



---

## Hubungan Antara Big Five Personality Dengan Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram

*Relationship Between Big Five Personality and Self-Disclosure in Early Adult Instagram Social Media Users*

**Putu Ayu Aninditya Saraswati**

Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, Jawa Tengah, Indonesia

Email: putuayu@gmail.com

\*Correspondence: Putu Ayu Aninditya Sarawati

---

DOI:

10.59141/comserva.v3i1.763

### **ABSTRAK**

Berkembangnya internet di era digital menjadi fenomena dunia dalam beberapa tahun terakhir ini. Tidak kalah eksistensinya, Instagram menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan oleh individu dari berbagai kalangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan signifikan antara Big Five Personality dengan Self-Disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Jumlah partisipan pada penelitian ini adalah 256 orang pengguna Instagram dengan rentang usia 18-34 tahun. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan data sampling insidental. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah Revised Self-Disclosure Scale dan Big Five Personality Inventory. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa trait extraversion, agreeableness, conscientiousness, dan neuroticism memiliki hubungan positif signifikan dengan self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Sedangkan openness to experience tidak memiliki hubungan signifikan dengan self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram.

**Kata kunci:** *Big Five Personality, Self-Disclosure; Media Instagram*

### **ABSTRACT**

*These last couple of years, the development of internet in the digital era become world phenomenon. Amongst all great platforms, Instagram is one of the top social media, which is often used within individuals from varieties of background. This research is intended to show whether there is a correlation between Big Five Personality and Self-Disclosure in early adulthood of Instagram users. In total there are 256 participants of Instagram users in the age range 18-34. This is a quantitative correlational research which is taken with incidental sampling technique. The measuring instrument used in this study were Revised Self-Disclosure Scale and Big Five Personality Inventory. As of the result in this research will show extraversion, agreeableness, conscientiousness, and neuroticism traits have a significant positive connection with self-disclosure within early adulthood of Instagram users. Although, openness to experience has no significant connection with self-disclosure within early adulthood of Instagram users.*

**Keywords:** *Big Five Personality, Self-Disclosure, Instagram*

---



---

## PENDAHULUAN

Era digital merupakan masa dimana teknologi akan terus berkembang ke arah lebih canggih yang sekiranya dapat mempermudah kegiatan sehari-hari (Rahmalah et al., 2019). Pada zaman dulu, sebagian besar informasi terbaru didapatkan melalui koran dan kirim-terima surat untuk mendapatkan kabar dari seseorang (Ngafifi, 2014). Namun di zaman yang sudah serba digital saat ini, bisa dengan mudahnya informasi terbaru didapatkan (Ngafifi, 2014). Tidak hanya itu, munculnya media sosial juga mempermudah dalam berkomunikasi dengan siapa saja bahkan dapat menjadi wadah untuk mengekspresikan diri (Fauzia et al., 2019).

Berkembangnya internet di era digital menjadi fenomena dunia dalam beberapa tahun terakhir ini, termasuk di Indonesia (Sari, 2019). Dikutip oleh Kompas.com, Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pengguna internet sudah mencapai 210 juta jiwa dengan kenaikan sebanyak 3,32% pengguna dari tahun 2020. Naiknya jumlah pengguna internet nyatanya juga mempengaruhi kenaikan pengguna media sosial di Indonesia. Diliput oleh DataIndonesia.id, mengungkapkan bahwa terdapat 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia dengan kenaikan jumlah mencapai 12,35% dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Indonesia, 2022). Data pengguna tersebut merupakan hasil dari pengguna Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, dan media sosial lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rizkia, 2017) bahwa Instagram menjadi aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan, maka dari itu penelitian ini berfokus pada media sosial Instagram. Kemudian hasil data yang dilansir oleh DataIndonesia.id, pengguna aktif bulanan Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022 dengan pengguna Indonesia sebanyak 99,9 juta orang (Indonesia, 2022). Jika dikategorikan berdasarkan usia, pengguna Instagram terbanyak adalah individu dewasa awal yang datanya mencapai persentase 61,7% dengan rentang usia 18-34 tahun (Rizaty, 2022). Setiap individu pengguna media sosial Instagram memiliki caranya masing-masing untuk menggunakan dan mengelola akunnya (Ardiansah & Maharani, 2021). *Content creator* secara sederhana dapat diartikan sebagai orang yang suka membuat konten dan disebar pada platform media sosial yang individu miliki, baik dalam bentuk foto maupun video (Kurniawan & Gabriella, 2020). Kemudian penikmat konten, individu memiliki media sosial hanya untuk sekedar mencari hiburan untuk dirinya dengan melihat konten-konten yang tersedia di Instagram (Rarasingtyas & Maturbongs, 2019).

Perbedaan cara menggunakan Instagram oleh beberapa individu dapat dilihat dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti. Peneliti melakukan wawancara kepada 3 individu yang suka membuat konten dan 3 individu yang cenderung menjadi penikmat konten. Pada subjek pembuat konten, individu cenderung lebih suka membagikan momen kebahagiaannya di media sosial. Selain itu individu juga mengatakan bahwa dengan membuat konten dan mengunggah momen-momen di media sosial dapat menjadi kenang-kenangan untuk mereka sendiri. Kemudian ada pun individu yang mengatakan dengan mengunggah mengenai dirinya di media sosial, mereka dapat lebih mengekspresikan diri melalui video atau foto yang mereka unggah. Selain itu ada juga individu yang suka membagikan keluh kesahnya di media sosial dengan anggapan mereka sudah seperti langsung bercerita kepada teman-temannya. Sedangkan untuk subjek penikmat konten, ada individu cenderung lebih suka melihat momen orang lain dibandingkan membagikan momennya kepada orang lain. Hal ini dikarenakan mereka merasa tidak biasa “membuka” diri mereka melalui media sosial, walaupun saat mereka merasa sangat bahagia. Selain itu, mereka juga mengatakan bahwa ada rasa tidak percaya diri, malu bahkan tidak nyaman untuk mengungkapkan atau mengunggah momen, opini, atau perasaan mereka di media sosial.

Pengungkapan atau keterbukaan diri biasanya dilakukan untuk membina relasi dengan orang lain, namun juga dapat berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai diri kita kepada orang lain. Menurut (Tang et al., 2013), *self disclosure* merupakan sebuah proses pengungkapan mengenai diri sendiri kepada orang lain serta termasuk dalam aspek penting dari komunikasi interpersonal agar memiliki hubungan yang akrab. Dalam melakukan *self disclosure*, hal yang sekiranya diungkapkan adalah karakteristik individu, komunikasi interpersonal, dan pengelolaan emosi yang meliputi kesetiaan, kepercayaan, rasa cinta, kejujuran, dan kedalaman hubungan (Kwak et al., 2014). Sesuai dengan yang dikatakan oleh (Gainau, 2019) bahwa keterbukaan diri membantu diri untuk berkomunikasi dengan orang lain, meningkatkan kepercayaan diri, dan membuat hubungan menjadi lebih dekat atau akrab. Selain itu, (Munthe, 2022) juga mengungkapkan bahwa keterbukaan diri adalah salah satu bentuk komunikasi dalam pemberian informasi diri kepada orang lain yang dapat berupa opini, perasaan, kepercayaan, dan lain sebagainya.

Setiap kali membagikan informasi diri kepada orang lain, adanya resiko yang ditanggung oleh setiap individu pengguna Instagram adalah hal yang pasti terjadi (Larasati, 2021). Baik dalam membagi informasi positif maupun negatif, individu harus siap menghadapi respon dari orang lain yang melihat atau mengetahui informasi tersebut (Larasati, 2021). Respon-respon dari orang lain terkadang dapat menjadi pertimbangan seseorang untuk mengunggah sesuatu di media sosialnya (Afifah & Puspaningrum, 2017). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 5 individu pengguna Instagram, terdapat 2 tipe individu dalam hal ini, yaitu pertama, terdapat individu yang memang suka mengunggah apapun di Instagramnya tanpa menggubris jika ada komentar atau respon dari orang lain karena hal yang ia inginkan hanya untuk mengekspresikan dirinya melalui Instagram. Kedua, ada individu yang sangat memikirkan nantinya akan bagaimana respon orang lain terhadap dirinya yang membuatnya berpikir berkali-kali untuk mengunggah sesuatu di Instagram untuk mengungkapkan diri. Hasil ini selaras dengan pernyataan (Chen et al., 2016) bahwa terjadinya pengungkapan diri disebabkan karena adanya kepercayaan diri yang cukup tinggi dan kemampuan untuk tidak mempedulikan tanggapan orang lain.

Dalam proses pengungkapan diri, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut (Shidiq, 2022) mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri adalah jumlah pendengar, topik, budaya, kepribadian, dan jenis kelamin. Salah satu faktor pengungkapan diri yaitu kepribadian telah beberapa kali diteliti oleh beberapa ahli yang menghasilkan beberapa macam klasifikasi untuk kepribadian, salah satunya adalah *big five personality*. Kategorisasi ciri kepribadian ini pertama kali dikemukakan oleh Goldberg (Hampan, 2019).

Pemilihan nama *Big Five Personality* sendiri berfungsi untuk menyampaikan bahwa dari ribuan ciri kepribadian yang ada, ciri-ciri tersebut dikelompokkan ke dalam lima himpunan besar yang disebut dengan dimensi/*trait* kepribadian (Ramdhani, 2012). Sesuai dengan namanya, *big five personality* memiliki lima *traits* kepribadian, yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experience* (Prasetyaningrum & Rahma, 2015). Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Meiza, 2018) menyatakan bahwa variabel *big five* dapat digunakan sebagai alat pembeda yang kompleks dalam melihat perilaku, sikap, perasaan, dan pola pikir individu yang beragam.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Chen et al., 2016) mengangkat topik mengenai penggunaan media sosial oleh mahasiswa di China menunjukkan bahwa adanya hubungan *self-disclosure* dengan *big five personality*. Hasil dari penelitiannya menyampaikan bahwa *extraversion* memiliki hubungan yang signifikan pada keterbukaan diri di media sosial, sedangkan *neuroticism* tidak terlalu berpengaruh pada keterbukaan diri. Selain itu, terdapat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Purnamasari, 2016) yang mengangkat topik mengenai pengaruh *trait big five*, *privacy concern*, dan variabel demografi terhadap *self-disclosure* remaja pengguna media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *trait extraversion* dan *neuroticism* memiliki hubungan yang signifikan dengan

keterbukaan diri pada dewasa awal pengguna media sosial, sedangkan *trait agreeableness*, *conscientiousness*, dan *openness to experience* tidak memiliki hubungan yang signifikan. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh (Hikmah, 2017) yang mengangkat topik hubungan kepribadian *big five* dengan pengungkapan diri secara *online* pengguna media sosial memaparkan hasil yang cukup berbeda. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa *trait* yang memiliki hubungan signifikan dengan keterbukaan diri hanyalah *openness to experience*, sedangkan *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness* dan *neuroticism* tidak menunjukkan hubungan yang signifikan.

Setiap individu pengguna media sosial Instagram memiliki caranya masing-masing untuk menggunakan dan mengelola akunnya (Ardiansah & Maharani, 2021). Berkembangnya inovasi fitur-fitur yang diberikan Instagram, membuat pilihan pengguna untuk mengunggah foto atau video semakin bertambah (Ardiansah & Maharani, 2021). Pengungkapan diri memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya, salah satunya adalah kepribadian (Abdurrahman et al., 2021). Hal tersebut dapat diartikan bahwa kepribadian seseorang dapat mempengaruhi cara individu mengelola media sosialnya. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti terkait hubungan antara *big five personality* dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Dalam penelitian ini partisipan berfokus pada dewasa awal dengan rentang usia 18-34 tahun pengguna media sosial Instagram karena sesuai data oleh (Rizaty, 2022) dewasa awal merupakan pengguna media sosial terbanyak di Instagram. Selain itu, pemilihan Instagram sebagai aplikasi media sosial yang digunakan pada penelitian ini karena Instagram merupakan aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia (We Are Social, 2022). Kemudian, dengan fitur-fitur dan fasilitas yang diberikan Instagram kepada penggunanya membuat segala informasi lebih mudah diakses dan tersebar (Cahyani & Fitriyani, 2021).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan desain korelasional sebagai tujuan untuk mengetahui hubungan antara *big five personality* dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram.

Populasi untuk penelitian ini berfokus pada para pengguna media sosial Instagram. Karakteristik partisipan pada penelitian ini adalah individu dewasa awal dan minimal memiliki 1 akun Instagram yaitu para pengguna dengan rentang usia antara 18-34 tahun karena rentang usia tersebut dinyatakan menjadi pengguna media sosial Instagram terbanyak di Indonesia dan sebagai bukti individu memakai aplikasi Instagram. Selain itu, karakteristik partisipan juga merupakan individu yang menggunakan Instagram setiap harinya dan minimal menggunakan Instagram 1 jam dalam sehari sebagai bukti serta patokan bahwa partisipan aktif menggunakan media sosial Instagram. Lalu, karakteristik lain yang juga diperlukan adalah partisipan yang cenderung menggunakan Instagram untuk mencari hiburan, baik suka melihat konten orang lain ataupun mengunggah konten sendiri. Kemudian untuk teknik sampling penelitian, peneliti menggunakan sampling insidental yang merupakan teknik untuk menentukan sampel secara kebetulan, siapa saja yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan bila orang yang ditemui tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018).

Maka dari itu, karakteristik partisipan pada penelitian ini adalah:

1. Pengguna media sosial Instagram
2. Usia 18-34 tahun
3. Memiliki minimal 1 akun Instagram
4. Suka mencari hiburan di Instagram, baik menikmati konten orang lain atau membuat konten sendiri
5. Menggunakan Instagram setiap hari dengan durasi minimal 1 jam per hari

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

---

### Orientasi Kacah Penelitian & Pengumpulan Data Penelitian

Partisipan penelitian ini berfokus pada individu dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Pengambilan sampel bermula dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada teman-teman sekitar peneliti yang sekiranya masuk dalam kriteria. Lalu penyebaran juga dilakukan melalui unggahan media sosial peneliti dan bantuan teman-teman peneliti yang juga ikut menyebarkan kepada teman-teman lainnya dengan memastikan bahwa partisipan yang mengisi kuesioner sudah sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Penyebaran kuesioner mulai dilakukan pada tanggal 8 Maret 2023 sampai 22 Maret 2023. Kendala yang dirasakan selama pengambilan data adalah mengumpulkan partisipan dengan jumlah yang banyak karena butuh waktu cukup lama untuk menyebarkan kuesioner.

### Partisipan Penelitian

Partisipan pada penelitian ini terkumpul sebanyak 256 individu dewasa awal pengguna media sosial Instagram, baik penikmat konten ataupun pembuat konten. Kriteria partisipan dalam penelitian ini adalah dewasa awal dengan rentang usia 18-34 tahun yang menggunakan media sosial Instagram. Selain itu, partisipan juga minimal menggunakan Instagram minimal 1 jam per hari sebagai bukti bahwa Instagram adalah tempat individu mencari hiburan, baik pengguna yang suka membuat konten ataupun yang lebih suka menikmati konten orang lain. Data demografis yang dicantumkan oleh peneliti, sebagai berikut:

**Tabel 1. Data Demografis**

Variabel	Kategori	Persentase	Jumlah Responden
Jenis kelamin	Laki-Laki	24.5%	63
	Perempuan	75.5%	193
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>256</b>
Status Pernikahan	Belum Menikah	85.2%	218
	Menikah	14.8%	38
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>256</b>
Usia	18	3.1%	8
	19	2.3%	6
	20	8.9%	23
	21	34.2%	87
	22	20.6%	53
	23	4.3%	11
	24	2.3%	6
	25	3.1%	8
	26	2.7%	7
	27	5.1%	13
	28	0.8%	2
	29	1.6%	4
	30	1.9%	5
	31	2.7%	7
	32	4.3%	11
	33	1.2%	3
	34	0.8%	2
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>256</b>
Durasi	1 jam	31.1%	80
	2 jam	22.2%	57

	>2 jam	46.7%	119
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>256</b>
Pendidikan Terakhir	SMA	61.5%	157
	Sarjana (S1)	32.7%	84
	Sarjana (S2)	5.8%	15
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>256</b>
Pengguna Instagram	Pembuat Konten	7%	18
	Penikmat Konten	93%	238
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>256</b>

**Hasil Statistik Deskriptif**

**Tabel 2. Descriptive Statistic**

	N	Mean	SD	Min	Max
<i>Self-Disclosure</i>	256	52.56	7.148	32	72
<i>Big Five Personality</i>	256	98.73	12.489	65	138

Berdasarkan 2 deskriptif statistik, terlihat skor empirik yang diperoleh oleh skala *self-disclosure* paling rendah adalah 32 dan skor paling tinggi adalah 72, sedangkan untuk rata-rata skor adalah 52.56 dan standar deviasi adalah 7.148. Kemudian untuk skala *big five personality* memperoleh skor paling rendah adalah 65 dan skor paling tinggi adalah 138, sedangkan untuk rata-rata skor adalah 98.75 dan standar deviasi adalah 12.49.

Dengan begitu, norma kategorisasi hasil pengukuran skala *self-disclosure* dan skala *big five personality* sebagai berikut:

**Tabel 3. Kategorisasi Pengukuran Skala *Self-Disclosure* dan *Big Five Personality***

Skala	No	Interval	Kategori	N	Persentase
<i>Self-disclosure</i> pengguna Media Sosial Instagram	1	$45.41 < X$	Rendah	41	18.8%
	2	$45.41 \leq X \leq 59.71$	Sedang	177	66.3%
	3	$59.71 \leq X$	Tinggi	38	14.9%
<b>Jumlah</b>				<b>256</b>	<b>100%</b>
<i>Big Five Personality</i>	1	$86.26 < X$	Rendah	61	23.8%
	2	$86.26 \leq X \leq 111.24$	Sedang	166	64.8%
	3	$111.24 \leq X$	Tinggi	29	11.3%
<b>Jumlah</b>				<b>256</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 3 kategorisasi pengukuran skala, menunjukkan bahwa 41 dewasa awal memiliki skor *self-disclosure* yang berada di kategori rendah dengan persentase 18.8%, 177 dewasa awal mendapatkan skor *self-disclosure* yang berada di kategori sedang dengan persentase 66.3%, dan 38 dewasa awal memperoleh skor *self-disclosure* yang berada di kategori tinggi dengan persentase 14.9%. Kemudian untuk *big five personality* menunjukkan bahwa 61 dewasa awal memperoleh skor yang berada di kategori rendah dengan persentase 23.8%, 166 dewasa awal memiliki skor yang berada

di kategori sedang dengan persentase 64.8%, dan 29 dewasa awal mendapatkan skor yang berada pada kategori tinggi dengan persentase 11.3%.

**Hasil Uji Asumsi**

Uji asumsi yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

	<i>Self-Disclosure</i>	<i>Extraversion</i>
Test Statistic	.046	.071
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>	.003 <sup>c</sup>
	<i>Self-Disclosure</i>	<i>Agreeableness</i>
Test Statistic	.046	.112
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>	.000 <sup>c</sup>
	<i>Self-Disclosure</i>	<i>Conscientiousness</i>
Test Statistic	.046	.089
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>	.000 <sup>c</sup>
	<i>Self-Disclosure</i>	<i>Neuroticism</i>
Test Statistic	.046	.064
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>	.012 <sup>c</sup>
	<i>Self-Disclosure</i>	<i>Openness</i>
Test Statistic	.046	.092
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>	.000 <sup>c</sup>

Berdasarkan tabel 4. hasil uji normalitas, dapat dilihat bahwa skala *self-disclosure* memperoleh skor 0.46 dengan signifikansi sebesar 0.2 ( $p > 0.05$ ), sedangkan untuk *trait big five personality* yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism* dan *openness to experience* memperoleh skor secara berturut-turut adalah 0.71 ( $\text{sig}=0.003$ ), 0.112 ( $\text{sig}=0.000$ ), 0.089 ( $\text{sig}=0.000$ ), 0.064 ( $\text{sig}=0.012$ ), dan 0.092 ( $\text{sig}=0.000$ ). Berdasarkan hasil uji yang diperoleh, *self-disclosure* dengan *trait big five personality* tidak memiliki nilai distribusi normal karena nilai signifikansi atau probabilitas ( $p$ ) tidak lebih besar dari 0.05.

Selanjutnya, untuk hasil uji linearitas terdapat 5 hasil uji yang sudah dilakukan sesuai aspek yang dimiliki *trait big five personality* yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness*. Hasil uji linieritas *self-disclosure* dengan *extraversion* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5. Hasil Uji Linearitas**

Variabel	F	Sig.	Keterangan
<i>Self-Disclosure – Extraversion</i>	1.089	0.365	Hubungan Linear
<i>Self-Disclosure – Agreeableness</i>	1.877	0.038	Hubungan Tidak Linear
<i>Self-Disclosure – Conscientiousness</i>	0.61	0.82	Hubungan Linear
<i>Self-Disclosure – Neuroticism</i>	0.699	0.818	Hubungan Linear
<i>Self-Disclosure – Openness</i>	0.532	0.936	Hubungan Linear

Dari tabel 5. Hasil uji linearitas, menunjukkan bahwa skala *self-disclosure* dengan *extraversion*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experience* memiliki hubungan linear, sedangkan *self-disclosure* dengan *agreeableness* tidak memiliki hubungan linear. Tabel di atas juga menunjukkan skor  $F_{\text{beda}}$  dan signifikansi, yaitu *extraversion* 1.089 ( $\text{sig}=0.365$ ), *agreeableness* 1.877 ( $\text{sig}=0.038$ ),

*conscientiousness* 0.61 (sig=0.82), *neuroticism* 0.699 (sig=0.818), dan *openness to experience* 0.532 (sig=0.936).

### Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis antara variabel *self-disclosure* dengan *trait big five personality* dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

**Tabel 6. Self-Disclosure – Extraversion**

Variabel	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Self-Disclosure – Extraversion</i>	0.460	0.000	Hubungan Positif Signifikan
<i>Self-Disclosure – Agreeableness</i>	0.273	0.000	Hubungan Positif Signifikan
<i>Self-Disclosure – Conscientiousness</i>	0.239	0.000	Hubungan Positif Signifikan
<i>Self-Disclosure – Neuroticism</i>	0.361	0.000	Hubungan Positif Signifikan
<i>Self-Disclosure – Openness</i>	0.088	0.081	Tidak Memiliki Hubungan

Berdasarkan tabel 6. *Self-disclosure*, hasil hipotesis antara *trait extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram merupakan memiliki hubungan positif signifikan dengan nilai *Pearson's Correlation* berturut-turut adalah 0.460 (sig=0.000), 0.273 (sig=0.000), 0.239 (sig=0.000), dan 0.361 (sig=0.000). Sedangkan antara *trait openness to experience* dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram memperoleh hasil tidak memiliki hubungan signifikan dengan nilai *Pearson's Correlation* adalah 0.088 (sig=0.081).

### Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti menguji korelasi *self-disclosure* dengan *big five personality* yang terdiri dari 5 *trait* yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experience*. Dari hasil uji korelasi diketahui bahwa *trait extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* memiliki korelasi positif signifikan dengan *self-disclosure* dengan angka korelasi berturut-turut adalah  $r=0.460$  (sig=0.000),  $r=0.273$  (sig=0.000),  $r=0.239$  (sig=0.000), dan  $r=0.361$  (sig=0.000). Sementara itu, *trait openness to experience* tidak memiliki korelasi signifikan dengan *self-disclosure* dengan angka korelasi adalah  $r=0.088$  (sig=0.81). Hasil korelasi penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hikmah, 2017) karena penelitiannya menyatakan bahwa hanya *trait openness to experience* yang memiliki hubungan positif signifikan terhadap *self-disclosure* di media sosial, sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya *trait openness to experience* yang tidak memiliki hubungan signifikan terhadap *self-disclosure*. Kemudian terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Purnamasari, 2016) yang menyampaikan bahwa hanya *trait extraversion* dan *neuroticism* yang memiliki hubungan yang signifikan dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial. Namun adanya perbedaan karena hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *agreeableness* dan *conscientiousness* juga memiliki hubungan positif signifikan dengan *self-disclosure* dewasa awal pengguna media sosial Instagram.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *extraversion* memiliki hubungan positif signifikan dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram ( $r=0.460$ , sig=0.000). Hal ini dikarenakan *extraversion* tercermin dalam tingkat sosialisasi yang tinggi, ketegasan, dan banyak bicara (Chen et al., 2016). Maka dari itu, individu dengan *extraversion* tinggi cenderung mudah melakukan perilaku *self-disclosure* karena individu dapat menggunakan media sosial Instagram untuk berinteraksi dengan orang lain, membagikan pengalamannya, dan memperluas jaring pertemanan (Utami & Hamdan, 2021).

Kemudian untuk hasil pengujian *trait agreeableness* menunjukkan bahwa memiliki hubungan positif signifikan dengan *self-disclosure* dewasa awal pengguna media sosial Instagram ( $r=0.273$ ,  $sig=0.000$ ). Hal ini dikarenakan *agreeableness* identik dengan sikap ramah, ketulusan dalam berbagi, dan kelembutan dalam perasaan (Ramdhani, 2012). Maka dari itu, individu dengan *agreeableness* tinggi cenderung memiliki perilaku *self-disclosure* yang tinggi karena sikap dasar individu yang ramah, mudah menerima, dan mudah percaya membuat mereka mudah merasa aman untuk mengungkapkan dirinya di media sosial Instagram.

Selanjutnya untuk hasil pengujian *trait conscientiousness* menunjukkan bahwa memiliki hubungan positif signifikan dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram ( $r=0.239$ ,  $sig=0.000$ ). Hal ini dikarenakan *conscientiousness* identik dengan sosok yang disiplin diri, terarah, memiliki kesadaran yang tinggi, dan bertanggung jawab (Stieger et al., 2020). Maka dari itu, individu dengan *conscientiousness* tinggi cenderung melakukan *self-disclosure* di media sosial Instagram karena sikapnya yang bertanggung jawab dan memiliki kesadaran yang tinggi, individu akan selalu berhati-hati memilah informasi yang akan disebar dan dapat bertanggung jawab tentang informasi tersebut.

Lalu untuk hasil pengujian yang diperoleh *trait neuroticism* menunjukkan bahwa memiliki hubungan positif signifikan dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram ( $r=0.361$ ,  $sig=0.000$ ). Hal ini dikarenakan *neuroticism* identik dengan individu yang memiliki emosi negatif seperti tegang, khawatir, dan takut (Ramdhani, 2012). Maka dari itu, individu dengan *neuroticism* cenderung melakukan *self-disclosure* di media sosial Instagram sebagai kompensasi untuk mengatasi emosi negatif yang individu rasakan.

Kemudian untuk hasil pengujian yang diperoleh *trait openness to experience* menunjukkan bahwa tidak memiliki hubungan dengan *self-disclosure* dewasa awal pengguna media sosial Instagram ( $r=0.088$ ,  $sig=0.081$ ). Hal ini dikarenakan individu dengan *trait openness to experience* tinggi ataupun rendah tidak memiliki perbedaan yang signifikan dalam *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Pernyataan ini juga sesuai dengan hasil penelitian milik (Hollenbaugh & Ferris, 2014) yang menyatakan bahwa *trait openness to experience* bukan predictor langsung untuk *self-disclosure*.

Dari hasil penelitian di atas, dapat dikatakan bahwa adanya hubungan antara *big five personality* dengan *self-disclosure* dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Penelitian ini menghasilkan penemuan baru dimana terdapat 4 *trait big five personality* yang memiliki hubungan positif dengan *self-disclosure* dewasa awal pengguna media sosial, yaitu: *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism*. Sedangkan *trait openness to experience* tidak memiliki hubungan dengan *self-disclosure* dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Sehingga dapat dilihat bahwa semakin tinggi *trait extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* individu, maka semakin besar juga kecenderungan individu untuk melakukan perilaku *self-disclosure* di media sosial Instagram, begitupun sebaliknya. Namun tidak dengan *trait openness to experience* individu yang tidak memiliki hubungan signifikan dengan perilaku *self-disclosure*. Tidak dapat dipungkiri, adanya keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu kurang dapat menyebarkan lebih luas ke seluruh kepulauan di Indonesia dan durasi waktu pengumpulan data yang cukup lama bagi peneliti untuk mendapatkan responden dalam penelitian ini.

## **SIMPULAN**

---

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan dan menunjukkan bahwa adanya hubungan *big five personality* dengan *self-disclosure* pada pengguna media sosial Instagram. Hal ini didasari oleh hasil korelasi yang dilakukan antara trait extraversion, agreeableness, conscientiousness, dan neuroticism yang menyatakan memiliki hubungan positif signifikan dengan self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Sedangkan trait openness to experience tidak memiliki hubungan signifikan dengan self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurrahman, A. G., Putri, C. N. D., & Irwansyah, I. (2021). Implementasi Teori Penetrasi Sosial pada Pengguna Aplikasi Tinder. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 24–38.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press.
- Cahyani, E. N., & Fitriyani, E. (2021). Analisis Instagram Sebagai Social Media Marketing Di Industri Perhotelan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 29–46.
- Chen, X., Pan, Y., & Guo, B. (2016). The influence of personality traits and social networks on the self-disclosure behavior of social network site users. *Internet Research*, 26(3), 566–586.
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh tipe kepribadian terhadap self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial instagram di kota bandung. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), 151–160. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Gainau, M. B. (2019). Self-disclosure effect on cultural context of Papuan teenagers. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 62–70.
- Hampan, M. Y. (2019). *Tipe Kepribadian Big Five Sebagai Prediktor Kecanduan Internet*. UNIVERSITAS BOSOWA.
- Hikmah, N. U. R. M. (2017). *Hubungan Kepribadian Big Five Dengan Pengungkapan Diri Secara Online Pengguna Media Sosial*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2014). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior*, 30, 50–58.
- Indonesia, D. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Kwak, K. T., Choi, S. K., & Lee, B. G. (2014). SNS flow, SNS self-disclosure and post hoc interpersonal relations change: Focused on Korean Facebook user. *Computers in Human Behavior*, 31, 294–304.
- Larasati, W. (2021). *Pembentukan Self-esteem Pada Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Meiza, A. (2018). Sikap toleransi dan tipe kepribadian big five pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(1), 43–58.
- Munthe, M. (2022). Improving Students' self Disclosure Skills Through Johari Window Technique. *Jurnal Scientia*, 11(02), 736–742.

- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>
- Prasetyaningrum, S., & Rahma, F. O. (2015). Kepribadian terhadap gaya kelekatan dalam hubungan persahabatan. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2), 153–168.
- Purnamasari, I. (2016). *Pengaruh trait kepribadian big five, privacy concern, dan variabel demografi terhadap self-disclosure remaja pengguna media sosial*. Jakarta: Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah.
- Rahmalah, P. Z., Astuti, P., Pramessetyaningrum, L., & Susan, S. (2019). Pengaruh Penggunaan Gadget Terhadap Pembentukan Karakter Anak Usia Dini. *Prosiding Seminar Nasional Lppm Ump*, 1, 302–310.
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan budaya dari skala kepribadian big five. *Jurnal Psikologi*, 39(2), 189–205.
- Rarasingtyas, I. I., & Maturbongs, Y. H. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat Human Capital Management PT XYZ Lokasi Kerja Kantor Pusat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 5(1), 123–149.
- Rizaty, M. (2022). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*.
- Rizkia, C. (2017). *Geser Facebook, Instagram jadi Sosmed paling Favorit di Indonesia*.
- Shidiq, N. A. N. (2022). *Big Five Personality dan Keterbukaan Diri pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial*. Universitas Islam Indonesia.
- Stieger, M., Wepfer, S., Rügger, D., Kowatsch, T., Roberts, B. W., & Allemand, M. (2020). Becoming more conscientious or more open to experience? effects of a two-week smartphone-based intervention for personality change. *European Journal of Personality*, 34(3), 345–366.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Tang, N., Bensman, L., & Hatfield, E. (2013). Culture and sexual self-disclosure in intimate relationships. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 7(2), 227–245.
- Utami, M. K., & Hamdan, S. R. (2021). Kajian Five-Factor Model dalam Bermain Media Sosial. *Prosiding Psikologi*, 263–265.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).