

PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN TERHADAP *SELF-DISCLOSURE* PADA PENGGUNA INSTAGRAM

Isna Waasi¹, Mariyana Widiastuti², Safitri M.³.
Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara No. 9, Kebon Jeruk – Jakarta Barat 11510
isnawasi44@gmail.com

Abstract

Human need to interact and have social relationships with others. Communication can be done very easily and practically. The internet is a medium that helps humans communicate. Internet applications that are widely used by the community, one of which is Instagram, which serves as a means of socializing. Through Instagram, someone can express himself about personal and impersonal things. One of the factors that influence self-disclosure is personality. Purpose: The purpose of this study was to see the influence of personality on oneself on Instagram users. Methods: This research method is quantitative causality, non-probability sampling technique with purposive sampling type, with a sample of 100 Instagram users in Indonesia. Personality measurement instrument 37 valid items and reliability coefficient value (α) 0.909 and self-disclosure measuring instrument with 34 valid items and a reliability coefficient value (α) 0.951. Results: The results of the research on the personality of Instagram users are more introverted (54%) and the One Way ANOVA analysis shows that there are significant differences, so there is an influence on the personality type of Instagram users. The self-disclosure of Instagram users is equally high and low (50%). Male late teens using Instagram to discuss work (75%), had the most extrovert personality in the high self-disclosure category.

Keywords: *personality type, self-disclosure, Instagram user.*

Abstrak

Manusia perlu berinteraksi dan menjalin hubungan sosial dengan yang lain. Komunikasi dapat dilakukan dengan sangat mudah dan praktis. Internet merupakan media yang membantu manusia dalam berkomunikasi. Aplikasi internet yang banyak digunakan oleh masyarakat salah satunya ialah Instagram yang berfungsi sebagai sarana bersosialisasi. Melalui Instagram seseorang dapat mengungkapkan dirinya tentang hal-hal personal maupun impersonal. Salah satu faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* adalah tipe kepribadian. **Tujuan:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tipe kepribadian terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram. Metode penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas, teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dengan sampel 100 pengguna Instagram di Indonesia. **Metode:** Alat ukur tipe kepribadian dengan 37 aitem valid dan nilai koefisien reliabilitas (α) 0,909 dan alat ukur *self-disclosure* dengan 34 aitem valid dan nilai koefisien reliabilitas (α) 0,951. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan kepribadian pengguna Instagram lebih banyak yang introvert (54%) dan analisa One Way ANOVA menunjukkan ada perbedaan signifikan, jadi ada pengaruh tipe kepribadian terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram. *Self-disclosure* pengguna Instagram sama banyak yang tinggi dan rendah (50%). Pengguna Instagram usia remaja akhir, laki-laki, menggunakan Instagram untuk membahas pekerjaan (75%), memiliki tipe kepribadian ekstrovert paling banyak pada kategori *self-disclosure* tinggi

Kata kunci: tipe kepribadian, *self-disclosure*, pengguna Instagram

Pendahuluan

Manusia perlu berinteraksi dan menjalin hubungan sosial dengan yang lain. Dalam era globalisasi saat ini, komunikasi dapat dilakukan dengan sangat mudah dan praktis, sehingga komunikasi dapat terjalin dimana saja dan kapan saja. Internet merupakan media yang membantu manusia dalam berkomunikasi. Manusia dapat berkomunikasi dengan sangat mudah dan dapat bertukar informasi dengan adanya internet ini. Hal itu dapat dilakukan melalui komputer dan gawai

lainnya. Karena internet banyak menawarkan kemudahan, jadi internet sangat diperlukan dalam dunia sosial, pendidikan dan industri (Widiyastuti, 2016).

Aplikasi internet yang banyak di gunakan oleh masyarakat salah satunya ialah Instagram. *Instagram* adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan *filter* digital (pemberian efek pada foto), dan membagikannya. Beberapa fitur yang ada dalam Instagram adalah pengikut, mengunggah foto,

kamera, efek foto, judul foto, arroba, label foto, perlombaan, publikasi kegiatan social, publikasi organisasi, geotagging, jejaring social, tanda suka, popular, peraturan Instagram, dan penandaan foto dengan bendera. Pengguna *Instagram* lebih diarahkan kepada perangkat berjalan, seperti *smartphone*. Aplikasi yang diluncurkan pada 6 Oktober 2010 ini awalnya dibuat khusus untuk pengguna iOS. Perusahaan kemudian melebarkan jangkauannya dengan merilis *Instagram for Android* pada April 2012. Kala itu, jumlah pengguna *Instagram* baru mencapai 30 juta pengguna. Namun, karena dianggap sebagai jejaring sosial yang juga sangat kompetitif, seminggu kemudian *Facebook* secara resmi membeli aplikasi ini dengan biaya US\$1 miliar (sekitar Rp 9 triliun) (Innova, 2005).

Menurut hasil *survei WeAreSocial.net* dan *Hootsuite*, Instagram merupakan *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. Pengguna aktif Instagram terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 55 juta. Di Indonesia, Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan keempat setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp (Jayani, 2018).

Hingga November 2019, jumlah pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia dilaporkan telah mencapai 61.610.000. setidaknya demikian menurut laporan terbaru dari NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia. Artinya, 22,6 persen, atau nyaris seperempat total penduduk Indonesia, adalah pengguna Instagram. Jumlah tersebut naik tipis dari bulan sebelumnya, yang menyebut total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 59.840.000. Pengguna berusia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indonesia, pengguna terbesar kedua berada di kelompok usia 25-34 dan kategori usia pengguna paling rendah adalah 65 tahun ke atas (Pertiwi, 2019).

Setiap orang memiliki gaya berkomunikasi yang berbeda-beda. Ada orang yang memiliki pengungkapan diri yang cenderung tinggi, yaitu orang yang lebih terbuka dalam mengungkapkan semua hal tentang dirinya di Instagram, misalnya terbuka tentang kehidupan pribadinya, saat ia merasa senang ataupun sedih ia mampu mengungkapkannya di Instagram. Dampak dari orang yang lebih terbuka dalam mengungkapkan dirinya baik ketika senang atau sedih akan merasa lebih lega ketika mengungkapkan hal tersebut, tetapi orang lain akan

melihat dan jadi tahu tentang kehidupan pribadinya dari apa yang ia posting. Dan ada orang memiliki pengungkapan diri yang cenderung rendah, yaitu orang yang memiliki pertimbangan dalam bertindak, sehingga dalam berkomunikasi memiliki keterbatasan dalam mengungkapkan tentang dirinya karena ia merasa memang kehidupan pribadinya tidak untuk di ketahui oleh orang lain, tapi lebih banyak memposting tentang hal lain seperti tentang pekerjaan, pemandangan, hewan peliharaan dan lain-lain. Dampak dari pengungkapan diri yang rendah ini memang merasa yakin bahwa kehidupan pribadinya tidak untuk di ketahui oleh orang lain, sehingga tidak banyak orang yang tahu tentang bagaimana kehidupan pribadinya. Hal ini berarti orang dengan tipe kepribadian introvert juga dapat melakukan *self-disclosure* namun memang dengan pertimbangan terlebih dahulu.

Menurut Devito (dalam Prawesti & Dewi, 2016) mendefinisikan pengungkapan diri (*self-disclosure*) merupakan aktivitas komunikasi dimana seseorang mengungkapkan informasi tentang diri sendiri yang secara aktif disembunyikan. Sedangkan Wheelers (dalam Gainau, 2009) pengungkapan diri didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain. Selain itu Person (dalam Gainau, 2009) menyatakan bahwa pengungkapan diri merupakan tindakan seseorang dalam memberikan informasi yang akurat tentang dirinya yang bersifat pribadi pada orang lain secara sukarela dan disengaja.

Penelitian yang dilakukan oleh Nozan pada tahun 2012 menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* pengguna internet. Dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa salah satu faktor tersebut adalah tipe kepribadian.

Menurut Eysenck (dalam Suryabrata, 2008), kepribadian adalah jumlah total pola tindakan aktual atau potensial organisme yang ditentukan oleh hereditas dan lingkungan. Eysenck mengelompokkan manusia berdasarkan dua tipe kepribadian, yaitu tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian extrovert. Orang-orang yang introvert memperlihatkan kecenderungan untuk mengembangkan gejala-gejala ketakutan dan depresi, yang ditandai oleh kecenderungan obsesi, mudah tersinggung, apatis, dan syaraf otonom mereka yang labil. Menurut pernyataan Eysenck dalam Suryabrata, seseorang yang cenderung introvert perasaannya akan gampang terluka, mudah gugup, menderita rasa rendah diri, mudah melamun, sukar tidur, intelegensi mereka relatif tinggi, perbendaharaan kata-kata baik, dan cenderung untuk tetap pada pendiriannya (keras kepala). Sebaliknya orang yang mempunyai tipe kepribadian ekstrovert

memperlihatkan kecenderungan untuk mengembangkan gejala-gejala histeris, memperlihatkan sedikit energi perhatian yang sempit, perjalanan kehidupan yang kurang baik, serta *hypocondris*. Seseorang yang introvert cenderung menutup diri sehingga hal-hal yang bersifat *personal* tidak diungkapkan di ruang publik. Sedangkan seseorang yang ekstrovert akan nyaman mengungkapkan hal-hal yang bersifat *personal* dan mendalam di ruang publik.

Tipe orang dengan kecenderungan ekstrovert adalah individu yang senang bersosialisasi, menyukai pesta, memiliki banyak teman, membutuhkan kegembiraan, berperilaku tanpa dipikirkan terlebih dahulu dan kurang menuruti kata hati. Sedangkan orang-orang yang kecenderungan introvert cenderung pendiam, introspeksi, bersikap hati-hati, termenung, keputusan yang berdasarkan kata hati. Tipe kepribadian dengan kecenderungan introvert lebih sensitif dibandingkan tipe kepribadian dengan kecenderungan ekstrovert, mereka menjadi cepat bosan dibandingkan ekstrovert, kegembiraan mengganggu performa mereka, sebaliknya hal tersebut dapat meninggikan performa ekstrovert (Hall & Lindzey, 1998).

Bagi seseorang yang memiliki kepribadian dengan kecenderungan ekstrovert, mereka yang ia kenal dan pernah berinteraksi dengannya, bisa masuk sebagai kategori teman, sehingga mereka akan membuka kontak Instagramnya kepada banyak orang. Mereka juga tidak membatasi privasi dalam menggunakan Instagram, mereka akan membuka Instagram seluas-luasnya untuk dapat berinteraksi. Dengan tombol *likes* mereka merasa tervalidasi dengan *likes* sebanyak-banyaknya, akan muncul sensasi populer dalam dirinya jika ia mendapatkan banyak *likes* dari orang lain, bahkan dari mereka yang bukan temannya. Tidak peduli kenal atau tidak, seorang dengan tipe kepribadian dengan kecenderungan ekstrovert akan senang untuk menambahkan pengikut atau teman di instagramnya, bahkan mereka merasa tertantang untuk membangun hubungan pertemanan baru di Instagram, mereka akan membuka pintu koneksi selebar-lebarnya. Mereka tidak mau menghapus pertemanan walau kepada mereka yang jarang berinteraksi. Seseorang dengan kecenderungan ekstrovert tidak terlalu merasa terganggu jika dirinya malah di-*unfollow* orang lain (Arfian, 2020).

Sedangkan bagi seseorang yang memiliki tipe kepribadian dengan kecenderungan introvert, kontak pertemanan merupakan mereka yang benar-benar ia anggap sebagai teman, mereka lebih memilih untuk berinteraksi dengan lingkungan terdekatnya. Bagi mereka kehidupan di Instagram tidak bisa dilihat oleh orang asing. Hanya orang terdekat yang bisa

melihat laman instagramnya. Walau tidak jarang ada seorang dengan kecenderungan introvert yang terobsesi dengan *likes*, namun banyak dari mereka menggunakan Instagram hanya sebagai wadah untuk membagikan momen, mereka tidak begitu peduli dengan *likes*. Untuk seseorang dengan kecenderungan introvert, mengabaikan permintaan pertemanan merupakan sesuatu yang mudah untuk dilakukan. Jika tidak mengenalnya di dunia nyata, sulit bagi introvert untuk menerima permintaan pertemanan tersebut. seseorang dengan kecenderungan introvert sering meninjau kembali daftar pertemanan dalam instagramnya. Baginya, jika tidak ada koneksi dan interaksi, tentu tombol hapus pertemanan akan digunakan. Namun, jika dirinya dihapus dari daftar pertemanan orang lain, maka ia akan merasa sangat tersinggung (Arfian, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin mengetahui pengaruh tipe kepribadian terhadap *self-disclosure* pada Pengguna Instagram. Hipotesis dari penelitian ini adalah adanya pengaruh tipe kepribadian terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram. Pengguna Instagram yang memiliki tipe kepribadian introvert memiliki *self-disclosure* yang rendah, sedangkan pengguna Instagram dengan tipe kepribadian ekstrovert memiliki *self-disclosure* yang tinggi.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang berjenis kausalitas yang bertujuan untuk melihat pengaruh tipe kepribadian terhadap *self-disclosure* pengguna aplikasi Instagram. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Instagram di Indonesia yang memiliki dan aktif menggunakan Instagram, berjumlah 61.610.000 yang di *update* pada tahun 2019 (Pertwi, 2019). Dengan sampel penelitian ini adalah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik *Non-Probability Sampling*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah memiliki akun Instagram pribadi dan pernah *posting* foto, video atau *story* di Instagram. Memiliki akun Instagram minimal 6 bulan, karena umumnya pengguna Instagram yang masih baru memiliki daya ketertarikan sehingga mudah melakukan *self-disclosure* dan berdomisili di seluruh Indonesia.

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Skala tipe kepribadian ini adalah alat ukur yang mengadaptasi dari penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Jingga (2020). Dengan skala koefisien

reliabilitas tipe kepribadian sebesar ($\alpha = 0,907$) dan 37 aitem valid. Skala *self-disclosure* ini adalah alat ukur yang diadaptasi dan dimodifikasi dari penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Kuputri (2019). Dengan skala koefisien reliabilitas *self-disclosure* sebesar ($\alpha = 0,901$) dan 34 aitem valid.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis *Construct Validity* (Validitas Konstruk) dengan menggunakan Korelasi *Pearson Product Moment* dengan besaran korelasi yang dikatakan valid jika $r \geq 0,3$ (Arikunto, 2006). Reliabilitas alat ukur pada penelitian ini akan diuji dengan teknik *Internal Consistency* (konsistensi internal menggunakan *Alpha Cronbach* dengan batasan reliabilitas (α) $\geq 0,70$).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu frekuensi untuk melihat gambaran yang menyeluruh mengenai sampel penelitian berupa usia, jenis kelamin, alasan menggunakan Instagram, dan topik bahasan. Kemudian, uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan menggunakan alat bantu uji statistik. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normalitas hasil sebaran adalah dengan nilai signifikansi distribusi $p > 0,05$ maka sebaran tersebut dikatakan normal. *Zscore* untuk menempatkan individu ke dalam kelompok diagnosis kategorisasi tipe kepribadian introvert dan ekstrovert. Untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antara tipe kepribadian ekstrovert dan introvert terhadap *self-disclosure*, peneliti menggunakan uji coba dengan teknik *One Way Anova*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$ atau $0,05$). Jika nilai $\text{sig } p < 0,05$, berarti ada perbedaan, maka ada pengaruh antara tipe kepribadian ekstrovert dan introvert dengan *self-disclosure*. Kemudian, dilakukan perhitungan interpretasi skor kategorisasi berdasarkan nilai mean untuk membagi responden kedalam dua kelompok *self-disclosure* yaitu tinggi dan rendah. Lalu teknik *crosstabulation* digunakan untuk mengetahui gambaran tinggi rendahnya *self-disclosure* pengguna Tinder ditinjau berdasarkan dihubungkan dengan data pendukung.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran umum responden penelitian

Tabel 1

Gambaran Usia Responden Penelitian

Usia	Frekuensi	Presentase
Remaja awal	8	8%
Remaja akhir	16	16%
Dewasa awal	75	75%
Dewasa madya	1	1%
Total	100	100%

Dari keseluruhan responden penelitian, mayoritas pengguna Instagram lebih banyak adalah dewasa awal sebanyak 75 (75%) responden dan paling sedikit pengguna Instagram dewasa madya sebanyak 1 (1%) responden.

Tabel 2

Gambaran Jenis Kelamin Responden Penelitian

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	77	77%
Laki-laki	23	23%
Total	100	100%

Dari keseluruhan responden penelitian, mayoritas pengguna Instagram lebih banyak adalah perempuan sebanyak 77 (77%) responden dan paling sedikit pengguna Instagram laki-laki yaitu sebanyak 23 (23%) responden.

Tabel 3

Gambaran Alasan menggunakan Instagram Responden Penelitian

Alasan	Frekuensi	Presentase
Mendapatkan Informasi yang <i>Up to Date</i>	39	39%
Mendapatkan Informasi Tentang Hobi dan Kesukaan	17	17%
Lebih Dekat dengan Idola	5	5%
Fitur yang Menarik	21	21%
Sarana untuk Mengekspresikan diri	18	18%
Total	100	100%

Dari keseluruhan responden penelitian, mayoritas pengguna Instagram lebih banyak adalah yang menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi yang *up to date* sebanyak 39 (39%) responden dan paling sedikit pengguna Instagram yang menggunakan Instagram agar lebih dekat dengan idola yaitu sebanyak 5 (5%) responden.

Tabel 4

Gambaran Topik Bahasan Responden Penelitian

Topik	Frekuensi	Presentase
Pekerjaan	16	16%
Hobi	20	20%
Kegiatan Sehari-hari	38	38%
Pengalaman Hidup	17	17%
Masalah yang Dihadapi	9	9%
Total	100	100%

Dari keseluruhan responden penelitian, mayoritas pengguna Instagram lebih banyak adalah yang membahas topik seputar kegiatan sehari-hari sebanyak 38 (38%) responden dan paling sedikit pengguna Instagram yang membahas topik seputar

masalah yang dihadapi yaitu sebanyak 9 (9%) responden.

Uji Normalitas

Tabel 5

Hasil Uji Normalitas

	Tipe Kepribadian	Self-disclosure
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,340	0,381

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat dilihat bahwa pada variabel tipe kepribadian didapatkan nilai sig. (p) sebesar 0,340 dan pada variabel *self-disclosure* didapatkan nilai sig. (p) sebesar 0,381 yang berarti kedua data dari variabel tersebut berdistribusi dengan normal karena nilai sig. $p > 0,05$.

Kategorisasi Tipe Kepribadian

Tabel 6

Kategorisasi Tipe Kepribadian

Tipe Kepribadian	Frekuensi	Presentase
Ekstrovert	46	46%
Introvert	54	54%
Total	100	100%

Berdasarkan kategorisasi tipe kepribadian pada tabel 6 di atas, maka dapat terlihat bahwa pengguna Instagram dengan tipe kepribadian ekstrovert sebanyak 46 orang (46%), sedangkan pengguna Instagram dengan tipe kepribadian introvert sebanyak 54 orang (54%). Demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Instagram mayoritas memiliki tipe kepribadian introvert sebanyak 54 orang (54%).

Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-disclosure

Tabel 7

Uji Kesamaan (Homogen)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,529	18	72	0,105

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai sig. probabilitas pada hasil uji kesamaan adalah (p) sebesar 0,105 ($p > 0,05$) artinya data tersebut memiliki varians yang sama (homogen) dan memenuhi syarat untuk melakukan uji hipotesis dengan teknik *One Way Analysis of Variance (ANOVA)* yang dapat dilihat pada tabel 8 berikut :

Tabel 8

One Way ANOVA

	df	F	R Square	Sig.
Between Groups	1	25,539	0,114	0,000
Within Groups	98			
Total	99			

Dari tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa nilai sig. (p) sebesar 0,000 ($p > 0,05$), artinya ada pengaruh yang signifikan dari tipe kepribadian terhadap *self-disclosure* pengguna Instagram. Dengan demikian, hipotesis pada penelitian ini diterima. Dengan nilai koefisien korelasi atau *R Square* adalah sebesar 0,114 atau 11,4%, artinya adalah tipe kepribadian berpengaruh terhadap *self-disclosure* sebesar 11,4%, sedangkan sisanya yaitu 88,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kategorisasi Self-disclosure

Tabel 9

Kategorisasi Self-disclosure

Self-disclosure	Frekuensi	Persentase
Tinggi	50	50%
Rendah	50	50%
Total	100	100%

Berdasarkan kategorisasi *self-disclosure* pada tabel 9 di atas, maka dapat terlihat bahwa pengguna Instagram dengan *self-disclosure* tinggi sebanyak 50 orang (50%), sedangkan pengguna Instagram dengan *self-disclosure* rendah sebanyak 50 orang (50%).

Crosstab Self-disclosure dengan Usia

Berdasarkan hasil uji *chi-square* menunjukkan bahwa nilai sig. (p) sebesar 0,623 ($p > 0,05$), artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara usia dan *self-disclosure* pada pengguna aplikasi Instagram.

Crosstab Self-disclosure dengan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil tes *chi-square* didapat nilai sig. (p) sebesar 0,096 ($p > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan dari jenis kelamin dan *self-disclosure* pengguna aplikasi Instagram.

Crosstab Self-disclosure dengan Alasan Menggunakan Instagram

Berdasarkan hasil tes *chi-square* didapat nilai sig. (p) sebesar 0,662 ($p > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan dari alasan menggunakan Instagram dan *self-disclosure* pengguna aplikasi Instagram.

Crosstab Self-disclosure dengan Topik Bahasan

Berdasarkan hasil tes *chi-square* didapat nilai sig. (p) sebesar 0,095 ($p > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan dari topik bahasan dan *self-disclosure* pengguna aplikasi Instagram.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan uji hipotesis dengan teknik *One Way Analysis of Variance* (ANOVA) pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai sig. (p) sebesar 0,000 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini diterima. Artinya, ada pengaruh yang signifikan dari tipe kepribadian terhadap *self-disclosure* pengguna Instagram dengan pengaruh sebesar 11,4%. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Devito (1997), yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* adalah tipe kepribadian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengguna Instagram yang berkepribadian introvert cenderung memiliki *self-disclosure* rendah, mereka tidak banyak mengungkapkan dirinya kepada orang lain di Instagram, masih merasa curiga sehingga sulit untuk terbuka, dan hanya mengemukakan hal-hal yang bersifat impersonal saja. Impersonal artinya hanya basa-basi saja dan tidak menceritakan lebih mendalam mengenai diri sendiri. Contohnya seperti yang dinyatakan responden pada item nomor 28 "Saya membatasi bercerita tentang diri saya di Instagram". Menurut Eysenck (dalam Widiyastuti, 2016) mereka yang berkepribadian introvert cenderung sedikit berbicara, kurang ekspresif dalam emosinya, kurang dinamis, dan cenderung kurang pandai bergaul. Hal ini juga berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyastuti dan Herdiyanto (2013) bahwa tipe kepribadian introvert mempunyai intensitas komunikasi yang lebih rendah. Berbeda dengan pengguna Instagram dengan tipe kepribadian ekstrovert, mereka cenderung memiliki *self-disclosure* yang tinggi sehingga mereka dapat mengungkapkan dirinya dengan nyaman, dan dapat mengungkapkan banyak hal tentang dirinya sampai ke permasalahan yang bersifat personal seperti pengalaman masa lalu, konflik dengan orang lain, kejadian yang baru saja dialami, dan musibah yang sedang terjadi dalam hidupnya dengan orang yang baru ditemui di Instagram. Mereka yang ekstrovert cenderung suka bergaul, mudah mengekspresikan emosi, dinamis, dan orientasi jiwanya menuju keluar. Seseorang yang cenderung ekstrovert akan nyaman mengungkapkan berbagai hal baik impersonal maupun personal di media sosial (Adnan & Hidayati, 2018).

Berdasarkan hasil analisis data tambahan dengan menggunakan uji *cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram yang ditinjau berdasarkan tipe kepribadian, didapatkan hasil uji chi-square yang menunjukkan nilai sig. (p) sebesar 0,000 ($p < 0,05$) artinya adalah ada hubungan yang signifikan antara tipe kepribadian dan *self-disclosure*

pada pengguna aplikasi Instagram. Tipe kepribadian berpengaruh terhadap *self-disclosure*, orang yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert memiliki pengungkapan diri yang cenderung tinggi, sehingga dalam berkomunikasi dapat menyampaikan hal mengenai dirinya baik yang personal maupun impersonal. Sedangkan orang yang memiliki tipe kepribadian introvert memiliki pertimbangan dalam bertindak, sehingga dalam berkomunikasi ia memiliki keterbatasan dalam mengungkapkan tentang dirinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyastuti (2016) yang berjudul "Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap *Self-disclosure* Pengguna Facebook" penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari tipe kepribadian terhadap *self-disclosure*. Dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa mahasiswa pengguna facebook yang memiliki kepribadian introvert cenderung kurang mampu mengekspresikan emosinya di facebook, tidak banyak teman, dan menutupi masalah pribadinya, tidak nyaman dalam mengungkapkan diri, mereka hanya akan mengungkapkan tentang hal-hal yang impersonal, dan hanya sekedar "basa-basi" saja. Berbeda dengan mahasiswa yang memiliki kepribadian ekstrovert, mereka akan nyaman mengungkapkan apa saja baik yang personal maupun impersonal di Facebook, masalah-masalah pribadinya, hubungan percintaannya dengan orang lain.

Berdasarkan hasil pengolahan data kategorisasi tipe kepribadian, yang ditunjukkan pada tabel 6 didapatkan hasil bahwa pengguna Instagram yang lebih banyak memiliki tipe kepribadian ekstrovert sebanyak 46 orang (46%) dan yang introvert sebanyak 54 orang (54%). Pengguna Instagram dengan tipe kepribadian introvert memperlihatkan kecenderungan perilaku introvert pada umumnya yaitu tenang, pemalu, suka menyendiri, bersikap hati-hati dan menjaga jarak kecuali dengan teman dekatnya. Sedangkan pengguna Instagram dengan tipe kepribadian ekstrovert memperlihatkan kecenderungan perilaku ekstrovert pada umumnya yaitu pandai bersosialisasi, memiliki banyak teman, membutuhkan orang untuk diajak berbicara, mencari-cari kegembiraan, dan tindakannya tidak dipikirkan terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil pengolahan data kategorisasi *self-disclosure* pada tabel 9, didapatkan hasil bahwa pengguna Instagram yang memiliki *self-disclosure* tinggi sebanyak 50 orang (50%) dan yang memiliki *self-disclosure* rendah sebanyak 50 orang (50%). Pengguna Instagram yang memiliki *self-disclosure* cenderung tinggi dalam penelitian ini dikarenakan pengguna Instagram yang merupakan

remaja akhir dan dewasa awal mayoritas sering memposting tentang dirinya di Instagram. Seperti yang subjek nyatakan pada aitem nomor 10 yaitu "Semua yang terjadi pada diri saya selalu saya share di Instagram". BenZeev (2004) menyatakan bahwa *self-disclosure* yang dilakukan dalam komunikasi lewat medium komputer atau internet biasanya akan lebih berkualitas dan lebih luas. Dalam hubungan *online*, individu dapat menjadi sebagian atau seluruhnya anonim, individu dapat memilih untuk menutup sebagian atau seluruh identitas mereka. Anonimitas dalam hubungan *online* membuka ruang bagi *self-disclosure*, karena ketika individu membuka diri (bukan identitas), resiko yang dihadapi sangat kecil mengingat mereka tidak tahu dan tidak memiliki tanggung jawab dengan individu yang mereka ajak komunikasi. Pengguna Instagram yang memiliki *self-disclosure* tinggi akan mengungkapkan diri mereka secara personal dalam jumlah yang banyak dan dilakukan secara terus menerus, mereka dapat mengungkapkan hal-hal positif maupun negatif yang ada pada dirinya, serta mengungkapkan diri dengan jujur dan apa adanya. Sedangkan, pengguna Instagram dengan *self-disclosure* yang cenderung rendah memiliki pertimbangan dalam bertindak, sehingga dalam berkomunikasi memiliki keterbatasan dalam mengungkapkan tentang dirinya. Hal ini berarti orang dengan tipe kepribadian introvert juga dapat melakukan *self-disclosure* namun memang dengan pertimbangan terlebih dahulu. Hal ini sejalan dengan penelitian Harbaugh (2010) *The Effect of Personality Styles (Level of Introversion-Extroversion) on Social Media Use*. Media sosial tidak hanya didominasi untuk tipe kepribadian tertentu saja. Media sosial yang ada secara luas ditargetkan untuk seluruh individu yang ingin berinteraksi serta terlibat dalam hubungan interpersonal. Maka dari itu, tidak hanya orang dengan kepribadian ekstrasversi saja yang dapat menggunakan fasilitas media sosial, tidak menutup kemungkinan orang dengan kecenderungan neurotik juga dapat terbuka di media sosial.

Berdasarkan hasil analisis data tambahan dengan menggunakan uji *cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram yang ditinjau berdasarkan usia, didapatkan hasil uji chi-square yang menunjukkan nilai sig. (p) sebesar 0,623 ($p > 0,05$) artinya adalah tidak ada hubungan yang signifikan antara usia dan *self-disclosure* pada pengguna aplikasi Instagram. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraheni dan Mashoedi (2014) yang menunjukkan bahwa tinggi rendahnya usia tidak berhubungan dengan *self-disclosure*. Data pada hasil uji *cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram yang ditinjau berdasarkan usia menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang berusia dewasa madya memiliki

self-disclosure yang cenderung rendah karena pengguna Instagram yang merupakan dewasa madya hanya mengungkapkan apa yang perlu saja. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Livingstone (dalam Setyaningsih, 2016) yang menyatakan bahwa ada perbedaan pemaknaan mengenai privasi pada remaja dan orang dewasa, remaja sama sekali kurang mempertimbangkan risiko yang mungkin muncul. Sehingga remaja cenderung memiliki *self-disclosure* yang cenderung tinggi ketika menggunakan sosial media salah satunya yaitu aplikasi Instagram.

Berdasarkan hasil analisis data tambahan dengan menggunakan uji *cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram yang ditinjau berdasarkan jenis kelamin, didapatkan hasil uji chi-square yang menunjukkan nilai sig. (p) sebesar 0,096 ($p > 0,05$) artinya adalah tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dan *self-disclosure* pada pengguna aplikasi Instagram. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Widiyastuti (2016) yang berjudul "Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap *Self-disclosure* Pengguna Facebook" menunjukkan hasil bahwa tidak ada hubungan yang signifikan dari jenis kelamin dan *self-disclosure*. Data pada hasil uji *cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram yang ditinjau berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa pengguna Instagram dengan jenis kelamin laki-laki memiliki *self-disclosure* yang cenderung tinggi, sedangkan pengguna Instagram dengan jenis kelamin perempuan memiliki *self-disclosure* yang cenderung rendah, hal ini karena laki-laki juga dapat mengungkapkan apapun yang memang ingin diungkapkan tentang dirinya. Menurut Fauzia, Maslihah dan Ihsan (2019), hal ini terjadi karena semakin berkembangnya jejaring sosial sehingga semua kalangan baik laki-laki atau perempuan dapat saja menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengungkapkan diri kapan saja dan dimana saja. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Tuhuleruw (2016), hal ini dimungkinkan terjadi karena adanya beberapa faktor antara lain seperti perbedaan *self-esteem*, *self confidence*, dan *self acceptance* yang dimiliki antar individu, bukan berdasarkan Jenis kelaminnya.

Berdasarkan hasil analisis data tambahan dengan menggunakan uji *cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram yang ditinjau berdasarkan alasan menggunakan Instagram, didapatkan hasil uji chi-square yang menunjukkan nilai sig. (p) sebesar 0,662 ($p > 0,05$) artinya adalah tidak ada hubungan yang signifikan antara alasan menggunakan Instagram dan *self-disclosure* pada pengguna aplikasi Instagram. Data pada hasil uji *cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram

yang ditinjau berdasarkan alasan menggunakan Instagram menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi tentang hobi dan kesukaan dan karena fitur yang menarik memiliki *self-disclosure* yang tinggi, sedangkan pengguna Instagram yang menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi yang *up to date* dan lebih dekat dengan idola memiliki *self-disclosure* yang rendah. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Ayutiani, Primadani dan Putri (2018) yang berjudul "Pengguna akun Instagram sebagai media informasi wisata kuliner" mengatakan bahwa banyak manfaat dan kemudahan bagi pengguna teknologi untuk mengakses informasi, pengetahuan, dan rujukan mereka untuk memilih media dalam satu alat, yang ada di tangan mereka, dapat memberikan manfaat dan menggabungkan berbagai platform informasi sehingga menjadi lebih mudah.

Berdasarkan hasil analisis data tambahan dengan menggunakan *uji cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram yang ditinjau berdasarkan topik bahasan, didapatkan hasil uji chi-square yang menunjukkan nilai sig. (p) sebesar 0,095 ($p > 0,05$) artinya adalah tidak ada hubungan yang signifikan antara topik bahasan dan *self-disclosure* pada pengguna aplikasi Instagram. Data pada hasil *uji cross tabulation self-disclosure* pengguna Instagram yang ditinjau berdasarkan topik bahasan menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang membahas tentang pekerjaan dan tentang masalah hidup memiliki *self-disclosure* yang cenderung tinggi. Dalam hal ini, seseorang yang membahas topik mengenai masalah hidup memiliki *self-disclosure* yang cenderung tinggi karena merasa lega saat mengungkapkan apapun yang ia rasakan begitu juga saat ada masalah, tidak ragu untuk mengungkapkan di Instagram, akan lebih baik saat ada masalah tidak di ungkapkan di media sosial tapi dibicarakan dengan orang tua, pasangan atau orang terdekat karena orang lain jadi tau masalah yang sedang di hadapi. Penggunaan media sosial tidak selamanya dianggap baik, karena dapat menimbulkan masalah seperti menyebarluaskan informasi diri secara berlebihan bahkan pada orang tidak dikenal sekalipun, sehingga dapat mempermudah pihak-pihak yang mempunyai maksud kurang baik (Anwar, 2017).

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji One Way Analysis of Variance (ANOVA), diperoleh hasil sig. (p) 0,000 ($p < 0,005$) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini diterima. Artinya, ada pengaruh yang signifikan

dari tipe kepribadian terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram. Hasil kategorisasi menunjukkan pengguna Instagram yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert (46%) dan memiliki *self-disclosure* dengan kecenderungan tinggi (50%).

Hasil tabulasi silang menunjukkan tidak terdapat hubungan antara *self-disclosure* dengan usia, jenis kelamin, alasan menggunakan Instagram dan topik bahasan. Temuan dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram yang berusia 41-60 tahun atau dewasa madya memiliki *self-disclosure* dengan kecenderungan rendah, pengguna Instagram dengan jenis kelamin laki-laki memiliki *self-disclosure* dengan kecenderungan tinggi, pengguna Instagram yang menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi tentang hobi dan kesukaan memiliki *self-disclosure* dengan kecenderungan tinggi dan pengguna Instagram yang membahas topik masalah hidup memiliki *self-disclosure* dengan kecenderungan tinggi.

Daftar Pustaka

- Adnan, A. Z., & Hidayati, F. (2018). Self Disclosure Ditinjau Dari Tipe Kepribadian dan Self Esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi Sains Dan Profesi*, 2(2), 179–184.
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 2013, 137–144.
- Arfian, F. (2020, Mei 21). 5 Perbedaan Ekstrovert dan Introvert saat Gunakan Media Sosial, Kamu yang Mana? *Kumparan.Com*. Retrieved from Website: <https://kumparan.com/generasi-milenial/5-perbedaan-ekstrovert-dan-introvert-saat-gunakan-media-sosial-kamu-yang-mana-1tSMpxJLf29>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayutiani, D. N., Primadani, B., & Putri, S. (2018). Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 39–59.
- BenZeev, A. (2004). *Love Online: Emotions on the Internet*. New York: Cambridge University Press.
- Devito, J.A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books.
- 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.
- Gainau, M. B. (2009). Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Siswa Dalam Perspektif Budaya Dan Implikasinya Pada Konseling. *Jurnal Ilmiah Widya Warta*, 33(1), 1–18.
- Hall, C. S., & Lindzey, G. (1998). *Theories of personality* (4 th). Canada: John Wiley & Son.
- Harbaugh, E. R. (2010). The Effect of Personality Styles (Level of Introversion- Extroversion) on Social Media Use. *Journal of Undergraduate Research in Communications*, 1(2), 70–86.
- Innova, E. I. (2005). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 2–11.
- Jayani, D. H. (2018, Februari 09). Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia? *Databoks.Katadata.Co.Id*. Retrieved from website:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>
- Jingga, X. R. B. P. N. (2020). *Pengaruh Tipe Kepribadian Ekstrovert Introvert Terhadap Self-disclosure Pengguna Aplikasi Tinder* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.
- Kuputri, J. (2019). *Gambaran Self-disclosure Pengguna Instagram* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.
- Mariyanti, S., Dinar, D. A., Safitri, M., & Arwati, D. (2021). The Relationship Between Self Disclosure And Happiness Of Working Wife. *Review of International Geographical Education Online*, 11(6), 1732-1740.
- Nugraheni, R. F., & Mashoedi, S. F. (2014). *Hubungan Antara Self-disclosure di Facebook Berdasarkan Topik Dengan Kepribadian Narcissistiv pada Remaja Akhir* (Skripsi). Universitas Indonesia.
- Pertiwi, W. K. (2019, Desember 23). Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia? *Kompas.Com*. Retrieved from website:
[/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia](https://tekno.kompas.com/komentar/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia)
- 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), 1–8.
- Setyaningsih, R. (2016). Memahami Hubungan Kebutuhan Untuk Populer dan Keterbukaan Diri (Self-Disclosure) Pada Pengguna Facebook. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 93–104.
- Suryabrata, S. (2008). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tuhuleruw, H. (2016). *Perbedaan Self-disclosure Dalam Hubungan Berpacaran Ditinjau Dari Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana* (Skripsi). Universitas Kristen Satya Wacana.
- Widiantari, K. S., & Herdiyanto, Y. K. (2013). Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 1(1), 106–115.
- Widiyastuti, A. (2016). *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pengguna Facebook* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.