

TRUST DAN SELF-DISCLOSURE PADA REMAJA PUTRI PENGGUNA INSTAGRAM

¹Elintia Devi, ²Rini Indryawati

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya No 100, Depok, 16424, Jawa Barat

²rini_indry@yahoo.co.id

Abstrak

Penggunaan Instagram pada remaja putri memiliki berbagai risiko, seperti pelanggaran privasi, kesalahpahaman, cyberbullying, penyalahgunaan informasi, hingga penipuan yang dapat terjadi karena remaja putri yang mudah percaya (trust) terhadap pengguna Instagram lain termasuk pengguna yang tidak mereka kenal sehingga membuat remaja putri mengungkapkan (self-disclosure) apapun kepada pengguna lain tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan trust dan self-disclosure pada remaja putri pengguna Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Sampel pada penelitian ini adalah 88 remaja putri yang telah menggunakan media sosial Instagram selama minimal 2 tahun. Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan skala trust dan skala self-disclosure. Berdasarkan hasil analisis menggunakan analisis korelasi Spearman one tailed, diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara trust dan self-disclosure pada remaja putri pengguna Instagram dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < .01$) dan koefisien korelasi (R) sebesar 0.713. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi trust, maka akan semakin tinggi pula self-disclosure yang dilakukan. Selain itu, koefisien korelasi (R) yang diperoleh menunjukkan bahwa hubungan positif yang dihasilkan bersifat erat atau kuat.

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

Abstract

The use of Instagram on girls has various risks, such as privacy violations, misunderstanding, cyberbullying, misuse of information, to fraud, that can occur because young women easily trust other Instagram users, including users they do not know, causing girls to reveal and do some self-disclosures to these other users. This study aims to examine the relationship between trust and self-disclosure among girls using Instagram. The method used in this study is a quantitative method with purposive sampling technique. The sample in this study were 88 girls who use Instagram for at least 2 years. The measuring instrument in this study uses a trust scale and a self-disclosure scale. Based on the results of the analysis using the one-tailed Spearman correlation analysis, it is known that there is a very significant positive relationship between trust and self-disclosure among girls using Instagram with a significance value of 0.000 ($p < .01$) and a correlation coefficient (R) of 0.713. This shows that the higher the trust, the higher the self-disclosure that is carried out. In addition, the correlation coefficient (R) obtained indicates that the resulting positive relationship is strong or strong.

Keywords: self-disclosure, trust, girls, Instagram

PENDAHULUAN

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dan Polling Indonesia (2018) menunjukkan bahwa

terdapat sebanyak 171.17 juta jiwa yang menggunakan internet dari total populasi penduduk Indonesia. Berkembangnya penggunaan internet tidak terlepas dari

banyaknya layanan yang dapat diakses melalui internet, salah satunya adalah media sosial. Media sosial menjadi salah satu dari sekian banyak layanan yang banyak diminati oleh pengguna internet dan terus mengalami peningkatan jumlah pengguna. Hal tersebut dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh We Are Social dan Hootsuite (2019) yang menghasilkan bahwa Indonesia merupakan negara ketiga yang paling banyak mengalami peningkatan jumlah pengguna media sosial, yaitu sebanyak 20 juta pengguna. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara keempat dengan jumlah pengguna aktif media sosial Instagram terbanyak, yaitu sebanyak 62 juta pengguna.

Kelengkapan fitur yang dimiliki oleh Instagram dibandingkan dengan media sosial lain dapat menjadi salah satu alasan mengapa Instagram banyak diminati. Nainggolan, Rondonuwu, dan Waleleng (2018) juga mengungkapkan bahwa Instagram mulai banyak diminati seiring dengan makin mudahnya menangkap momen-momen dengan berbagai perangkat fotografinya. Selain itu, fitur-fitur yang dimiliki Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video yang dapat disunting terlebih dahulu agar terlihat lebih menarik, memberi komentar pada foto atau video pengguna lain, *chatting*, membuat Instagram *story*, *video call*, dan IGTV. Menurut Enterprise (2012), Instagram memiliki *editor* foto yang secara umum mampu mengubah foto menjadi lebih menarik dengan memanfaatkan distorsi

warna, fokus, dan lain sebagainya. Instagram juga memiliki fitur untuk menulis komentar dan berinteraksi dengan pengguna lain.

Pengguna Instagram tersebar di segala tahap perkembangan individu, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga lansia. Namun, pengguna Instagram didominasi oleh remaja, khususnya remaja putri. Hal ini terbukti dari data yang dipublikasi oleh Kemp (2018) yang menjabarkan jumlah pengguna Instagram dari berbagai rentang usia, baik laki-laki maupun perempuan. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna Instagram didominasi oleh remaja putri. Menurut Irawan (2017), menggunakan Instagram telah menjadi gaya hidup bagi kalangan remaja pada saat ini dikarenakan tuntutan perkembangan zaman yang menjadikan Instagram sebagai kewajiban. Selain itu, kebebasan berekspresi membuat remaja lebih nyaman berinteraksi dengan pengguna lain melalui media sosial. Remaja putri yang berinteraksi melalui Instagram juga akan memerlukan *self-disclosure* (pengungkapan diri) agar interaksi tersebut dapat terjalin dengan baik. Hal ini dapat dilihat ketika remaja putri membagikan foto atau video melalui Instagram kemudian mendapatkan respon dari pengguna lain.

Hargie (2017) mendefinisikan *self-disclosure* sebagai proses dimana individu berkomunikasi secara verbal dan atau secara nonverbal kepada individu lain mengenai beberapa informasi pribadi yang sebelumnya tidak diketahui. Individu memiliki kontrol

lebih besar pada *self-disclosure* verbal dibandingkan dengan *self-disclosure* non-verbal. Morrison dan Burnard (2008) berpendapat bahwa saat berinteraksi dengan individu lain di Instagram, remaja putri melakukan *self-disclosure* kepada individu tersebut dalam berbagai cara dan tingkatan. Remaja putri juga dapat melakukan *self-disclosure* kepada sejumlah individu yang berbeda, seperti keluarga, teman, dan bahkan individu yang tidak dikenal. Dinyatakan oleh Gainau (dalam Fauzia, Maslihah, & Ihsan, 2019), *self-disclosure* yang dilakukan oleh remaja putri di Instagram merupakan tindakan remaja dalam memberikan informasi mengenai sikap, opini, minat, dan lain sebagainya. *Self-disclosure* sangat penting dalam hubungan sosial remaja karena masa remaja merupakan periode dimana remaja belajar menggunakan kemampuannya untuk memberi dan menerima dalam berhubungan dengan individu lain. Sesuai dengan perkembangannya, remaja dituntut lebih belajar menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial yang lebih luas dan majemuk, seperti di media sosial Instagram.

Satrio dan Budiani (2018) mengungkapkan bahwa informasi yang diberikan remaja putri dalam *self-disclosure* di Instagram dapat mencakup beberapa hal seperti pengalaman hidup, perasaan, emosi, pendapat, cita-cita, dan lain sebagainya. Informasi yang terdapat dalam *self-disclosure* tersebut bersifat deskriptif dan evaluatif. Deskriptif maksudnya adalah remaja putri

menyampaikan berbagai fakta mengenai dirinya yang mungkin belum diketahui oleh pengguna lain, seperti jenis pekerjaan, alamat, dan usia. Sedangkan, evaluatif maksudnya adalah remaja putri menyampaikan pendapat atau perasaan pribadinya, seperti hal-hal yang tidak disukai.

Mahendra (2017) menjelaskan bahwa selain dapat menyampaikan informasi, *self-disclosure* yang dilakukan di Instagram juga dapat memiliki dampak negatif bagi remaja putri dikarenakan *self-disclosure* yang mereka lakukan cenderung tidak tepat. *Instagram* sejatinya dapat menjadi sumber informasi, wadah dokumentasi, dan tempat berkomunikasi atas sebuah isu atau persoalan yang penting. Tetapi, dalam kenyatannya Instagram seringkali dimanfaatkan oleh remaja sebagai tempat untuk curhat, pamer, dan menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan. Beberapa pelaku kriminal atau pengguna yang berperilaku tidak wajar juga dapat memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menjaring korbannya.

Melalui Instagram, remaja putri bersedia berkomunikasi dan melakukan *self-disclosure* dengan orang asing dan sangat mudah menerima ajakan pertemanan dari pengguna yang tidak dikenal. Kondisi-kondisi itu meningkatkan keinginan menyebarkan informasi pribadi kepada publik di Instagram yang berujung pada semakin tingginya risiko yang mungkin muncul, seperti pelanggaran privasi, kesalahpahaman, *cyberbullying* berupa hinaan, dan penyalahgunaan

informasi. Hal tersebut dapat terjadi karena remaja mudah memberikan *trust* (kepercayaan) kepada pengguna lain sehingga informasi menjadi begitu mudah disajikan (Livingstone, 2008).

Menurut Ashur (2016), *trust* yang dibentuk oleh remaja putri di *Instagram* dapat lebih terbentuk ketika remaja putri dengan pengguna lain saling membalas komentar, mengirim pesan, memberi atau mendapatkan *like*, dan interaksi-interaksi lainnya yang membuat mereka merasa dekat dan akrab. *Trust* yang terjalin antarpengguna di media sosial membuat penyelesaian masalah menjadi lebih mudah dan cepat karena mereka saling mendukung ketika mengalami kesulitan atau ketika membutuhkan sesuatu.

Siagian dan Cahyono (2014) mengungkapkan bahwa *trust* yang terbentuk pada remaja putri di *Instagram* juga dapat terjadi karena kualitas layanan yang diberikan oleh *Instagram* itu sendiri, seperti *website quality* yang terbukti berpengaruh terhadap *trust*. Tampilan yang informatif, kesan keamanan, kemudahan dalam pengoperasian, kenyamanan dalam penggunaan, serta kualitas layanan yang baik dari laman mampu meningkatkan *trust* pengguna terhadap kapabilitas atau kompetensi *Instagram* dalam memberikan layanan.

Menurut Carr (2004), *trust* dapat berkembang dari waktu ke waktu dan tingkat perkembangannya dipengaruhi oleh tingkat kelekatan. *Trust* antara remaja putri dengan pengguna lain di *Instagram* akan terus

berkembang hingga pada suatu titik tertentu *trust* tersebut memiliki risiko penolakan dan pengkhianatan dalam hubungan yang akan diterima oleh remaja putri. *Trust* juga melibatkan harapan bahwa individu lain dapat diprediksi dan dapat diandalkan serta keyakinan bahwa mereka akan terus seperti itu.

Johnson dan Johnson (2014) berpendapat tidak dipungkiri bahwa *trust* diperlukan oleh remaja putri dan merupakan aspek dalam suatu hubungan yang terjalin di *Instagram* dan secara terus-menerus berubah dengan berbagai risiko yang menyertainya. *Trust* merupakan kesediaan untuk menerima risiko terhadap akibat yang menguntungkan ataupun berbahaya. Lebih khusus lagi, *trust* melibatkan *self-disclosure* dan akan secara terbuka menerima serta mendukung individu lain.

Penelitian-penelitian sebelumnya membuktikan bahwa terdapat hubungan antara *trust* dan *self-disclosure*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ganti, Mardianto, dan Aviani (2016) yang menghasilkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *trust* dengan *self-disclosure* pada remaja pengguna media sosial seperti Facebook. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Suryani dan Nurwidawati (2016) juga menghasilkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *trust* dengan *self-disclosure*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Instagram*

pada remaja putri memiliki risiko dimana risiko-risiko tersebut timbul karena mereka terlalu mudah memberikan *trust* terhadap pengguna lain termasuk pengguna yang tidak dikenal yang membuat mereka melakukan *self-disclosure*. *Self-disclosure* yang dilakukan dengan tidak tepat oleh remaja putri di *Instagram* dapat menimbulkan banyak dampak negatif, seperti pelanggaran privasi personal, kesalahpahaman dalam relasi pertemanan, terjadinya *cyberbullying*, penyalahgunaan informasi, hingga berbagai kasus penipuan. Melalui hasil-hasil penelitian sebelumnya, dibuktikan bahwa terdapat hubungan antara *trust* dan *self-disclosure*. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hubungan *trust* dan *self-disclosure* pada remaja putri pengguna *Instagram*.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja putri pengguna media sosial. Sampel pada penelitian ini adalah remaja putri yang telah menggunakan media sosial *Instagram* selama minimal 2 tahun dan berusia 12 sampai 18 tahun dengan jumlah sampel sebanyak 88 orang. Menurut Azwar (2017), statistika menganggap jumlah sampel yang lebih dari 60 orang sudah cukup banyak. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Di dalam penelitian ini, untuk mengukur *self-disclosure* digunakan skala

self-disclosure yang disusun berdasarkan dimensi-dimensi *self-disclosure* yang dikemukakan oleh DeVito (2013), yaitu *amount*, *valence*, *accuracy and honesty*, *intention*, dan *intimacy*. Uji validitas logis (*logical validity*) dari hasil CVR (*Content Validity Ratio*) yang dilakukan pada skala *self-disclosure* ini menghasilkan seluruh aitem yang berjumlah 30 aitem baik. Koefisien reliabilitas pada skala ini sebesar 0.914.

Di dalam penelitian ini, *trust* diukur dengan menggunakan skala yang disusun berdasarkan komponen-komponen *trust* yang dikemukakan oleh Rempel, Holmes, dan Zanna (1985), yaitu *predictability*, *dependability*, dan *faith*. Uji validitas logis (*logical validity*) dari hasil CVR (*Content Validity Ratio*) yang dilakukan pada skala *trust* ini menghasilkan seluruh aitem yang berjumlah 13 aitem baik. Koefisien reliabilitas skala ini sebesar 0.796.

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis korelasi Spearman, dimana data yang akan dianalisis merupakan data yang diperoleh dari skala *self-disclosure* dan skala *trust* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 24 *for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan *trust* dan *self-disclosure* pada remaja putri pengguna *Instagram*. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah

dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *trust* dan *self-disclosure* pada remaja putri pengguna Instagram. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi yang diperoleh, yaitu sebesar 0.000 ($p < .01$) dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0.713 sehingga dinyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Nilai positif pada koefisien korelasi (R) menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi berarah positif, artinya semakin tinggi *trust* maka akan semakin tinggi pula *self-disclosure* yang dilakukan. Selain itu, koefisien korelasi (R) yang diperoleh menunjukkan bahwa hubungan positif yang dihasilkan bersifat erat atau kuat.

Individu yang sudah mengembangkan perasaan *trust* cenderung merasa nyaman dan relatif mudah terbuka dalam menginformasikan banyak hal dan informasi mengenai dirinya secara daring (Mutimukwe, Kolkowska, & Gronlund, 2019; Taddei & Contena, 2013). Studi Walsh, Forest, dan Orehek (2020) menunjukkan bahwa persepsi individu mengenai tanggung jawab dan kredibilitas media sosial yang digunakan akan mendorong pengguna media sosial tersebut untuk lebih terbuka dalam membagi informasi-informasi mengenai dirinya secara daring. Studi Bryce dan Fraser (2014) memperlihatkan bahwa generasi muda yang peduli pada persoalan keamanan privasi biasanya mengembangkan strategi keamanan sendiri dalam berinteraksi secara daring. Keamanan media sosial kemudian menjadi

salah satu hal yang dipertimbangkan sebelum membuka diri dalam media sosial.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryani dan Nurwidawati (2016) yang menjelaskan hubungan yang positif dan signifikan antara *trust* dan *self-disclosure*. Di dalam melakukan *self-disclosure* di Instagram melalui foto atau video tertentu, remaja putri akan menaruh *trust* terlebih dahulu pada individu atau pengguna lain bahwa mereka akan merespon foto atau video tersebut dengan baik sehingga remaja putri mendapatkan perhatian atau kepedulian. Sehingga semakin tinggi *trust* remaja putri terhadap pengguna lain di Instagram, maka akan semakin tinggi pula *self-disclosure* yang dilakukan. Temuan lain juga memperlihatkan bahwa jumlah pertemanan di media sosial mendorong *self-disclosure* pengguna media sosial (Chang & Heo, 2014; Xie & Kang, 2015). Padahal, ketika individu tergolong akrab dengan teman-temannya, maka semakin banyak pertemanan akan semakin banyak perhatian diberikan, dan semakin terbuka dirinya secara daring di media sosial.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Harris (1980) juga menghasilkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *trust* dan kesediaan untuk melakukan *self-disclosure*. Penelitian ini menunjukkan bahwa individu yang bersedia untuk melakukan *self-disclosure* merupakan individu yang memiliki *trust* kepada diri sendiri dan kepada individu-individu lain, terbuka untuk diri sendiri dan

bersedia untuk menunjukkan diri kepada individu lain, bersedia mengambil risiko, serta merasakan rasa memiliki yang kuat terhadap individu lain.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan kategorisasi sampel penelitian, *self-disclosure* pada remaja putri pengguna Instagram dalam penelitian ini memiliki mean empirik sebesar 68.97 yang termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan remaja putri mengungkapkan apa saja yang ingin diungkapkan di Instagram, namun remaja putri tetap memiliki kendali atas *self-disclosure* yang dilakukannya tersebut. Seperti halnya pendapat yang dikemukakan oleh DeVito (2013) bahwa individu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan dan berada dalam kendali sadar atas *self-disclosure* yang dilakukannya.

Sedangkan, *trust* pada remaja putri pengguna Instagram dalam penelitian ini memiliki mean empirik sebesar 41.97 yang termasuk dalam kategori sedang. Hal ini

menunjukkan bahwa kemungkinan remaja putri memiliki *trust* terhadap individu lain di Instagram meskipun tidak sepenuhnya atau masih memiliki keraguan. Seperti halnya pendapat yang dikemukakan oleh Winayanti dan Widiyasavitri (2016) bahwa tingkat *trust* yang sedang, menunjukkan bahwa individu memiliki keraguan terhadap hubungan dengan individu lain dan dengan individu lain itu sendiri. Namun, individu masih memiliki harapan terhadap individu lain tersebut dan memiliki keinginan untuk melanjutkan hubungan.

Di dalam konteks daring, *trust* menjadi salah satu dasar pertimbangan besar bagi individu untuk membuka dirinya, atau bahkan melajutkannya ke dalam relasi sosial yang lebih akrab. Banyak individu berusaha mengedepankan *trust* dalam membuka diri karena mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan terjadinya manipulasi psikologis dalam relasi daring berbasis media sosial yang dapat merugikan dirinya (Aimeur & Sahnoune, 2019).

Tabel 1. Mean Empirik (ME)

Skala	Mean Empirik (ME)
<i>Self-Disclosure</i>	68.97
<i>Trust</i>	41.97

Tabel 2. Deskripsi Sampel Berdasarkan Usia

Usia	N	<i>Self-Disclosure</i>		<i>Trust</i>	
		<i>Mean</i> Empirik (ME)	Kategori	<i>Mean</i> Empirik (ME)	Kategori
12 Tahun	9	76.89	Sedang	44.22	Tinggi
13 Tahun	8	60.75	Sedang	40	Sedang
14 Tahun	10	73.4	Sedang	42.9	Sedang
15 Tahun	12	69.75	Sedang	44	Tinggi
16 Tahun	16	72.25	Sedang	43.56	Sedang
17 Tahun	13	66.54	Sedang	40.54	Sedang
18 Tahun	20	64.95	Sedang	39.7	Sedang
Total	88				

Berdasarkan Tabel 2 mengenai deskripsi sampel berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa remaja putri yang berusia 12 sampai 18 tahun berada pada kategori sedang dengan nilai *mean* empirik sebesar 57.38 hingga 73.56.

Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan remaja putri melakukan *self-disclosure* yang cukup di Instagram dan cenderung ingin menunjukkan diri dengan memunggah foto atau video mengenai berbagai hal di akun Instagram mereka. Sejalan dengan ini, Ayun (2015) juga menyatakan bahwa para remaja cukup terbuka di media sosial dalam menunjukkan identitas dan daya tarik fisik mereka. Hal ini dilakukan lewat unggahan foto dan hal-hal lainnya (Bell, 2018; Boursier, Gioia, & Griffiths, 2020; Vermeulen, Vandebosch, & Heirman; 2018). Hal ini ditunjukkan dengan *self-disclosure* mereka melalui keinginan mereka untuk eksis dengan mengunggah kegiatan yang sedang mereka lakukan (baik melalui foto ataupun status) dan mengung-

kapkan permasalahan pribadi. Sedangkan, dilihat dari hasil analisis deskriptif berdasarkan data demografis usia pada *trust*, dapat diketahui bahwa remaja putri yang berusia 12 tahun berada pada kategori tinggi dengan nilai mean empirik sebesar 44.22 dan *trust* yang dimiliki oleh remaja putri yang berusia 13 sampai 18 tahun berada pada kategori sedang dengan nilai mean empirik sebesar 39.20 hingga 43.56. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan semakin bertambahnya usia pada remaja putri, maka remaja putri tersebut akan semakin selektif dalam memberikan *trust* terhadap individu lain di Instagram. Beberapa riset menyatakan bahwa salah satu faktor yang sangat mempengaruhi *trust* adalah usia individu (Kong, 2016; Muhl, 2014; Warner-Soderholm, Bertsch, & Soderholm, 2018). Usia memiliki peran mendasar dalam bagaimana memberi *trust* pada individu lain, individu dengan usia yang lebih tua akan lebih tidak mudah memberikan *trust* pada individu lain.

Tabel 3. Deskripsi Sampel Berdasarkan Kota Asal

Kota Asal	N	<i>Self-Disclosure</i>		<i>Trust</i>	
		<i>Mean</i> Empirik (ME)	Kategori	<i>Mean</i> Empirik (ME)	Kategori
Bandung	3	70.67	Sedang	41.67	Sedang
Bekasi	43	69.44	Sedang	41.42	Sedang
Cirebon	4	66	Sedang	41	Sedang
Jakarta	9	70.44	Sedang	42.11	Sedang
Kediri	3	66.33	Sedang	42.33	Sedang
Malang	5	66.40	Sedang	39,80	Sedang
Medan	6	70.17	Sedang	41.67	Sedang
Padang	2	71	Sedang	43	Sedang
Solo	4	67.75	Sedang	41.75	Sedang
Tasikmalaya	4	66	Sedang	41.75	Sedang
Yogyakarta	5	68.80	Sedang	41	Sedang
Total	88				

Tabel 4. Deskripsi Sampel Berdasarkan Lamanya Menggunakan Instagram

Lamanya Menggunakan Instagram	N	<i>Self-Disclosure</i>		<i>Trust</i>	
		<i>Mean</i> Empirik (ME)	Kategori	<i>Mean</i> Empirik (ME)	Kategori
2-3 Tahun	25	56.52	Sedang	38.68	Sedang
4-5 Tahun	34	71.82	Sedang	43.26	Sedang
> 5 Tahun	29	76.34	Sedang	43.28	Sedang
Total	88				

Berdasarkan Tabel 3 mengenai deskripsi sampel berdasarkan kota asal, dapat diketahui bahwa remaja putri yang berasal dari kota Bandung, Bekasi, Cirebon, Jakarta, Kediri, Malang, Medan, Padang, Solo, Tasikmalaya, dan Yogyakarta berada pada kategori sedang dengan nilai mean empirik sebesar 62.67 hingga 67.5. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terlihat tidak terlalu signifikan, namun kemungkinan masing-masing kota asal dengan kebudayaannya memiliki tingkat *self-disclosure* yang berbeda dilihat dari perbedaan mean empiriknya. Beberapa riset memperlihatkan perbedaan tingkat *self-disclosure* berdasarkan konteks budaya

(Boentoro & Murwani, 2018; Oghazi, Schultheiss, Chirumalla, Kalmer, & Rad, 2019). Kesiediaan setiap individu untuk melakukan *self-disclosure* berbeda antara satu dengan lainnya, hal ini bergantung pada sejauh mana ekspresi diri yang ada dalam kebudayaan dari masing-masing individu. Sedangkan, dilihat dari hasil analisis deskriptif berdasarkan data demografis kota asal pada *trust*, dapat diketahui bahwa remaja putri yang berasal dari kota Bandung, Bekasi, Cirebon, Jakarta, Kediri, Malang, Medan, Padang, Solo, Tasikmalaya, dan Yogyakarta berada pada kategori sedang dengan nilai mean empirik sebesar 39.80 hingga 43. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terlihat

tidak terlalu signifikan, namun kemungkinan masing-masing kota asal dengan kebudayaannya memiliki tingkat *trust* yang berbeda dilihat dari perbedaan mean empiriknya. Hal ini juga memberi pemahaman bahwa *trust* yang dibangun oleh remaja putri dapat dipengaruhi oleh latar belakang budaya mereka masing-masing, apalagi ketika individu bermaksud untuk membuka dirinya secara daring (Liu, Rau, & Wendler, 2015). Hal ini menegaskan bahwa *trust* merupakan perilaku yang diperlihatkan individu dalam menerima fenomena yang dilihat serta dipelajari dalam kebudayaan tempat individu tersebut berada.

Berdasarkan Tabel 4 mengenai deskripsi sampel berdasarkan lamanya menggunakan Instagram, dapat diketahui bahwa remaja putri yang telah menggunakan Instagram selama 0-1 tahun berada pada kategori rendah dengan nilai mean empirik sebesar 50.92 serta *self-disclosure* yang dimiliki oleh remaja putri yang telah menggunakan Instagram selama 2-3 tahun, 4-5 tahun, dan > 5 tahun berada pada kategori sedang dengan nilai mean empirik sebesar 54

hingga 72.86. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan semakin lama menggunakan Instagram, maka remaja putri akan semakin menjalin komunikasi dengan pengguna lain sehingga *self-disclosure* yang dilakukan remaja putri pun akan semakin meningkat. Sejalan dengan ini, Davis (2012) juga menyatakan bahwa semakin akrab hubungan individu dengan individu lain secara daring, maka individu tersebut akan semakin membuka diri, demikian pula sebaliknya.

Sedangkan, dilihat dari hasil analisis deskriptif berdasarkan data demografis lamanya menggunakan Instagram pada *trust*, dapat diketahui bahwa remaja putri yang telah menggunakan Instagram selama 0-1 tahun, 2-3 tahun, 4-5 tahun, dan lebih dari 5 tahun berada pada kategori sedang dengan nilai mean empirik sebesar 37.33 (pada remaja putri yang telah menggunakan Instagram selama 0-1 tahun) hingga 43.28 (pada remaja putri yang telah menggunakan Instagram selama lebih dari 5 tahun). Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan semakin lama menggunakan Instagram, maka *trust* remaja putri pada Instagram semakin baik.

Tabel 5. Deskripsi Sampel Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Fitur Instagram

Frekuensi Menggunakan Fitur Instagram	N	<i>Self-Disclosure</i>		<i>Trust</i>	
		<i>Mean</i> Empirik (ME)	Kategori	<i>Mean</i> Empirik (ME)	Kategori
0-2 kali	7	54.29	Sedang	37.71	Sedang
3-5 kali	29	60.17	Sedang	40.21	Sedang
6-8 kali	27	73.85	Sedang	43.15	Sedang
> 8 kali	25	78	Sedang	43.92	Sedang
Total	88				

Berdasarkan Tabel 5 mengenai deskripsi sampel berdasarkan frekuensi menggunakan fitur Instagram, dapat diketahui bahwa remaja putri yang menggunakan fitur Instagram sebanyak 0-2 kali, 3-5 kali, 6-8 kali, dan >8 kali dalam satu bulan berada pada kategori sedang dengan nilai mean empirik sebesar 51.5 (pada remaja putri yang menggunakan fitur-fitur Instagram sebanyak 0-2 kali dalam satu bulan) hingga 74.64 (pada remaja putri yang menggunakan fitur-fitur Instagram sebanyak >8 kali dalam satu bulan). Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan semakin tinggi frekuensi menggunakan fitur-fitur Instagram dalam satu bulan untuk mengekspresikan diri, maka remaja putri akan semakin sering melakukan *self-disclosure*. Seperti halnya pendapat yang dikemukakan oleh Jacqueline (2019) bahwa semakin seseorang sering mengunggah dirinya pada media sosial, maka kemungkinan individu tersebut banyak melakukan *self-disclosure*.

Sedangkan, dilihat dari hasil analisis deskriptif berdasarkan data demografis frekuensi menggunakan fitur Instagram dalam satu bulan pada *trust*, dapat diketahui bahwa remaja putri yang menggunakan fitur-fitur Instagram sebanyak 0-2 kali, 3-5 kali, 6-8 kali, dan >8 kali dalam satu bulan juga berada pada kategori sedang dengan nilai mean empirik sebesar 37.39 (pada remaja putri yang menggunakan fitur-fitur Instagram sebanyak 0-2 kali dalam satu bulan) hingga 43.92 (pada remaja putri yang menggunakan

fitur-fitur Instagram sebanyak >8 kali dalam satu bulan). Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan semakin tinggi frekuensi menggunakan fitur-fitur Instagram dalam satu bulan untuk berinteraksi dengan pengguna lain, maka remaja putri akan semakin membentuk *trust* pada pengguna tersebut. Seperti halnya pendapat yang dikemukakan oleh Chalid (2012) bahwa semakin sering berinteraksi dan terlebih dalam interaksi tersebut masing-masing pihak merasakan adanya keuntungan yang diperoleh, maka *trust* semakin menguat.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *trust* dan *self-disclosure* pada remaja putri pengguna Instagram. Maksud dari hubungan positif adalah jika *trust* yang dimiliki oleh remaja putri terhadap individu lain di Instagram semakin tinggi, maka akan semakin tinggi pula *self-disclosure* yang dilakukan oleh remaja putri tersebut di Instagram. Begitu pun sebaliknya, jika *trust* yang dimiliki oleh remaja putri terhadap individu lain di Instagram semakin rendah, maka akan semakin rendah pula *self-disclosure* yang dilakukan oleh remaja putri tersebut di Instagram.

Trust pada remaja putri pengguna Instagram dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan

bahwa kemungkinan remaja putri memiliki *trust* terhadap individu lain di Instagram meskipun tidak sepenuhnya atau masih memiliki keraguan. Selain itu, *self-disclosure* pada remaja putri pengguna Instagram dalam penelitian ini juga termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan remaja putri mengungkapkan apa saja yang ingin diungkapkan di Instagram, namun remaja putri tetap memiliki kendali atas *self-disclosure* yang dilakukannya tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka remaja putri disarankan untuk lebih selektif dalam mempercayai individu lain di Instagram dan tidak mudah memberikan informasi pribadi terutama pada individu yang tidak dikenal dengan membatasi komunikasi terhadap individu yang tidak dikenal tersebut, tidak membagikan informasi-informasi pribadi di Instagram, dan memperbanyak komunikasi bersama keluarga atau teman di dunia nyata dibandingkan di Instagram. Kemudian para orangtua disarankan untuk membimbing remaja putrinya dalam menggunakan media sosial Instagram. Selain itu, disarankan untuk peneliti-peneliti selanjutnya agar meneliti mengenai *self-disclosure* di media sosial lain pada pengguna dengan rentang usia yang berbeda dari penelitian ini agar dapat menggali lebih dalam mengenai aspek-aspek psikologis yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti kepribadian, intimasi, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aimeur, E., & Sahnoune, Z. (2019). Privacy, trust, and manipulation in online relationships. *Journal of Technology in Human Services*, 1-25. doi: 10.1080/15228835.2019.1610140
- Ashur, M. (2016). Pengaruh dukungan sosial, persepsi risiko, dan interaksi sosial terhadap kepercayaan dan niat pembelian konsumen pada media e-commerce. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 109-119.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia & Polling Indonesia. (2018). *Hasil survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia 2018*. <https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018> (diakses pada tanggal 15 September 2019).
- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. *Channel*, 3(2), 1-16.
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bell, B. T. (2019). "You take fifty photos, delete forty nine and use one": A qualitative study of adolescent image-sharing practices on social media. *International Journal of Child-Computer Interaction*. doi: 10.1016/j.ijcci. 2019.03.002

- Boentoro, R. D., & Murwani, E. (2018). Perbedaan tingkat keterbukaan diri berdasarkan konteks budaya dan jenis hubungan. *Warta ISKI, 1*(1), 41-50.
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use? *Computers in Human Behavior, 106*395. doi: 10.1016/j.chb.2020.106395
- Bryce, J., & Fraser, J. (2014). The role of disclosure of personal information in the evaluation of risk and trust in young peoples' online interactions. *Computers in Human Behavior, 30*, 299-306. doi: 10.1016/j.chb.2013.09.012
- Carr, A. (2004). *Positive psychology: The science of happiness and human strengths*. London: Routledge.
- Chalid, P. (2012). Peranan modal sosial dalam kegiatan ekonomi. *Signifikan, 1*(1), 29-44.
- Chang, C. W., & Heo, J. (2014). Visiting theories that predict college students' self-disclosure on Facebook. *Computers in Human Behavior, 30*, 79-86. doi: 10.1016/j.chb.2013.07.059
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence, 35*(6), 1527-1536. doi: 10.1016/j.adolescence.2012.02.013
- Devito, J. A. (2013). *The interpersonal communication book (13th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Enterprise, J. (2012). *Instagram untuk fotografi digital dan bisnis kreatif*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- 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.
- Ganti, L. S., Mardianto, & Aviani, Y. I. (2016). Hubungan trust pada media sosial Facebook dengan self-disclosure pada remaja. *Jurnal Psikologi, 16*(2), 1-9.
- Hargie, O. (2017). *Skilled interpersonal communication: Research, theory, dan practice (6th ed.)*. New York: Routledge.
- Harris, T. L. (1980). Relationship of self-disclosure to several aspects of trust in a group. *The Journal for Specialists in Group Work, 5*(1), 24-28.
- Irawan, E. (2017). Instagram sebagai gaya hidup masyarakat kota pekanbaru. *JOM Fisip, 4*(2), 1-14.
- Jacqueline, G. (2019). Self-disclosure individu androgini melalui Instagram sebagai media eksistensi diri. *Jurnal Studi Komunikasi, 3*(2), 272-286.
- Johnson, D., & Johnson, F. (2014). *Joining together: Group theory and group*

- skills* (11th ed.). London: Pearson Education.
- Kemp, S. (2018). *Digital in 2018: world's internet users pass the 4 billion mark*. <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (diakses pada tanggal 15 Februari 2019).
- 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. doi: 10.1016/j.paid.2016.02.073
- Liu, J., Rau, P. L. P., & Wendler, N. (2014). Trust and online information-sharing in close relationships: A cross-cultural perspective. *Behaviour & Information Technology*, 34(4), 363-374. doi: 10.1080/0144929x.2014.937458
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy, and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393-411.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.
- Morrison, P., & Burnard, P. (2008). *Caring & communicating: Hubungan interpersonal dalam keperawatan* (edisi kedua). Jakarta: EGC.
- Mutumukwe, C., Kolkowska, E., & Grönlund, A. (2019). Information privacy in e-service: Effect of organizational privacy assurances on individual privacy concerns, perceptions, trust and self-disclosure behavior. *Government Information Quarterly*, 101413. doi: 10.1016/j.giq.2019.101413
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado. *Jurnal Komunikasi*, 7(4), 1-15.
- Oghazi, P., Schultheiss, R., Chirumalla, K., Kalmer, N. P., & Rad, F. F. (2019). User self-disclosure on social network sites: A cross-cultural study on Facebook's privacy concepts. *Journal of Business Research*. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.12.006
- Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. P. (1985). Trust in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1), 95-112.
- Satrio, H. P., & Budiani, M. S. (2018). Hubungan pengungkapan diri melalui media sosial Instagram dengan makna hidup pada mahasiswa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(2), 1-5.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis website quality, trust, dan loyalty pelanggan online shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55-61.
- Suryani, A., & Nurwidawati, D. (2016). Self disclosure dan trust pada pasangan dewasa muda yang menikah dan

- menjalani hubungan jarak jauh. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 7(1), 9-15.
- Taddei, S., & Contena, B. (2013). Privacy, trust and control: Which relationships with online self-disclosure? *Computers in Human Behavior*, 29(3), 821-826. doi: 10.1016/j.chb.2012.11.022
- Vermeulen, A., Vandebosch, H., & Heirman, W. (2018). #Smiling, #venting, or both? Adolescents' social sharing of emotions on social media. *Computers in Human Behavior*, 84, 211-219. doi: 10.1016/j.chb.2018.02.022
- Walsh, R. M., Forest, A. L., & Orehek, E. (2019). Self-disclosure on social media: The role of perceived network responsiveness. *Computers in Human Behavior*, 106162. doi: 10.1016/j.chb.2019.106162
- Warner-Soderholm, G., Bertsch, A., & Soderholm, A. (2018). Data on social media use related to age, gender and trust constructs of integrity, competence, concern, benevolence and identification. *Data in Brief*, 18, 696-699. doi: 10.1016/j.dib.2018.03.065
- We Are Social & Hootsuite. (2019). *Digital 2019: Global internet use accelerates*. <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates> (diakses pada tanggal 15 September 2019).
- Winayanti, R. D., & Widiasavitri, P. N. (2016). Hubungan antara trust dengan konflik interpersonal pada dewasa awal yang menjalani hubungan pacaran jarak jauh. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(1), 10-19.
- Xie, W., & Kang, C. (2015). See you, see me: Teenagers' self-disclosure and regret of posting on social network site. *Computers in Human Behavior*, 52, 398-407. doi: 10.1016/j.chb.2015.05.059