badan Pusat Statistik Kementrian Dalam Negeri No. 08/01/34/Th. XXIII*, 21 Januari 2021.
- Burns., R. B. (1993). *Konsep Diri, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku* (A. B. Eddy (ed.)). Jakarta: Penerbit Arcan.
- Chen H. (2017). Antecedents of positive self-disclosure online: an empirical study of US college students' Facebook usage. *Psychology research and behavior*

- management*, 10, 147–153. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S136049>
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. U.S: Consulting Psychologist Press.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: SAGE. rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=679
- David, J.W. (1990). *Reaching Out; Interpersonal Effectiveness and Self Actualization*. Prentice Internationalin Jersey.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima*. Terj: Agus Maulana. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Dwidiyanti, A., Hardjono, & Anggarani, F. K. (2022). Hubungan Antara Harga Diri Dan Kesepian Dengan Pengungkapan Diri Pada Remaja Pengguna Instagram Di Surakarta. *Jurnal Psikologi Mandala*, 6(2), 55.
- Faul, F. E. (2009) Statistical Power Analyses Using G*Power 3.1: Test For Correlations and Regression Analyses. *IBehavior Research Methods*, 1149-1160.
- 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.
- Forest, A. L., Wood, J. V, Forest, A. L., & Wood, J. V. (2012). *When Social Networking Is Not Working : Individuals With Low Self-Esteem Recognize but Do Not Reap the Benefits of Self-Disclosure on Facebook* Linked references are available on JSTOR for this article : *Individuals With Low Self-Esteem*

- When Social Network*. 23(3), 295–302.
- Gainau, M. B. (2012). Keterbukaan Diri. *Sekolah Tinggi Agama Kristen Protestan Negeri (STAKPN) Papua*, 12–36.
- Gillibrand, R., Lam, V., & O'Donnell, V. L. (2016). *Developmental Psychology (2nd Ed.)*. Harlow: Pearson/ Prentice Hall.
- Hurlock, E. (2013). *Perkembangan Anak*, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Jan, M., Soomro, S. A., & Ahmad, N. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal, ESJ*, 13(23), 329. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329>
- Jourard, S. M. (1971). *Self-disclosure: An experimental analysis of the transparent self*. John Wiley.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khafidar, D. L & Mastuti, K, Endah. (2022). Hubungan Self-Esteem dengan Self-Disclosure pada Remaja Pengguna Instagram. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*. e-ISSN: 2776-1851
- Krasnova, Hanna, Veltri, Natasha F., and Günther, Oliver. (2012) "Self-disclosure and Privacy Calculus on Social Networking Sites: The Role of Culture - Intercultural Dynamics of Privacy Calculus". *Business & Information Systems Engineering*. 4(3), 127-135. <https://aisel.aisnet.org/bise/vol4/iss3/4>
- Kristanti, S. A., & Eva, N. (2022). Self Esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(5).

- Liliweri, Alo. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: PT. Adhitya Andrebina Agung.
- Liputan6.com. (2022). *Bukan Sekadar Cari Perhatian, Psikolog Ungkap Penyebab Orang Doyan Marah di Media Sosial - Health Liputan6*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/health/read/5053903/bukan-sekadar-cari-perhatian-psikolog-ungkap-penyebab-orang-doyan-marah-di-media-sosial>
- Lumongga. (2016). *Depresi: Tinjauan Psikologis*. Jakarta: Kencana.
- Michener, H. ., & DeLamater, J. (1999). *Social Psychology* (Fourth Edi). Orlando: Harcourt Brace College Publishers.
- Nabillah, N. A. & Hanurawan, Fattah. (2022). Association Between Self-esteem and Self-disclosure in Female University Students as Second Instagram Account Users in Malang. *KnE Social Science: International Conference of Psychology*. 270-282.
- Nicole, D. (2015). *The Effect of Instagram on Self Esteem and Life Satisfaction*. [Honors Thesis, Salem State University]
- Nursalam. 2013. *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis*. Jakarta: SalembaMedika.
- O'Donnell, K. J., Stuart, J., & Barber, B. L. (2023). The Impact of Social Network Site Use on Young Adult Development: Extending the Research Beyond Time Use and Considering the Role of Self-Disclosure Motivations. *Psychological Reports*, 126(1), 66–93. <https://doi.org/10.1177/003329412111054766>
- Pearce, W. B., & Sharp, S. M. (1973). Self-disclosing communication. *Journal of Communication*, 23(4), 409–425.

- Prager, K. J. (1995). *The Psychology of Intimacy*. New York: Guilford Press.
- Prahesti, D., & Sari, C. (2017). *KETERBUKAAN DIRI PADA REMAJA KORBAN CYBERBULLYING*. 5(1), 145–151.
- Prawesti, F. S., & Dewi, D. K. (2016). Self Esteem dan Self Disclosure Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Blackberry Messenger. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.26740/jppt.v7n1.p1-8>
- Purba, A. T. L., & Hasibuan, A. P. (2023). The Correlation Between Self-Esteem And Self-Disclosure In Students On Instagram. *Jurnal Scientia*, 12(1), 627-630.
- Putri, W. S. R., Nurwati, R. N., & Meilanny Budiarti. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Riset & PKM*, 3(1).
- Rahmat, J. (1993). *Psikologi komunikasi. [Edisi Revisi]*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ratnasari, R., Hayatii, E.N., Bashori, K. (2021). Self Disclosure Media Sosial pada Fase Kehidupan Dewasa Awal. *Jurnal Diversita*, 7(2), 141-147.
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>
- Rose, A. J., Schwartz-mette, R. A., Smith, R. L., Steven, R., Swenson, L. P., Carlson, W., Waller, E. M., Rose, A. J., Schwartz-mette, R. A., Smith, R. L., Asher, S. R., & Carlson, W. (2020). *How Girls and Boys Expect Disclosure About Problems Will Make Them Feel: Implications for Friendships* Published by: Wiley on behalf of the Society for Research in Child

Development Stable. <https://www.jstor.org/stable/23255728> REFERENCES
Linked ref. 83(3), 844–863.

Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global Self-Esteem and Specific Self-Esteem: Different Concepts, Different Outcomes. *American Sociological Review*, 60(1), 141. <https://doi.org/10.2307/2096350>

Runtu, V. C. (2017). *Hubungan antara Self-Disclosure Melalui Media Sosial dan Emotion Focus Coping pada Wanita Usia Dewasa Awal*. 1(2), 94–105.

Santi, N. N., & Damariswara, R. (2017). Hubungan antara, self esteem dengan self disclosure pada saat chatting di facebook. *Pedagogia : Jurnal Pendidikan*, 6(1), 110–123. <https://doi.org/10.21070/pedagogia.v6i1.611>

Sarwono, S. W. (2013). *Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Press.

Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L.A. (2009). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.

Sprecher, S., Treger, S., Wondra, J. D., Hilaire, N., & Wallpe, K. (2013). Journal of Experimental Social Psychology Taking turns : Reciprocal self-disclosure promotes liking in initial interactions ☆. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(5), 860–866. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2013.03.017>

Steuber, K. R. (2016). *KELI RYAN STEUBER College of New Jersey, USA*. <https://doi.org/10.1002/9781119085621.wbefs039>

Sugiyono. (2009). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suseno, M. N. (2012). *Statistika: Teori dan Aplikasi untuk Penelitian ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta: Ash Shaff.

- Trifiro, B. M., & Prena, K. (2021). Supplemental Material for Active instagram use and its association with self-esteem and well-being. *Technology, Mind, and Behavior*, 2(3), 1–5. <https://doi.org/10.1037/tmb0000043.supp>
- Varnali, K. & Toker, A. (2015). Self disclosure on social networking sites. *Journal Social Behaviour and Personality*, 43(1), 1-4
- Velasco, J. (2013). Exploring Self Disclosure in Online Social Network. *School of Information and Library Science*, 15(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Wahyuni, D. R. A., & Anggraini, R. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Pengungkapan Diri Pada Mahasiswa Unissula Pengguna Instagram. *Archetype Jurnal Ilmiah Psikologi & Terapan*, 4(2), 1–10.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Wheless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and Measurement of Reported Self- Disclosure. *Human Communication Research*, 2(4), 338–346. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1976.tb00494>.
- Wood, B. E. (2013). What is a social inquiry ? *Set*, 3(November), 20–28.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA