

**PENGARUH *SELF IMAGE* TERHADAP *SELF DISCLOSURE* PADA
PENGGUNA *INSTAGRAM* DAN *TIKTOK***

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi

Universitas HKBP Nommensen Medan Diterima Guna Memenuhi Sebagian Dan Syarat-
syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Pada Tanggal :

20 Maret 2024

MENGESAHKAN

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN

DEKAN

(Dr. Nenny Ika Putri Simarmata, M.Psi, Psikolog)

DEWAN PENGUJI :

TANDA TANGAN

1. Dr. Karina M. Brahmata, M. Psi

2. Dr. Nenny Ika Putri Simarmata, M.Psi

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh *we are social*, pengguna internet mencapai 4,95 miliar didunia pada tahun 2022 lebih banyak dibandingkan tahun 2021. Dan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Dengan internet seseorang dapat terhubung dengan informasi yang didapatkan dari berbagai dunia, mencari inspirasi, terhubung dengan keluarga jarak jauh, dan masih banyak lagi alasan mengapa seseorang menggunakan internet dalam kehidupannya sehari-hari (*we are social 2022*)

Pengguna internet di Indonesia sendiri sudah mencapai angka 191,4 juta dengan durasi waktu 8 jam 36 menit. Bukan hanya internet saja yang mengalami perkembang, namun juga media sosial, dimana media sosial juga menjadi salah satu wadah yang digunakan seseorang untuk mencari informasi mengenai seseorang serta kehidupan yang dialami. Oleh karena itu media sosial juga mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tercatat di Indonesia sendiri sudah mencapai 191 juta pengguna pada tahun 2022, yang terus mengalami kenaikan pada tahun 2014 hingga saat ini.

Sama halnya dengan internet, media sosial juga mengalami perkembangan yang sangat cepat dimana pengguna media sosial selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya dimana pada tahun 2014 pengguna media sosial mencapai angka 62,0 juta jiwa, 2015 berjumlah 72,0 juta, 2016

berjumlah 79,0 juta, 2017 berjumlah 106 juta, 2018 berjumlah 130 juta, 2019 berjumlah 150 juta, 2020 berjumlah 160 juta, 2021 berjumlah 170 juta dan 2022 mencapai 191 juta pengguna. Berdasarkan survey yang dilakukan, media sosial yang paling banyak diakses atau yang digunakan yaitu, whatsapp berada pada urutan pertama dengan jumlah pengguna 88,7%, instagram berada pada urutan kedua dengan jumlah pengguna 84,8%, selanjutnya disusul dengan facebook yang berjumlah 81,3% pengguna dan yang terakhir yaitu tiktok yang berjumlah 63,1% (we are social tahun 2022).

Media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi, selain dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan inspirasi juga seringkali digunakan sebagai sarana ekspresi diri, pencitraan diri, serta sebagai sarana berkeluh kesah (Oktavianti, 2018). Salah satunya media sosial yang dapat dilakukan sebagai tempat untuk mengekspresikan diri oleh setiap individu adalah tiktok dan instagram. Dimana setiap individu tersebut bebas untuk mengekspresikan diri mereka, baik itu melalui video, music ataupun postingan yang di post dilaman instagram pribadi mereka.

Menurut Merriam Webster media sosial merupakan bentuk komunikasi elektronik (seperti situs web untuk jejaring sosial dan microblogging) di mana pengguna membuat komunitas online untuk berbagai informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya (seperti video). Tujuan dari dibuatnya instagram agar pengguna dapat selalu terhubung dengan orang lain serta menjadi wadah untuk mengekspresikan diri melalui foto atau video yang bagikan (Hasan, 2016).

Menurut Santrock (2003), Adapun yang dimaksud media sosial, media sosial merupakan suatu media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis Web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, dengan media sosial kehidupan nyata dapat ditransformasikan kedalam dunia maya. Masyarakat bisa dengan bebas berbagi informasi dan berkomunikasi dengan orang banyak tanpa perlu memikirkan hambatan hal dalam biaya, jarak dan waktu.

Hasil penelitian dari Krasnova, dkk (2010) mengatakan bahwa motivasi seseorang menggunakan situs media sosial karena merasakan kenyamanan dalam menceritakan informasi pribadinya. Penggunaan media sosial selain untuk membangun maupun memperluas hubungan sosial melalui dunia maya juga berfungsi untuk menjadi media dalam menyampaikan apa yang terjadi saat ini, apa yang dialami dan apa yang dirasakannya semua dapat dituangkan dengan menggunakan salah satu aplikasi yang terdapat dalam jejaring sosial (Weiser, 2001).

Instagram menjadi media sosial terbanyak kedua yang digunakan oleh banyak orang, dimana pada tahun 2022 pengguna Instagram mencapai 84,8% atau sebanyak 97,38 juta pengguna terbanyak setelah India, Amerika dan Brasil (dataindonesia.id 2022). Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc. yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari Instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial (Pratiwi, 2016). Tujuan dari dibuatnya Instagram agar pengguna dapat selalu terhubung dengan orang lain serta menjadi wadah untuk mengekspresikan diri melalui foto atau video yang bagikan (Hasan, 2016).

Berbeda dengan *Instagram*, jumlah pengguna Tiktok di Indonesia mencapai 99,1 juta pengguna di Indonesia yang dimana perkembangan Tiktok sangat pesat di Indonesia semenjak adanya pandemic sehingga setiap orang menggunakan Tiktok sebagai media hiburan (dataindonesia.id 2022).

Tiktok merupakan aplikasi yang menyajikan hiburan para penggunanya, fitur video dan musik dengan durasi waktu hanya sekitar 30 detik saja atau lebih sederhananya dalam sebuah platform sosial video pendek yang dipadukan dengan musik.

Hadirnya Tiktok di Indonesia dimulai pada September 2017 dan menjadi viral di Indonesia pada awal tahun 2018. Akan tetapi pada tanggal 3 Juli 2018 Tiktok pernah diblokir oleh pemerintah Indonesia karena dianggap tidak bermanfaat oleh sebagian masyarakat. Kemkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan (Buana & Maharani, 2020)

Tiktok juga sudah terdaftar di playstore yang mana *playstore* sendiri juga sebagai aplikasi fasilitas *google* yang memudahkan pengguna *handphone* untuk mengakses atau mendownload aplikasi-aplikasi lainnya seperti Tiktok (Aji & Setiyadi, 2020).

Tiktok bisa di download melalui *playstore* sehingga mudah diakses oleh siapapun di antaranya anak-anak, remaja, orang dewasa serta orang tua. Pengguna bebas berkreasi menggunakan aplikasi Tiktok baik konten positif maupun konten negatif. Salah satunya adalah dapat meningkatkan perilaku narsisme (Aprilian et al., 2020) yang jika berlebihan akan cenderung memberikan dampak negative.

Instagram dan Tiktok adalah aplikasi yang digunakan banyak kalangan untuk dapat mengekspresikan diri ataupun melakukan *Self Disclosure* (pengungkapan diri). Dimana menurut menurut Corsini (1987:60) *self disclosure* merupakan proses dimana individu secara suka rela dan sengaja mengungkapkan informasi pribadi berkenaan dengan sikap, pendapat, dan hal-hal yang menarik minat mereka. Sedangkan menurut Devito (2011:64) menyatakan bahwa *self disclosure* adalah jenis komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya disembunyikan atau tidak diceritakan kepada orang lain.

Dalam jurnal yang berjudul *Self disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being* (Luo & Hancock, 2020), dijelaskan motif secara intrapersonal dalam mengekspresikan diri di media sosial bertumbuh dari kondisi perasaan maupun pikiran agar dapat

melepaskan yang terpendam. Dengan begitu yang menjadi daya tariknya, adalah jika dalam lingkup penelitian tradisional tentang *self disclosure*, ada tekanan psikologis untuk berekspresi karena dapat mengeluarkan tingkat stres yang tertahan. Di dalam jurnal tersebut dikatakan bahwasannya hal-hal yang diungkapkan dalam media sosial merasa tempat yang aman dari rasa rendah diri dalam menyingkap cerita-cerita mereka. Selain itu, media sosial juga dianggap sebagai tempat yang lebih menarik dengan perangkat atau fitur umpan balik di dalamnya. Dengan harapan akan mendapat dukungan sosial maupun perhatian secara lebih masif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Johnson (dalam Gainau 2009) tentang *self disclosure* menunjukkan bahwa individu yang mampu dalam *self disclosure* akan dapat mengungkapkan diri secara tepat, adaptive, lebih percaya diri, lebih kompeten, dapat diandalkan, lebih mampu bersikap positif, percaya terhadap orang lain, lebih objektif dan terbuka. Sebaliknya, individu yang kurang mampu dalam *self disclosure* terbukti tidak mampu menyesuaikan diri, kurang percaya diri, timbul perasaan takut, cemas, merasa rendah diri, dan tertutup. Johnson mengatakan bahwa ciri-ciri *self disclosure* tersebut mempengaruhi kesehatan mental seseorang.

Untuk itu peneliti melakukan wawancara sederhana kepada beberapa pengguna *Instagram* dan *Tiktok* untuk menemukan fenomena tentang *Self Disclosure* yang dilakukan pengguna dalam *Instagram* dan *Tiktok* pribadi mereka.

Berikut hasil wawancara yang telah dilakukan.

“Aku lebih sering membagikan hal-hal yang kurasakan aja sih dalam satu hari itu di Instagram ku. Kaya rasa sedih atau kecewa sama seseorang. Nanti kalau aku ngepost sesuatu di Instagram ku terus nanti di caption nya kubuat tentang apa yang kurasakan pas di momen itu. Kalau Tik Tok aku punya tapi gak pernah nge share apa yang terjadi sama ku. Kaya Tik Tok itu kupakek cuman untuk lihat video-video orang aja sih”

(T, 22 tahun pengguna *Instagram*)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada T sebagai pengguna *Instagram* dan *TikTok*, T mengatakan bahwa ia hanya menceritakan apapun yang ia rasakan dalam satu hari tersebut. Baik itu rasa sedih atau kecewa yang ia alami ketika ia menjalani harinya. Jika dilihat dari aspek *Self Disclosure* yang dikemukakan oleh Devito (1998) yaitu aspek *Intention* dimana aspek *Intention* ini menjelaskan tentang bagaimana individu mengontrol dirinya untuk melakukan *Self Disclosure* pada orang lain). Lalu aspek *Accuracy/Honesty* dimana aspek ini menjelaskan tentang *self disclosure* yang dilakukan individu secara jujur tanpa melebih-lebihkannya. Dan yang terakhir yaitu *amount*, dimana aspek ini menjelaskan tentang berapa lama atau sering individu mengemukakan dirinya di sosial medianya.

Berikut adalah wawancara ke dua yang peneliti lakukan terhadap subjek

“D” dia mengungkapkan:

Kayaknya aku lebih sering makek Tiktok dibandingkan Instagram. Terus di Tiktok aku jarang ngepost sesuatu karena menurutku itu privasi makanya aku jarang ngepost sesuatu. Dan kalau mau menceritakan sesuatu aku cuman membicarakannya sama teman yang dekat sama ku aja kalau di Tiktok gak pernah karena nanti jadi bahan gunjangan kan sama yang lain. Makanya lebih sering cerita sama orang-orang terdekat aja sih aku. Palingan juga kalau ngepost sesuatu yang happy-happy aja kek pas liburan gitu dan aku cuman bikin caption yang singkat dan sesuai sama yang aku post aja..

(D, 22 Tahun pengguna *TikTok*)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada D sebagai pengguna Tiktok, dimana D mengatakan bahwa ia jarang untuk menceritakan sesuatu di Tiktok karena menurutnya hal itu adalah privasi yang tak perlu untuk di *share* melalui Tiktok. Jika dilihat dari aspek yang dikemukakan oleh Devito (1997) yaitu *amount* dimana aspek ini menjelaskan tentang berapa sering individu melakukan *self disclosure* dan dengan siapa ia melakukannya. Bukan hanya *Amount* saja, akan tetapi juga ada *Intention* dimana individu mengontrol informasi yang akan diberikan kepada orang lain dan yang terakhir yaitu, *valence* dimana aspek ini menjelaskan tentang individu yang melakukan *self disclosure* ke sosial media mereka hanya untuk hiburan saja.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pengguna *Instagram* dan Tiktok ada yang dengan senang hati menceritakan apapun tentang dirinya tanpa takut di judge negative oleh pengguna lainnya. Sedangkan ada juga yang takut untuk mengungkapkan dirinya di sosial media pribadinya karena tidak ingin digunjing sehingga individu tersebut lebih memilih untuk membagikan informasi pribadi mengenai dirinya dengan teman terdekat saja.

Jika dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan *Self Disclosure* menurut Devito (1998), ada beberapa hal yang mendorong seseorang melakukan *Self Disclosure* dan yang membatasi mereka melakukannya yaitu, dilihat dari segi kepribadian mereka dimana ada

seseorang yang mudah bergaul (*esktrover*) lebih banyak melakukan *Self Disclosure* dibandingkan mereka yang tidak pandai bergaul (*Introvert*)

Studi telah mendokumentasikan manfaat dan potensi bahaya dari 'keluar' atau mengungkapkan pengalaman pribadi dari masalah kesehatan mental. Dampak positif bagi 'pengungkap' (mereka yang berbagi) antara lain berkurangnya stigma diri (Corrigan, 2012; Corrigan et al., 2016; Goodwin et al., 2021), peningkatan kualitas hidup dan pemberdayaan pribadi (Corrigan & Shapiro, 2010) dan peningkatan dukungan sosial (Bos et al., 2009). Dampak pengungkapan diri juga dapat dipahami dari perspektif 'penerima' (mereka yang menerima informasi yang diungkapkan secara pribadi dari orang lain). Mengenal seseorang atau melakukan kontak dengan seseorang dengan masalah kesehatan mental telah terbukti membantu mengurangi stigma dan mendorong pencarian bantuan di antara penerima (Corrigan, 2012; Thornicroft et al., 2016; Yanos et al., 2015).

Akan tetapi jika *Self Disclosure* dilakukan berlebihan atau mengarah ke negative maka akan memberikan dampak yang tidak baik juga pada pengguna *Instagram* dan *Tiktok* tersebut.

Salah satau contoh kasus kerugian pengguna media sosial Tik Tok setelah melakukan *self disclosure* yang berlebihan adalah meninggalnya seorang remaja berusia 15 tahun dari Oklahoma Amerika Serikat (AS) karena mengkonsumsi obat anti-alergi Benadryl dalam jumlah berlebihan.8 Remaja bernama Chloe Philips ini meninggal dunia setelah overdosis karena meminum terlalu banyak. Hal tersebut dilakukannya kerana ia ingin tetap

eksis mengikuti tren yang sedang viral saat itu yakni tantangan (*challenge*) meminum obat anti-alergi Benadryl dalam jumlah banyak. Tantangan tersebut dikenal dengan nama “*Benadryl Challenge* (kompas.com).

Berdasarkan kasus diatas dapat disimpulkan bahwa *Self Disclosure* secara berlebihan dapat memberikan dampak negative akan tetapi jika dilakukan dalam hal yang positif maka pengguna Instagram dan Tiktok akan menggunakannya dalam hal mengekspresikan diri serta menjadi tempat hiburan yang dapat dilakukan ketika tidak memiliki kegiatan.

Hasil penelitian Sari, Andayani dan Masykur (2010) yang dilakukan pada 346 mahasiswa tahun pertama menunjukkan bahwa *self disclosure* pada mahasiswa hanya masuk kategori rendah sampai sedang.

Menurut Burns (1993), seseorang yang kesulitan mengekspresikan serta menunjukkan diri, pikiran dan perasaannya disebabkan karena ada penilaian negatif terhadap dirinya sendiri maupun orang lain dan menganggap jika berhubungan dengan orang lain adalah suatu ancaman. Cara individu dalam melihat dirinya serta gambaran atau bayangan orang lain terhadap dirinya tersebut disebut Chaplin (2006) sebagai citra diri (*self image*) atau penggambaran diri.

Sehingga dapat disimpulkan penilaian terhadap diri sendiri baik negatif maupun positif akan menentukan bagaimana keterbukaan diri seseorang. Prakoso (2003) menyebutkan tentang citra diri yang meliputi perangkat penampilan, tingkah laku, pola berpikir dan emosi, dan kepribadian secara keseluruhan. Jersild (dalam Alfajar, 2003) menyatakan citra diri meliputi

tiga aspek, yaitu: (a) Mengenai diri (aspek fisik), berupa fisik dan kemampuan yaitu bagaimana individu memandang dirinya baik berupa fisik seperti ukuran dan bentuk badan, maupun kemampuan individu seperti lemah atau kuat, terampil atau tidak. (b) Mengenai emosi dan perasaan (aspek psikologis), yaitu berupa emosi dan perasaan yang dialami oleh individu seperti perasaan marah cemas, takut, agresi, cinta, dan kemampuan merasakan atau menikmati sesuatu. (c) Mengenai hubungan sosial (aspek sosial), yaitu bagaimana hubungan sosial individu dengan keluarga, kelompok dan lingkungan masyarakat sekitar.

Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh *self image* dan *self disclosure* pada pengguna Instagram dan Tik Tok?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh *self image* dan *self disclosure* pada pengguna Instagram dan Tik Tok.

Manfaat penelitian

Penelitian ini diharap dapat memberi manfaat bagi pembaca dalam memberikan pemahaman tentang pengaruh *self image* dan *self disclosure* pada pengguna *Instagram* dan Tik Tok.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan mengembangkan data kajian hasil penelitian mengenai pengaruh *self image* dengan *self disclosure* pada pengguna *Instagram* dan Tik Tok.

2. Manfaat praktis :

Bagi pengguna sosial media

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui apa itu *self image* dan *self disclosure* sehingga dapat memilah informasi yang akan dibagikan dikalangan *public*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Self Disclosure

2.1.1. Pengertian *Self Disclosure*.

DeVito (1997) mengatakan bahwa makna dari *self disclosure* adalah suatu bentuk komunikasi saat seseorang menyampaikan informasi tentang dirinya yang biasanya disimpan. Untuk itu *self disclosure* perlu dilakukan minimal dua orang.

Kemudian Devito (2011) mengemukakan bahwa *self disclosure* atau keterbukaan diri adalah jenis komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya disembunyikan atau tidak diceritakan kepada orang lain. Istilah keterbukaan diri mengacu pada pengungkapan informasi secara sadar. Keterbukaan diri ini dapat berupa bermacam-macam topik seperti informasi perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang sesuai dan terdapat didalam diri orang yang bersangkutan. Kedalaman dari pengungkapan diri seseorang tergantung pada situasi dan orang yang di ajak untuk berinteraksi. Jika orang yang berinteraksi dengan kita menyenangkan dan membuat kita merasa aman serta dapat membangkitkan semangat maka kemungkinan bagi kita untuk membuka diri amatlah besar.

Menurut Altman dan Taylor (1973) *self disclosure* merupakan kemampuan seseorang untuk mengungkapkan informasi diri kepada orang lain yang bertujuan mencapai hubungan yang akrab.

Selanjutnya menurut Derlega et. al (1987) *self disclosure* merupakan proses pengungkapan informasi tentang diri seseorang kepada orang lain dan merupakan aspek penting dari komunikasi interpersonal untuk memiliki hubungan yang lebih dekat.

Sedangkan Baker dan Gaut (1996) mengemukakan bahwa *self disclosure* adalah kemampuan seseorang menyampaikan informasi kepada orang lain yang meliputi pikiran/pendapat, keinginan, perasaan maupun perhatian.

Berdasarkan uraian tentang pengertian *self disclosure* yang telah disampaikan oleh beberapa ahli, dapat peneliti simpulkan bahwa *self disclosure* adalah bentuk komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain untuk membagikan informasi mengenai dirinya individu tersebut.

2.1.2. Faktor-faktor *Self Disclosure*

Menurut Devito ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi *self disclosure*. Faktor tersebut adalah:

- a. Besar kelompok: kelompok kecil cenderung lebih mendukung terbentuknya *self disclosure* daripada kelompok besar. Kelompok kecil yang dimaksud yakni seperti kelompok yang terdiri dari dua orang ini merupakan lingkungan yang paling cocok untuk

pengungkapan diri. Hal ini dikarenakan adanya satu pendengar membuat orang lebih cermat dalam melakukan pengungkapan diri.

b. Perasaan menyukai (afiliasi): kita membuka diri dengan orang-orang yang kita sukai atau cintai, dan kita tidak akan membuka diri kepada orang yang tidak kita sukai.

c. Efek diadik: kita melakukan pengungkapan diri bila orang yang bersama kita juga melakukan pengungkapan diri. Ini membuat kita merasa lebih aman.

d. Kompetensi: orang yang kompeten lebih banyak melakukan pengungkapan diri daripada orang yang kurang kompeten.

e. Kepribadian: orang-orang yang pandai bergaul (*sociable*) dan *ekstrovert* melakukan pengungkapan diri lebih banyak daripada mereka yang kurang pandai bergaul dan lebih *introvert*.

f. Topik: kita lebih mengungkapkan informasi diri tentang pekerjaan dan hobi daripada tentang kehidupan seks dan situasi keuangan kita.

g. Jenis kelamin: umumnya, wanita lebih terbuka dari pada pria. Jadi keterbukaan diri menurut faktor-faktor yang mempengaruhi diatas bahwa seseorang akan melakukan pengungkapan diri ketika lawan bicara atau teman, saudara, orangtua dan lain sebagainya juga melakukan keterbukaan diri pada individu tersebut. Biasanya individu lebih nyaman melakukan keterbukaan diri dengan orang yang dicintai dan disukainya.

2.1.3. Aspek-aspek *Self Disclosure*

Menurut Devito (1997), aspek-aspek pengungkapan diri atau *self disclosure* adalah sebagai berikut:

1. ***Amount***, yaitu kuantitas dari pengungkapan diri dapat diukur dengan mengetahui frekuensi dengan siapa individu mengungkapkan diri dan durasi dari pesan *self-disclosing* atau waktu yang diperlukan untuk mengutarakan statemen *self disclosure* individu tersebut terhadap orang lain.
2. ***Valence***, Valensi merupakan hal yang positif atau negatif dari penyingkapan diri. Individu dapat menyingkapkan diri mengenai hal-hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan mengenai dirinya, memuji hal-hal yang ada dalam dirinya atau menjelek-jelekan diri individu sendiri. Faktor nilai juga mempengaruhi sifat dasar dan tingkat dari pengungkapan diri.
3. ***Accuracy/Honesty***, yakni ketepatan dan kejujuran individu dalam mengungkapkan diri. Ketepatan dari pengungkapan diri individu dibatasi oleh tingkat dimana individu mengetahui dirinya sendiri. Pengungkapan diri dapat berbeda dalam hal kejujuran. Individu dapat saja jujur secara total atau dilebih-lebihkan, melewatkan bagian penting atau berbohong.
4. ***Intention***, yaitu seluas apa individu mengungkapkan tentang apa yang ingin diungkapkan, seberapa besar kesadaran individu untuk mengontrol informasi-informasi yang akan dikatakan pada orang lain.

5. **Keakraban/Intimacy**, yaitu individu dapat mengungkapkan detail yang paling intim dari hidupnya, hal-hal yang dirasa sebagai periperal atau impersonal atau hal yang hanya bohong.

2.2. Self Image

2.2.1. Pengertian Self Image

Self image adalah suatu keinginan yang ditampakkan yang terdapat pada pikiran individu (Brown 1998).

Self image merupakan gambaran mengenai diri individu atau jati diri seperti yang digambarkan atau yang dibayangkan (Chaplin, 2009).

Menurut (Sutarno, 2006) menjelaskan *self image* adalah gambaran atas perilaku seseorang di mata orang lain dan masyarakat di sekitarnya. Karena dalam kehidupan ini seseorang tidak bisa dipisahkan dengan keberadaan orang lain. Sesuai dengan kodratnya seseorang selalu berhubungan atau bergaul dengan masyarakat. Sedangkan menurut (Holden, 2005) mengatakan *self image* terbentuk dari penilaian yang dibuat oleh diri sendiri maupun oleh orang lain. *Self image* ini merupakan “diri yang dipelajari” ia terbentuk dari informasi pengalaman, umpan balik, dan kesimpulan yang buat. Menurut Malik *self image* adalah anggapan yang tertanam di dalam fikiran bawah sadar seseorang tentang dirinya sendiri.

Self image merupakan salah satu penilaian pribadi terhadap perasaan yang berharga yang diekspresikan di dalam sikap-sikap yang dipegang oleh individu tersebut (Wijanarko, 2017).

Menurut (Sutarno, 2006) *self image* seseorang adalah pengakuan, penilaian, anggapan, dan pendapat orang lain dan masyarakat kepada orang bersangkutan. Hal tersebut memerlukan proses yang berlangsung lama dan bebas tanpa pengaruh atau tekanan. Untuk mendapatkan citra yang baik tidaklah mudah. Citra itu sendiri tidak bisa dipaksakan, tetapi timbul atau muncul dan merupakan dampak dari perilaku di dalam perikehidupan seseorang di tengah dan bersama-sama anggota masyarakat.

Sedangkan menurut Maltz (1994) juga memberikan pengertian mengenai *self image*, yaitu konsep yang dimiliki individu atas pilihannya sebagai individu sendiri. Ini merupakan produk dari pengalaman masa lalu, kesuksesan dan kegagalan, penghinaan dan penghargaan, dan reaksi orang lain terhadap diri individu (Maltz, 1994).

Di samping itu Burn (1993) memberikan definisi dari *self image* yaitu apa yang dilihat seseorang ketika dia melihat dirinya sendiri. Sedangkan Brown (1998) menggunakan istilah *self knowledge* yang memiliki arti sama dengan citra diri yang dikemukakan oleh tokoh lain yaitu sebagai apa yang ingin individu pikirkan tentang dirinya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan *self image* adalah penilaian individu terhadap dirinya, sebagaimana orang lain menilai dan melihat dirinya sendiri.

2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Self Image*

Proses mencari tahu bagaimana citra diri individu menentukan citra diri individu tersebut positif atau negatif. Jika prosesnya ternyata positif, terdapat faktor yang mendorongnya untuk tetap seperti itu.

Brown (1998) mengungkapkan faktor-faktor tersebut adalah:

a. Faktor Perilaku

- 1) Perhatian selektif (*selective attention*) terhadap masukan yang mendukung citra diri individu. Individu cenderung memilah-milah, masukan mana yang ingin diperhatikannya.
- 2) Melumpuhkan diri sendiri, individu memunculkan sendiri perilaku tertentu yang mengeluarkan kekurangannya.
- 3) Pemilihan tugas yang memperlihatkan usaha positif. Individu cenderung lebih melihat masukan yang bersifat menunjukkan kelebihan mereka, daripada kemampuan mereka sebenarnya (kemampuan yang kurang baik).
- 4) Bukti yang memperjelas perilaku mencari info strategis, individu cenderung menghindari situasi dimana kekurangannya dapat terlihat dan individu cenderung mencari masukan untuk hal yang mudah diperbaiki dari hasil kemampuan mereka.

b. Faktor Sosial

1) Interaksi Selektif, individu bisa memilih dengan siapa ia ingin bergaul.

2) Perbandingan Sosial yang bias, individu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain yang menurutnya lebih rendah kemampuannya daripada dirinya.

2.2.3. *Self Image* Positif dan Negatif

Menurut James K. Van fleet (1997) *self image* memiliki dampak yang positif dan negative, antara lain

a. *Self Image* Positif

- 1) Memiliki rasa percaya diri yang kuat.
- 2) Berorientasi pada ambisi yang kuat dan mampu menentukan sasaran hidup.
- 3) Terorganisir dengan baik dan efisien (tidak terombang-ambing lagi tanpa tujuan dari hari ke hari).
- 4) Bersikap mampu.
- 5) Memiliki kepribadian yang menyenangkan.
- 6) Mampu mengendalikan diri.

b. *Self Image* Negatif

- 1) Merasa rendah diri.
- 2) Kurang memiliki dorongan dan semangat hidup.

- 3) Lebih suka menunda waktu.
- 4) Memiliki landasan yang pesimistik dan emosi negatif.
- 5) Pemalu dan menyendiri (karena mendapat kritik dari orang lain, hinaan dan ejekan dari teman).
- 6) Hanya memiliki kepuasan sendiri.

2.2.4. Aspek-aspek *Self Image*

Brown (1998) mengungkapkan bahwa ada tiga aspek dalam pengetahuan akan diri sendiri yaitu:

a. Dunia fisik (*physical world*) Realitas fisik dapat memberikan suatu arti yang mana kita dapat belajar mengenai diri kita sendiri. Sumber pengetahuan dari dunia fisik memberikan pengetahuan diri sendiri. Akan tetapi pengetahuan dari dunia fisik terbatas pada atribut yang bisa diukur dengan yang mudah terlihat dan bersifat subjektif dan kurang bermakna jika tidak dibandingkan dengan individu lainnya.

b. Dunia Sosial (*social world*) Sumber masukan untuk mencapai pemahaman akan citra diri adalah masukan dari lingkungan sosial individu. Proses pencapaian pemahaman diri melalui lingkungan sosial tersebut ada dua macam, yaitu:

- 1) Perbandingan Sosial (*social comparison*) Serupa dengan dunia fisik, dunia sosial juga membantu memberi gambaran diri melalui

perbandingan dengan orang lain. Pada umumnya individu memang cenderung membandingkan dengan individu lain yang dianggap sama dengannya untuk memperoleh gambaran yang menurut mereka adil. Akan tetapi tidak jarang individu membandingkan dirinya dengan individu yang lebih baik (disebut *upward comparison*) atau yang lebih buruk (*downward comparison*) sesuai dengan tujuan mereka masing-masing.

2) Penilaian yang tercerminkan (*reflected appraisal*) Pengetahuan akan diri individu tercapai dengan cara melihat tanggapan orang lain terhadap perilaku individu. Misalnya jika individu melontarkan gurauan dan individu lain tertawa, hal tersebut dapat menjadi sumber untuk mengetahui bawa individu lucu.

C. Dunia dalam/ psikologis (*inner/psychological world*)

Sedangkan untuk sumber berupa penilaian dari dalam diri individu, ada tiga hal yang dapat mempengaruhi pencapaian pemahaman akan citra diri individu, yaitu:

(1) Introspeksi (*introspection*)

Introspeksi dilakukan agar individu melihat kepada dirinya untuk mencari hal-hal yang menunjang dirinya. Misalnya seseorang yang merasa dirinya pandai, bila berintrospeksi akan melihat berbagai kejadian dalam hidupnya, misalnya bagaimana dirinya menyelesaikan masalah, menjawab pertanyaan, dan sebagainya.

(2) Proses mempersepsi diri (*selfperception process*)

Proses ini memiliki kesamaan dengan intropeksi, namun bedanya adalah bahwa proses mempersepsi diri dilakukan dengan melihat kembali dan menyimpulkan seperti apa dirinya setelah mengingat- ingat ada tidaknya atribut yang dicarinya di dalam kejadian-kejadian di hidupnya. Sedangkan introspeksi dilakukan sebaliknya.

(3) Atribusi kausal (*causal attributions*)

Cara ini dilakukan dengan mencari tahu alasan dibalik perilaku.

Weiner (dalam Brown, 1998) mengatakan bahwa atribusi kausal adalah dimana individu menjawab pertanyaan mengapa dalam melakukan berbagai hal dalam hidupnya. Atribusi kausal ini juga dapat dilakukan kepada perilaku orang lain yang berhubungan dengan individu. Dengan mengetahui apa alasan orang lain melakukan suatu perbuatan yang berhubungan dengan individu, sehingga individu tahu bagaimana gambaran diri sebenarnya. Atribusi yang dibuat mempengaruhi pandangan individu terhadap dirinya.

2.3. Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gita dan Desi (2013) pada siswa-siswi SMP Negeri 26 Surabaya. Jenis penelitian ini adalah

deskriptif korelasional, Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan korelasi product moment. Hasil dari teknik analisis korelasi product moment diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,443 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan positif antara intensitas penggunaan situs jejaring sosial facebook dengan pengungkapan diri (*self disclosure*) pada siswa-siswi kelas VIII SMP Negeri 26 Surabaya. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa intensitas penggunaan situs jejaring sosial facebook dan pengungkapan diri (*self disclosure*) pada siswa-siswi kelas VIII SMP Negeri 26 Surabaya berada pada kategori sedang yaitu 78,4% atau sebanyak 131 orang, hal ini mengindikasikan bahwa siswa-siswi cukup intens dalam menggunakan facebook dan cukup terbuka dalam mengungkapkan dirinya melalui facebook. Sedangkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa intensitas penggunaan situs jejaring sosial facebook dan pengungkapan diri (*self disclosure*) pada perempuan lebih tinggi daripada laki-laki di SMP Negeri 26 Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alya, Fauzia dan Helli (2019). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana. Jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 orang dewasa awal pengguna instagram. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Revised Self-Disclosure Scales* (RSDS) untuk mengukur self-disclosure dan *Eysenck Personality Questionnaire Brief version* (EPQ-BV) untuk mengukur tipe kepribadian. Analisis data pada

penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tipe kepribadian terhadap *self-disclosure*. Extraversion dan neuroticism memiliki pengaruh yang signifikan terhadap self-disclosure pada dewasa awal pengguna instagram di Kota Bandung. Dengan kata lain, tipe kepribadian merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan diri seseorang terutama ketika sedang berkomunikasi menggunakan media sosial.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Esty dan Sri (2021), penelitian deskriptif kualitatif yang menerapkan metode penelitian kualitatif. Makalah ini melibatkan beberapa informan yaitu para remaja yang juga merupakan pengguna aplikasi TikTok. Kriteria inklusi disini adalah remaja yang memiliki akun TikTok, aktif di TikTok, dan menggunakan TikTok sebagai bagian dari keberadaan dan pengungkapan diri mereka.

Hasil penelitian ini mengeksplorasi proses pengungkapan diri dan juga eksistensi yang dilakukan oleh para informan sesuai dengan tahapan yang dikemukakan dalam teori penetrasi sosial. Informan melewati tahapan pengungkapan diri secara berurutan dari tahap orientasi ke tahap stabil sehingga eksistensi remaja dalam menampilkan diri di media sosial dapat diamati.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim Arpaci (2020), Studi tersebut mengembangkan model teoretis berdasarkan 'teori perilaku

terencana' (TPB) dan teori 'manajemen privasi komunikasi' (CPM). Model prediksi divalidasi dengan menggunakan pendekatan multi-analitik berdasarkan data diperoleh dari 300 mahasiswa sarjana. Model berfokus pada peran keamanan, privasi, dan persepsi kepercayaan dalam memprediksi sikap terhadap perilaku *selfie-posting*. Hasil menunjukkan bahwa privasi dan keamanan terkait secara signifikan dengan kepercayaan, yang menjelaskan sejumlah besar perbedaan sikap. Secara konsisten, hasil pembelajaran mesin algoritma klasifikasi menyarankan bahwa atribut keamanan, privasi, dan kepercayaan bisa memprediksi sikap dengan akurasi lebih dari 61% di sebagian besar kasus. Selanjutnya, hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa privasi tidak memiliki hubungan langsung efek, tetapi efek tidak langsung pada sikap.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Innes dan Yoseph (2019). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *probability* sampling menggunakan simple random sampling sebanyak 65 (enam puluh lima) responden. Hasil penelitian responden ini menunjukkan motif paling tinggi penggunaan instagram adalah hiburan dengan nilai 66% terhadap citra diri yaitu *Ideal Social Self Image* sebesar 72%. Hal ini juga didukung dengan hasil statistik dengan menghasilkan t hitung (9,080) > t tabel (2,001) sehingga dapat dikatakan bahwa motif penggunaan media instagram berpengaruh terhadap citra diri.

Dengan demikian hasil penelitian yang dilakukan oleh Rohila, yang dilakukan pada siswa SMKN 2 KOTA BATU. Penelitian ini merupakan

penelitian kuantitatif korelasional, dengan teknik analisa menggunakan uji korelasi pearson atau produk momen ini, dengan dibantu oleh aplikasi SPSS (*Stastitical Product and Service Solution*)

Tingkat *self image instagram* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu di dominasi oleh kategori sedang dengan jumlah siswa sebanyak 71 siswa dengan persentase 69,6%. Dapat dimaknai bahwa siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu memiliki tingkat *self image* yang cukup baik dalam penggunaan media sosial *instagram*. 3. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan media sosial *instagram* dengan *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu yang ditandai dengan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$ yang dapat dimaknai bahwa penggunaan media sosial *instagram* dapat memberikan pengaruh terhadap *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.

2.4. Pengaruh *Self Image* Terhadap *Self Disclosure*

Perkembang internet memberikan perkembangan kepada sosial media. Khususnya Instagram dan Tiktok, dimana platform tersebut menjadi tempat untuk seseorang untuk mengekspresikan dirinya atau yang disebut dengan *self disclosure*. Fitur-fitur yang tersedia di platform media sosial tersebut mempermudah seseorang dalam mengekspresikan dirinya sehingga seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui platform tersebut.

Komunikasi tidak selalu dilakukan secara tatap muka namun bisa dilakukan secara virtual dengan adanya fitur – fitur yang tersedia di aplikasi instagram. Saat ini melakukan self disclosure telah menjadi hal yang lazim (Nosko, A, Wood, E& Molema, 2010).

Menurut Griffiths (2011), melakukan *self disclosure* memiliki banyak keuntungan salah satunya adalah dapat meningkatkan kesehatan serta menambah relasi terhadap orang sekitar, namun tidak dipungkiri *self disclosure* juga seringkali membawa dampak buruk, untuk itu diperlukan *self control* agar segala informasi yang akan disampaikan dapat dilakukan seleksi terlebih dahulu, untuk meminimalisir dampak buruk dari *self disclosure*.

Menurut Bailey (2003) *self image* sebagai persepsi subjektif dari diri sendiri, termasuk gambaran tubuh, kesan dari kepribadian seseorang, dan lain sebagainya. *Self image* seseorang adalah gambaran mental, penampilan fisik, penggabungan ekspresi, keinginan, dan perasaan seseorang.

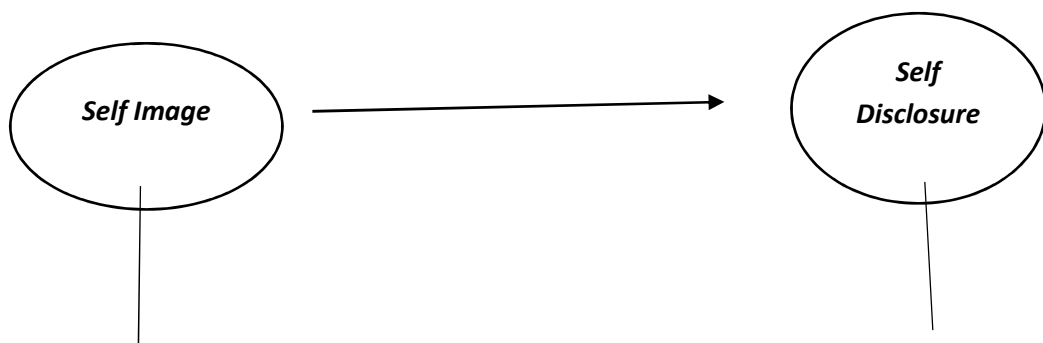
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Rejeki, Euis Komalawati, dan Poppy Indriyanti (2020) yang berjudul “Pengaruh Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa”. Dimana hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara penggunaan instagram terhadap citra diri mahasiswa. Hal tersebut ditandai dengan adanya nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,5$ dengan nilai korelasional 0,799 yang mana

hasil tersebut dapat termasuk dalam hubungan atau adanya pengaruh yang kuat.

Penelitian selanjutnya dilakukan Innes Irene Rarasingtyas dan Yoseph Hendrik Maturbongs (2019) yang berjudul "Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Di Pt XYZ". Berdasarkan hasil penelitian tersebut hasil korelasinya menunjukkan adanya nilai koefisien yang positif pada variabel yang ada. Sehingga dalam hal tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara motif penggunaan instagram dengan tingkat citra diri penggunanya. Semakin tinggi intensitas penggunaan instagram sebanding dengan meningkatnya citra diri penggunanya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ammar et al., 2017) dan (Wahyuni & Fahrudin, 2020) menunjukkan bahwa self image mempengaruhi kepercayaan diri, karena semakin positif self image akan menimbulkan kepercayaan diri yang positif pula sehingga individu dapat melakukan segalanya secara mandiri dalam bertindak dan berinteraksi dengan teman atau masyarakat. Seseorang yang memiliki penilaian yang positif terhadap dirinya cenderung akan lebih berani untuk mengekspresikan dirinya di sosial medianya.

2.5. Kerangka Konseptual



1. **Dunia Fisik**
2. **Dunia Sosial**
3. **Dunia
dalam/psikologis**

1. *Amount*
2. *Valence*
3. *Accuracy/Honesty*
4. *Intention*

Berdasarkan uraian teori-teori yang telah dikemukakan diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha; ada pengaruh *self image* terhadap *self disclosure* pada pengguna *instagram* dan Tiktok

Ho: Tidak ada pengaruh *self image* terhadap *self disclosure* pada pengguna *instagram* dan Tiktok.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Identifikasi Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian didefinisikan sebagai suatu atribut yang memiliki variasi yang diperoleh dari subjek, objek, atau kegiatan yang dapat dipelajari dan diteliti untuk dapat dibuat kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat sebanyak 2 (dua) variabel penelitian, yaitu: variabel bebas dan variabel tergantung.

Menurut Sugiyono (2013) variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan terhadap variabel tergantung. Sedangkan variabel tergantung didefinisikan sebagai yang diberikan pengaruh atau menjadi akibat dari pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas. Oleh sebab itu yang menjadi variabel dalam penelitian ini yaitu:

Variabel Bebas (X) : *Self Image*

Variabel Terikat (Y) : *Self Disclosure*

3.2 Definisi Operasional

3.2.1. *Self Disclosure*

Self disclosure adalah keterbukaan diri yang disampaikan oleh individu kepada orang lain, guna untuk memberikan informasi mengenai dirinya pada orang lain. Baik itu informasi yang bersifat terbuka ataupun tertutup seperti masalah pribadi yang dialami oleh individu.

Self disclosure diukur berdasarkan skala self image yang dikemukakan oleh Devito (1997) yang terdiri dari 4 aspek yaitu: *amount*, *valence*, *accuracy* dan *intention*

3.2.2. Self Image

Self image adalah penilaian seseorang terhadap dirinya ataupun orang lain yang dimana ia dapat menilai dirinya secara positif dan negative yang dapat dilihat dari dari hubungannya dengan orang lain. Variable *self image* diukur berdasarkan skala *self image* yang dikemukakan oleh Brown (1998) yang terdiri dari 3 aspek yaitu: dunia fisik, dunia sosial dan dunia dalam psikologis.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna *Instagram* dan Tiktok baik itu yang berjenis kelamin laki-laki ataupun perempuan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) definisi populasi dalam penelitian adalah suatu wilayah yang meliputi seluruh karakteristik dan kualitas atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang hendak diteliti untuk dipelajari dan dibuat kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dalam penelitian ini yang menjadi subjek/objek populasi penelitian adalah pengguna *Instagram* dan TikTok .

Dimana jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada bulan oktober 2022 97,38 juta pengguna dan Tiktok mencapai 99,1 juta pengguna pada bulan april 2022 (sumber: dataindonesia.id).

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) sampel penelitian didefinisikan sebagai bagian dari populasi penelitian yang memiliki kualitas dan karakteristik yang sama dengan kualitas dan karakteristik populasi penelitian tersebut. Definisi lain juga berikan oleh Azwar (2017) bahwa sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang dapat merepresentasikan populasi penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini jumlah sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan uji korelasional pada aplikasi G*Power. Dalam G*Power 3.1. manual (2017), G*Power 3.1. adalah suatu software untuk menghitung statistical power atau kekuatan uji statistic untuk berbagai uji t, uji F, uji χ^2 , uji z, uji korelasi, ukuran efek (effect size), dan uji statistik lainnya dengan menampilkannya secara grafis hasil analisis tersebut. Dalam perhitungan jumlah sampel penelitian yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya, dengan efek size (r) sebesar 0,206 dengan statistical power sebesar 0,85. Maka setelah dihitung menggunakan software G*Power 3.1 maka jumlah minimal dari responden yang diperlukan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 208 orang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah metode skala. Azwar (2010) mengemukakan bahwa metode skala dapat menggambarkan aspek kepribadian individu, dapat merefleksikan diri yang biasanya tidak disadari responden yang bersangkutan, responden tidak menyadari arah jawaban ataupun kesimpulan yang

diungkapkan pernyataan atau pertanyaan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur persetujuan atau ketidaksetujuan responden untuk setiap pernyataan yang dilontarkan oleh peneliti adalah skala *likert*.

Pada teknik skala ini terdapat dua jenis pernyataan, yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Pernyataan *favorable* merupakan pernyataan positif yang mendukung objek sikap yang diungkap, sedangkan pernyataan *unfavorable* merupakan pernyataan negatif yang tidak mendukung objek sikap yang hendak diungkap (Azwar, 2001).

Dalam proses pelaksanaannya, skala psikologi ini dibagikan kepada responden yang merupakan sampel penelitian melalui salah satu media *Google* yaitu *Google Form*.

3.6 Pelaksanaan Penelitian

Prosedur dalam pelaksanaan penelitian ini terdiri dari 2 (dua) tahap, yaitu sebagai berikut:

3.6.1. Tahap Persiapan Penelitian

Penelitian ilmiah ini merupakan suatu cara yang bertujuan untuk menguji suatu kebenaran dari ilmu pengetahuan. Oleh sebab itu maka untuk mendapatkan data yang akurat dan tidak bias maka peneliti harus merencanakan dan menyiapkan langkah yang tepat untuk menyusun instrumen penelitian. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pembuatan Alat Ukur

Dalam penelitian ini terdapat sebanyak 2 (dua) alat ukur psikologi berbentuk skala dalam teknik pengumpulan datanya yang akan disusun dengan membuat table blue print dalam bentuk item-item pernyataan. Kedua skala alat ukur tersebut yaitu:

1. Skala *Self Disclosure*

Skala *self disclosure* mengukur *self disclosure* menggunakan skala *self disclosure*. Penyusunan skala *self disclosure* berdasarkan aspek-aspek *self disclosure* yang dikemukakan oleh Devito (1997) yang terdiri dari 5 aspek.

Aspek-aspek yang ada pada skala *self disclosure* akan dijabarkan pada butir-butir yang bersifat mendukung adanya *self disclosure* (aitem favourable/+) dan yang tidak mendukung adanya *self disclosure* (aitem unfavourable/-). Skala *self disclosure* disusun berdasarkan skala *Likert* dengan lima pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N) Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Blue Print Uji Coba Skala *Self Disclosure*

No.	Aspek	No Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Amount	1, 2, 3, 4,	5, 6	6
2.	Valence	7, 8, 9, 10, 11, 12		6
3.	Accuracy	13, 14, 15, 16,	17, 18	6
4.	Intention	19, 20, 21, 22	23, 24	6
5.	Keakraban	25, 26, 27, 28, 29	30	6
	Total	23	7	30

3.5.2. Skala *self image*

Mengukur *self image* menggunakan skala *self image*. Penyusunan skala *self image* menggunakan skala *self image* yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang diungkapkan oleh Brown (1998) yaitu, Kesadaran (*awareness*), Tindakan (*action*), Penerimaan (*acceptance*), Sikap (*attitude*).

Aspek-aspek yang ada pada skala *self image* akan dijabarkan pada butir-butir yang bersifat mendukung adanya *self image* (aitem favourable/+) dan yang tidak mendukung adanya *self image* (aitem unfavourable/-). Skala *self image* disusun berdasarkan skala *Likert* dengan lima pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N) Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Blue Print Skala Self Image

No.	Aspek	No Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Amount	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	10
2.	Valence	11, 12, 13, 14, 15	16, 17, 18, 19, 20	10
3.	Accuracy	21, 22, 23, 24, 25	26, 27, 28, 29, 30	10
	Total	15	15	30

b. Uji Coba Alat Ukur

Setelah alat ukur disusun, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji coba alat ukur. Uji coba alat ukur digunakan untuk menguji apakah validitas dan reliabilitas dari skala yang disusun sebagai pengumpul data penelitian. Pelaksanaan tes skala Self Image dan Self Disclosure pada pengguna media sosial Instagram dan Tiktok dengan proses penyebaran skala dilakukan secara online dengan bentuk *google form*. Peneliti melakukan uji coba alat ukur pada tanggal 13 Juni 2023 pada pengguna Instagram dan Tiktok

Pada saat uji coba alat ukur, peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 64 responden yang sesuai dengan karakteristik responden. Uji coba ini bertujuan untuk menguji setiap alat ukur yang disusun apakah sudah menghasilkan item yang baik atau tidak.

Hasil pengujian yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan program SPSS 20.0 *for windows* untuk mengetahui reliabilitas dan validitas dari kedua skala yang yang disusun. Setelah itu item akan diseleksi nantinya, item yang tidak lolos akan dihilangkan/dihapus, selanjutnya untuk item yang lolos akan disusun kembali pada penelitian yang sesungguhnya.

Blue Print Skala *Self Disclosure* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	No Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Amount	1, 2, 3, 4,	5, 6	6
2.	Valence	7, 8, 9, 10, 11, 12		6
3.	Accuracy	13, 14, 15, 16,	17, 18	6
4.	Intention	19, 20, 21, 22	23, 24	6
5.	Keakraban	25, 26, 27, 28, 29	30	6
	Total	23	7	30

Blue Print Skala *Self Image* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	No Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Amount	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	10
2.	Valence	11, 12, 13, 14, 15	16, 17, 18, 19, 20	10
3.	Accuracy	21, 22, 23, 24, 25	26, 27, 28, 29, 30	10
	Total	15	15	30

1.1.1. Tahap pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan penelitian, peneliti akan menyebarkan kuesioner melalui media *Google Form* kepada pengguna Instagram dan Tiktok melalui *whatsapp, facebook, dan instagram*. Responden diminta untuk mengisi semua pernyataan yang ada dalam *geogle from* tersebut sesuai dengan dirinya dan peneliti juga memberikan batas pengisian satu kali saja bagi setiap akun *e-mail*, sehingga terjadi pengisian ganda pada hasil *geogle form* nantinya.

3.6. Analisis Data

3.6.1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan program SPSS 20.0 for windows dengan uji normalitas Kolmogorof-Smirnov yang bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Jika data penelitian berdistribusi normal dengan nilai $p > 0,05$ maka pengujian dapat

menggunakan teknik analisis parametrik, namun jika data tidak normal dengan nilai $p < 0,05$ maka menggunakan teknik statistik non-parametrik.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas di lakukan dengan program SPSS 20.0 for windows yang bertujuan untuk menguji apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung mengikuti garis lurus (linear) atau tidak. Dua variabel dikatakan mengikuti garis lurus jika memiliki nilai signifikansi deviation from linearity atau probabilitas yang diperoleh nilai $p > 0,05$.

3.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis sebagai analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS 20.0 for windows. Teknik analisis statistik regresi linear sederhana ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *self image* dengan variabel *self disclosure*. Uji hipotesis penelitian dapat diterima apabila nilai sig $p > 0,05$ dan jika $p < 0,05$ maka hipotesis ditolak.