

TRUST DAN SELF-DISCLOSURE PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM

¹Ghinaa A. N. Siregar, ²Inge Andriani

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No 100, Depok 16424, Jawa Barat
²inge_andriani@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Media sosial Instagram mendorong para remaja untuk mengeksplor kehidupan pribadi penggunanya. Self-disclosure yang tinggi pada remaja pengguna Instagram, membutuhkan trust yang besar pada Instagram tersebut untuk menjaga keamanan dan kenyamanan dalam bersosial media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara trust dan self-disclosure pada remaja pengguna Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Sampel pada penelitian ini adalah remaja yang telah menggunakan Instagram selama minimal 1 tahun dan berusia 14-22 tahun dengan jumlah sampel 97 orang. Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan skala trust dan skala self-disclosure. Nilai koefisien korelasi sebesar 0.193 dan nilai signifikansi sebesar 0.029 ($p < .05$). Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara trust dan self-disclosure pada remaja pengguna Instagram yang berarti semakin tinggi trust maka semakin tinggi pula self-disclosure.

Kata kunci: self-disclosure, trust, remaja, Instagram

Abstract

Social media Instagram encourages teenagers to explore the personal lives of its users. Self-disclosure is high in young Instagram users, requiring great trust in Instagram to maintain security and comfort in social media. This study aims to determine the relationship between trust and self-disclosure in adolescent Instagram users. The method used in this study is a quantitative method with purposive sampling technique. The sample in this study were teenagers who had used Instagram for at least 1 year and were aged 14-22 years with a total sample of 97 people. The measuring instrument in this study used a trust scale and a self-disclosure scale. The correlation coefficient value is 0.193 and the significance value is 0.029 ($p < .05$). This shows that there is a positive relationship between trust and self-disclosure in adolescent Instagram users, which means that the higher the trust, the higher the self-disclosure.

Keywords: self-disclosure, trust, adolescence, Instagram

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi pada saat ini banyak sekali memberi kemudahan kepada manusia, salah satunya adalah media sosial. Menurut Kerpen (dalam Juddi, 2019), media sosial adalah teks, gambar, video, dan

dikaitan dengan yang dibagikan kepada orang-orang secara daring. Media sosial bisa digunakan untuk membangun citra diri, mempresentasikan segala sesuatunya lebih mudah, dan bertukar informasi. Dari media sosial, informasi dapat cepat tersebar

mengingat rata-rata pencari informasi atau penggunaannya adalah remaja. Dengan itu, membuat remaja semakin minat menggunakan media sosial sebagai fasilitas komunikasi, informasi, dan mempersentasikan diri.

Fakta terkait dominasi remaja dalam menggunakan internet, maka hal yang dilakukan remaja dalam berinternet adalah mengakses media sosial. Dari berbagai media sosial yang ada, Instagram adalah yang paling diminati oleh kaum milenial. Menurut Wearsocial (dalam Juddi, 2019) dalam kurun waktu satu tahun, pengguna media sosial Instagram sebanyak 100 juta pengguna di seluruh dunia. Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram sebanyak 7% dari 88.1 juta pengguna internet dengan populasi penduduk sebanyak 255.5 juta, Instagram menjadi media sosial yang paling diminati oleh sebagian besar orang karena dianggap cukup menarik dibandingkan media sosial lainnya.

Menurut Stiletto dan Afandi (2019), Instagram memiliki banyak keuntungan terutama untuk remaja yaitu, *user friendly*, *mobile friendly*, *platform for popularity*, *new gen marketplace*, dan *fulfilment of human desire* dan dianggap *user friendly* karena mudah sekali untuk digunakan. Remaja dapat melihat foto-foto yang dihasilkan oleh pengikutnya dengan hasil yang bagus. Fitur-fitur di Instagram juga sangat banyak dan mudah digunakan. Lalu *mobile friendly*, untuk membuka Instagram sendiri tidak perlu menggunakan *desktop* ataupun *laptop*.

Dengan menggunakan *handphone*, remaja dapat membuka Instagram dengan mudah. *Platform for popularity*, pengguna Instagram terdiri dari banyak kalangan seperti artis, penyanyi, *beauty blogger*, *editor*, seniman, dan lain-lain Instagram sendiri adalah *platform* ajang popularitas untuk menghasilkan uang. Jadi, bukan hal yang aneh jika banyak kalangan yang menggunakan Instagram.

Instagram juga sangat memudahkan banyak orang untuk membuka usaha dengan membagikan foto yang dijualnya ke *feed* Instagram. Penggunaan *Insta story* untuk membagikan video dan dapat dimasukkan ke dalam *highlight* agar dapat dilihat banyak orang. Hal terakhir *fulfilment of human desire*, remaja dapat menemukan komunitas di Instagram yang berguna untuk menambah keterampilan, wawasan, dan mengasikkan pengaruh yang baik. Instagram juga dapat menjangkau orang-orang ke seluruh belahan dunia.

Remaja membagikan unggahan tersebut dilakukan secara sengaja untuk membagikan informasi kepada teman nya di Instagram. Hal ini berkaitan dengan yang dikemukakan oleh West dan Tuner (2013) yaitu informasi pribadi yang sengaja dibagikan kepada orang lain tanpa kesulitan untuk mencari tahu yang disebut *self-disclosure*. Menurut Setyawati dan Rahmandani (2017) *self-disclosure* adalah proses menghadirkan yang diwujudkan dalam kegiatan membagi perasaan dan informasi

dengan orang lain. *Self-disclosure* sebagai tindakan seseorang dalam memberikan informasi secara pribadi kepada orang lain dengan suka rela dan sengaja dengan maksud memberi tau apa tentang dirinya. Hal ini dapat dikatakan jika remaja mengunggah di Instagram, remaja membagikan segala informasi kepada teman secara suka rela tanpa takut jika apa yang remaja unggah tersebut diketahui banyak orang.

Menurut Gainau (2009) selain informasi tentang dirinya, *self-disclosure* dapat memungkinkan remaja memperoleh informasi tentang orang lain. Informasi tentang diri dan orang lain tersebut merupakan suatu sumber bagi individu untuk menyalurkan segala tuntutan dari dalam dirinya sesuai dengan harapan lingkungan, sehingga individu dapat melakukan hubungan sosial dengan orang lain. Makin meningkatnya hubungan sosial antara remaja dengan individu lain, maka membuat remaja dapat terbuka dengan individu lain. Jadi, remaja tahu cara untuk memulai hubungan dan berperilaku dengan pengguna Instagram lainnya. Hal ini dapat menambah rasa kedekatan dan rasa keintiman kepada pengguna lainnya.

Menurut Devito (2012) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* yaitu siapa individu, budaya, jenis kelamin, komunitas. Komunitas yang dimaksud disini adalah remaja pengguna Instagram dengan remaja lainnya dengan berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi ini timbul adanya *trust*

satu dengan lainnya. Biasanya, komunikasi yang terjalin adanya kesamaan (hobi, tujuan), dukungan satu sama lain, mengirim pesan di Instagram, masalah pribadi, dll. Hal ini dapat dikatakan bahwa jika remaja dapat berkomunikasi baik dengan remaja lain, maka remaja telah memiliki *trust* terhadap remaja tersebut.

Menurut Robbins dan Judge (2017), *trust* terbentuk karena tiga hal yaitu *intergrity*, *benevolence*, dan *ability*. *Intergrity* adalah kejujuran dan kebenaran antar remaja seperti saling percaya. *Benevolence* adalah ketika remaja mempercayai seseorang yang memiliki minat yang tulus seperti perhatian, saling support, dan hubungan yang baik. Sedangkan *ability* yaitu kemampuan untuk meyakini dalam mempercayai seseorang.

Dapat dikatakan bahwa, *trust* berperan dalam *self-disclosure* remaja yaitu dengan cara memberi kepercayaan untuk mengunggah informasi yang dimiliki remaja seperti foto atau video di Instagram. Dapat dilihat dari hasil penelitian sebelumnya bahwa terdapat hubungan antara *trust* dan *self-disclosure*. Berkaitan dengan fenomena tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara *trust* dengan *self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram.

METODE PENELITIAN

Sampel yang akan diambil dari penelitian ini adalah 97 orang remaja yang telah menggunakan media sosial Instagram

minimal 2 tahun, berusia 18 sampai 22 tahun dan mengunggah foto dan *Insta story* di Instagram. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability* yaitu *purposive sampling*.

Di dalam penelitian ini *self-disclosure* diukur dengan menggunakan Skala *self-disclosure* yang disusun oleh Wheelless dan Grotz (dalam Leung, 2002) berdasarkan aspek-aspek *self-disclosure* yaitu *depth or intimacy of disclosure*, *accuracy*, *amount of disclosure*, *valence* dan *intent of disclosure*. Skala ini memiliki 12 item. Kategori respons dalam penelitian ini adalah Sangat Tidak Sesuai hingga Sangat Sesuai dengan rentang skor 1-5. Reliabilitas skala ini adalah $\alpha = 0.806$.

Di dalam penelitian ini *trust* diukur dengan menggunakan skala *trust* yang disusun oleh Rempel, Holmes, dan Zanna (1995) berdasarkan aspek-aspek *trust* yaitu *predictability*, *dependability* dan *faith*. Item pada skala ini berjumlah 10 item. Kategori respons dalam penelitian ini adalah Sangat Tidak Sesuai hingga Sangat Sesuai dengan rentang skor 1-5. Reliabilitas skala ini adalah $\alpha = 0.710$.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi. Kegunaannya adalah untuk mengetahui hubungan antara *trust* dan *self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram. Analisis data tersebut menggunakan bantuan program SPSS versi 25.0 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *trust* dan *self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi yang diperoleh yaitu sebesar 0.193 dan nilai signifikansi sebesar 0.029. Nilai positif yang diperoleh dari koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi berarah positif yaitu semakin tinggi *trust* maka semakin tinggi pula *self-disclosure*.

Hal ini sejalan dengan penelitian Suryani dan Nurwidawati (2016) yang menghasilkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *trust* dan *self-disclosure*. Selain itu, penelitian yang dilakukan Devi dan Indryawati (2019) menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara *trust* dan *self-disclosure* pengguna Instagram, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi *trust* maka semakin tinggi pula *self-disclosure*. *Self-disclosure* sangat penting dalam hubungan sosial di mana seseorang dapat berinteraksi dengan individu lain agar menambah rasa kelekatan dan dapat mengurangi resiko dan dampak negatif yang dapat terjadi. Maka dari itu, adanya *trust* dapat mengurangi resiko yang ada karena sudah memiliki kelekatan antar satu sama lain. *Trust* juga dapat menambah rasa yakin kepada individu lain bahwa individu tersebut dapat diandalkan serta sudah meyakini bahwa *trust* yang ada akan selalu sama dan konstan.

Tabel 1. Uji Hipotesis

Variabel	r	Sig	Keterangan
<i>Trust*self-disclosure</i>	0.193	$p < .05$	Ada hubungan yang signifikan

Berdasarkan analisis deskriptif berdasarkan kategorisasi sampel penelitian, hasil perhitungan *mean* empirik pada skala *self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa remaja ketika ingin mengungkapkan sesuatu di Instagram, remaja tetap memiliki kendali saat melakukan *self-disclosure*. Hal ini seperti diungkapkan oleh Paramithasari dan Dewi (2013) yaitu seseorang dapat mengendalikan apa yang ini dikatakan dan menyadari konsekuensi yang ada dari *self-disclosure* yang telah dilakukannya. Selain itu, hasil perhitungan *mean* empirik pada skala *trust* pada remaja pengguna Instagram berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa remaja kemungkinan memiliki *trust* namun tidak sepenuhnya kepada individu lain di Instagram. Seperti halnya yang ditulis oleh Rahmawati (2015) bahwa tingkat kepercayaan individu dapat terlihat seberapa nyaman jika individu bersama dengan individu lain. Ini menunjukkan bahwa remaja di Instagram masih memiliki keraguan terhadap hubungannya dengan individu lain dikarenakan belum memiliki rasa nyaman.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan demografis usia pada *self-disclosure*, dapat diketahui bahwa remaja berusia 14 sampai 16 tahun berada dalam kategori rendah dan 17 sampai 22 tahun

berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan semakin bertambah usia, maka remaja akan lebih mudah melakukan *self-disclosure* seperti hanya mengunggah kegiatan yang remaja lakukan sehari-hari. Seperti halnya yang ditulis oleh Monanda dan Nurjannah (2017) bahwa remaja dapat mengupload kegiatan sehari-hari seperti foto pribadi, foto makanan, tempat yang sedang populer, dan sebagainya. Remaja mengunggahnya agar individu lain tahu dan mengenalnya di Instagram untuk menjadi daya tariknya agar terlihat eksis. Sedangkan, dilihat dari hasil analisis deskriptif berdasarkan data demografis usia pada *trust*, dapat diketahui bahwa remaja yang berusia 14 sampai 22 tahun berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa remaja selektif dalam memberikan *trust* kepada individu lain di Instagram. Seperti halnya yang ditulis oleh Kong (2016) bahwa usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam memberikan *trust* kepada individu lain. Semakin bertambah usia, individu akan lebih selektif dalam memberikan *trust* dikarenakan individu tersebut telah memiliki hubungan sosial yang erat dan telah terlibat dalam kegiatan yang dapat dipercaya.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan demografis jenis kelamin pada *self-disclosure*, dapat diketahui bahwa remaja

berjenis kelamin laki-laki dan perempuan berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam melakukan *self-disclosure*. Namun, dalam penelitian ditulis oleh Lubis (2014) bahwa perempuan lebih mudah dalam melakukan *self-disclosure* seperti memanfaatkan waktu dengan berbincang dengan individu lain agar lebih mudah memahami satu sama lain dan menjadi lebih dekat. Lalu, untuk laki-laki menurut Cunningham (dalam Sari, Andayani, & Masykur, 2006) laki-laki memiliki kesulitan dalam *self-disclosure* dikarenakan laki-laki beranggapan bahwa *self-disclosure* merupakan tanda kelemahan.

Selanjutnya, hasil analisis deskriptif berdasarkan data demografis jenis kelamin pada *trust*, dapat diketahui juga bahwa remaja berjenis kelamin laki-laki dan perempuan berada dalam kategori sedang. Di dalam penelitian Rempel, Holmes, dan Zanna (1985) bahwa tingkat *trust* yang dimiliki perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa remaja perempuan mungkin tingkat *trust* dengan individu lain lebih terbuka dibandingkan dengan remaja laki-laki yang lebih tertutup.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan demografis lamanya menggunakan Instagram pada *self-disclosure*, dapat diketahui bahwa remaja yang telah menggunakan Instagram 2-3 tahun, 4-5 tahun dan > 5 tahun berada pada kategori sedang. Ini menunjukkan bahwa semakin lama remaja

menggunakan Instagram, remaja akan semakin menjalin komunikasi dengan pengguna lain dan melakukan *self-disclosure* yang semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan yang ditulis oleh Sakinah dan Kinanthi (2018) bahwa semakin akrab hubungan seseorang, maka semakin besar kecenderungan untuk melakukan *self-disclosure* dan begitu pun sebaliknya. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan demografis lamanya menggunakan Instagram pada *trust*, dapat diketahui bahwa remaja yang telah menggunakan Instagram 2-3 tahun, 4-5 tahun dan > 5 tahun berada pada kategori sedang. Ini menunjukkan bahwa kemungkinan semakin lama remaja menggunakan Instagram, maka *trust* pada remaja akan semakin baik. Hal ini sesuai dengan yang ditulis Salim (2013) yaitu semakin lama durasi hubungan antar individu, maka semakin akan menghasilkan *trust* yang baik antar keduanya.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan demografis frekuensi menggunakan fitur Instagram dalam satu bulan pada *self-disclosure*, dapat diketahui bahwa remaja yang menggunakan fitur Instagram sebanyak 0-2 kali, 3-5 kali, 6-8 kali dan > 8 kali dalam satu bulan berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan fitur Instagram dalam satu bulan pada remaja, maka remaja akan sering melakukan *self-disclosure*. Seperti halnya yang ditulis oleh

Lestari, Furau'ki dan Darmawan (2021) yaitu individu dapat melakukan *self-disclosure* melalui unggahan yang sering diunggah nya melalui Instagram seperti kegiatan sehari-hari, perasaan, tempat yang dikunjungi, dan lain-lain. Lalu, berdasarkan berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan demografis frekuensi menggunakan fitur Instagram dalam satu bulan pada *trust*, dapat diketahui bahwa remaja yang menggunakan fitur Instagram sebanyak 0-2 kali, 3-5 kali, 6-8 kali dan > 8 kali dalam satu bulan berada dalam kategori sedang. Hal ini meunjukkan bahwa kemungkinan semakin tinggi frekuensi menggunakan fitur Instagram dalam satu bulan untuk berinteraksi dengan individu lain, maka remaja akan membentuk *trust* pada individu tersebut. Seperti halnya yang ditulis oleh Wangi, Erlyani dan Mayangsari (2018) yaitu kepercayaan akan tercipta dari seringnya dan kepuasan berinteraksi satu sama lain. Keintiman antar individu dapat menciptakan *trust* yang baik jika sering berinteraksi.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat beberapa alasan remaja menggunakan Instagram. Jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden yaitu sebanyak 33% responden menjawab sebagai media informasi, 20% responden menjawab sebagai tempat mengekspresikan diri, 19% responden menjawab untuk mencari hiburan. Seperti yang ditulis oleh Sari dan Basit (2020) bahwa Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini dan

memberi kemudahan bagi masyarakat dalam mencari informasi. Selain itu, menurut Sekarwangi dan Imran (2019) instagam dapat menjadi tempat yang tepat untuk mengekspresikan diri, di mana citra seseorang terlihat melalui foto atau video yang diunggah di Instagram nya.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan *followers* yang dimiliki pada *self-disclosure*, dapat diketahui bahwa remaja yang memiliki *followers* 0-250 berada dalam kategori rendah dan remaja yan memiliki *followers* 250-500, 500-750, 750-1000 dan >1000 berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukan semakin remaja memiliki banyak *followers*, maka remaja akan lebih sering melakukan *self-disclosure* agar lebih dikenal oleh *followers* remaja. Seperti halnya pada penelitian Setianingsih, Sutoyo, dan Purwanto (2014) bahwa *self-disclosure* merupakan suatu proses di mana seseorang membiarkan dirinya dikenal oleh orang banyak. Lalu, berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan *followers* yang dimiliki pada *trust*, dapat diketahui bahwa remaja yang memiliki *followers* 0-250, 250-500, 500-750, 750-1000 dan >1000 berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa remaja merasa aman dengan *followers* yang dimilikinya. Seperti yang ditulis oleh Adhani dan Prihatiningrum (2021) bahwa pemilik akun merasa aman seperti informasi pribadi yang dimilikinya dan merasa yakin karena informasi pribadinya terlindungi dan tidak disebarluaskan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan antara *trust* dan *self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram. Arah hubungan penelitian ini bersifat positif yang berarti semakin tinggi *trust* maka semakin tinggi juga *self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram. Sementara itu, Instagram dapat digunakan sebagai tempat mengekspresikan diri untuk remaja. Namun, remaja disarankan untuk lebih selektif dalam mempercayai individu di Instagram dalam memberikan informasi agar tidak terjadi dampak negatif seperti penyalahgunaan informasi, penipuan, *cyberbullying*, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, R., & Prihatiningrum, R. Y. (2021). Determinan kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan UKM Sasirangan melalui media sosial Instagram (studi pada pelanggan yang merupakan followers/pengikut Kasasiur_Banjar). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 14-30.
- Devi, E., & Indryawati, R. (2019). Hubungan trust dan self-disclosure pada remaja putri pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi*, 13(2), 118-132. [10.35760/psi.2020.v13i2.3017](https://doi.org/10.35760/psi.2020.v13i2.3017)
- Devito, J. A. (2015). *Human communication the basic course*. Boston: Pearson.
- Gainau, M. B. (2009). Keterbukaan diri (self-disclosure) siswa dalam perspektif budaya dan implikasinya bagi konseling. *Jurnal Ilmiah Widya Warta*, 33(1), 95-112.
- Juddi, F. M. (2019). *Komunikasi budaya dan dokumentasi kontemporer*. Sumedang: Unpad Press.
- Kong, D. T. (2016). Exploring democracy and ethnic diversity as sociopolitical moderators for the relationship between age and generalized trust. *Personality and Individual Differences*, 96, 28-30.
- Lestari, S. N. D., Furau'ki, N. A. F., & Darmawan, F. (2021). Perilaku self-disclosure mahasiswa kota Bandung melalui Instagram. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1), 66-77.
- Leung, L. (2002). Loneliness, self-disclosure, and ICQ ("I Seek You") use. *CyberPsychology & Behavior*, 5(3), 241-251.
- Lubis, E. E. (2014). Potret media sosial dan perempuan. *Jurnal Paralela*, 1(2), 97-106.
- Monanda, R., & Nurjanah, N. (2017). Pengaruh media sosial Instagram @Awkarin terhadap gaya hidup hedonis di kalangan follower remaja. *JOM FISIP*, 4(2), 1-12.
- Paramithasari, P. P., & Dewi, E. K. (2013). Hubungan antara kontrol diri dengan pengungkapan diri di jejaring sosial pada siswa SMA Kesatrian 1. *Jurnal Empati*, 2(4), 376-385.

- <https://doi.org/10.14710/empati.2013.74>
23
- Rahmawati, P. A. (2014). Hubungan antara kepercayaan dan keterbukaan diri terhadap orangtua dengan perilaku memaafkan pada remaja yang mengalami keluarga broken home di SMKN 3 & SMKN 5 Samarinda. *Psikoborneo*, 2(3), 142-148.
- Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. (1985). Trust in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1), 95-112. <https://doi.org/10.1037/00223514>.
49.1.95
- Robbins, P. S., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior*. New York: Pearson.
- Sakinah, F., & Kinanth, M. R. (2018). Pengungkapan diri dan kepuasan pernikahan pada individu yang menikah melalui proses ta'aruf. *Jurnal Psikologi Integratif*, 6(1), 29-49.
- Salim, N. A. (2013). Evaluasi efek relationship marketing pada pelayanan skin care di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Komunitas*, 2(3), 122-127.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23-36.
- Sari, R. P., Andayani, T. R., & Masykur, A. M. (2006). Pengungkapan diri mahasiswa tahun pertama Universitas Dliponegoro ditinjau dari jenis kelamin dan harga diri. *Jurnal Psikologi*, 3(2), 11-25.
- Sekarwangi, A. P., & Imran, A. I. (2019). Presentasi diri remaja tingkat akhir melalui penggunaan bahasa Korea (hangeul) pada Instagram. *eProceedings of Management*, 6(1), 1757-1765.
- Setyawati, I., & Rahmandani, A. (2017). Hubungan pengungkapan diri terhadap teman sebaya dengan pemafaan pada remaja. *Jurnal Empati*, 6(4), 444-450.
- Stiletto, T., & Affandi, R. (2019). *How to win Instagram*. ST Book.
- Suryani, A., & Nurwidawati, D. (2016). Self-disclosure and trust pada pasangan dewasa muda yang menikah dan menjalani hubungan jarak jauh. *Jurnal Psikologi Teori & Terapan*, 7(1), 9-15. doi: <https://doi.org/10.26740/jptt.v7n1.p9-15>
- Wangi, P. S., Erlyani, N., & Mayangsari, M. D. (2020). Hubungan antara relation savoring dengan kepercayaan pada pasangan dewasa awal yang menjalani pernikahan jarak jauh di kota Banjarbaru. *Jurnal Psikologi Kognitif*, 1(1), 1-8.
- West, R., & Turner, L. (2013). *Pengantar teori komunikasi: Analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.