



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 6166-6172

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Hubungan Tipe Kepribadian *Agreeableness* dengan *Self Disclosure* di Dalam Media Sosial Pada Dewasa Awal

Alvino Diri Kamulyan<sup>1✉</sup>, Dewita Karema Sarajar<sup>2</sup>

Universitas Kristen Satya Wacana

Email: [alvinkamulyan@gmail.com](mailto:alvinkamulyan@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji hubungan antara kepribadian *Agreeableness* dan *Self disclosure* di media sosial pada dewasa awal. Menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan 152 partisipan berusia 18-25 tahun yang aktif menggunakan Instagram dan TikTok. Data dikumpulkan melalui skala *Agreeableness* (McCrae & Costa) dan skala *Self disclosure* (De Vito). Hasil analisis korelasi Spearman menunjukkan hubungan positif signifikan antara *Agreeableness* dan *Self disclosure* ( $r = 0.630$ ,  $p < 0.001$ ), dengan kontribusi 39.69%. Mayoritas responden memiliki tingkat *Agreeableness* (38.8%) dan *Self disclosure* (67.8%) dalam kategori sedang. Temuan mengimplikasikan bahwa individu dengan tingkat *Agreeableness* tinggi cenderung lebih terbuka dalam berbagi diri di media sosial, namun tetap perlu mempertimbangkan keseimbangan antara keterbukaan dan privasi dalam berinteraksi online.

Kata Kunci: *Agreeableness*, *Personality*, *Self Disclosure*, *Sosial Media*, *Dewasa Awal*

## Abstract

Social media has become a primary platform for self-expression, yet individual differences in personality traits may influence disclosure behaviors. This study examined the relationship between agreeableness personality type and self disclosure on social media among young adults. A quantitative correlational study was conducted with 152 participants aged 18-25 years who were active users of Instagram and TikTok. Data were collected using the Agreeableness scale based on McCrae and Costa's dimensions and the Self Disclosure scale based on De Vito's dimensions. Spearman correlation analysis revealed a significant positive relationship between agreeableness and self disclosure ( $r = 0.630$ ,  $p < 0.001$ ), with agreeableness contributing 39.69% to self disclosure variance. Most respondents showed moderate levels of agreeableness (38.8%) and self disclosure (67.8%). The findings suggest that individuals with higher agreeableness tend to engage more in self disclosure on social media, highlighting the importance of balancing openness and privacy in online interactions.

*Keywords: Agreeableness, Personality, Self Disclosure, Social Media, Young Adults*

## PENDAHULUAN

Media sosial telah berevolusi menjadi platform interaktif yang memungkinkan komunikasi interpersonal antara individu (Hapsari, 2020). Awalnya difungsikan sebagai sarana bertukar pesan, media sosial kini menjadi media ekspresi diri yang digunakan untuk mengungkapkan emosi dan perasaan personal. Seiring perkembangan teknologi, media sosial pun terus bertransformasi, memperluas fungsinya tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang representasi diri dan pencarian dukungan sosial. Hal tersebut dilakukan melalui berbagai fitur seperti status, cerita, unggahan foto, dan video, pengguna dapat melakukan self disclosure atau pengungkapan diri yakni komunikasi interpersonal yang melibatkan penyampaian informasi pribadi serta kondisi emosional kepada orang lain (Hapsari, 2020).

Dalam konteks perkembangan psikososial, individu yang berada pada masa dewasa awalyakni pada rentang usia 18 hingga 40 tahun mengalami berbagai tantangan adaptif yang menuntut penyesuaian terhadap peran sosial baru, seperti menjadi pasangan hidup, orang tua, maupun pencari nafkah (Hurlock, 1999). Pada tahap ini, individu menghadapi tekanan emosional yang cukup signifikan, sehingga dukungan sosial menjadi kebutuhan penting. Studi Hootsuite dan We Are Social (2023) menunjukkan bahwa 98,7% pengguna internet di Indonesia berusia 16–64 tahun aktif menggunakan media sosial, dengan pengguna terbanyak pada rentang usia 20–25 tahun. Data ini menggarisbawahi pentingnya media sosial dalam kehidupan dewasa awal. Survei We Are Social (2022) mencatat bahwa terdapat 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia, dengan rata-rata penggunaan

mencapai 3 jam 17 menit per hari. Pada Januari 2024, WhatsApp dan Instagram tercatat sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh pengguna usia dewasa awal, masing-masing sebesar 90,9% dan 81,6% (Annur, 2024).

Fase dewasa awal ini merupakan fase kritis dalam siklus hidup individu, yang ditandai dengan pencarian identitas sosial dan eksistensi diri. Self disclosure menjadi sarana strategis untuk memenuhi kebutuhan tersebut, terutama dalam membangun kedekatan emosional dan mendapatkan dukungan sosial dengan demikian melalui media sosial, individu pada masa ini cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan pengalaman pribadi (Ratnasari, 2021). Menurut Jourard (1971) juga menjelaskan bahwa *self disclosure* merupakan ekspresi otentik individu terhadap dirinya sendiri dan orang lain, yang mencakup pikiran, perasaan, dan nilai-nilai pribadi.

Tipe kepribadian *Agreeableness*, atau yang sering disebut sebagai kebaikan hati, menjadi variabel penting dalam perilaku pengungkapan diri di media sosial. Individu dengan tingkat *Agreeableness* yang tinggi cenderung memiliki sifat empatik, mudah memaafkan, dan suka menolong (McCullough, 2001), sehingga mereka lebih mudah mempercayai orang lain dan bersedia untuk membuka diri. Penelitian Al Azis dan Irwansyah (2021) menunjukkan adanya hubungan positif antara *Agreeableness* dan self disclosure dalam interaksi sosial, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Untuk memahami lebih lanjut dalam penelitian ini, peneliti melakukan pemetaan fenomena pada 19 responden dewasa muda, ditemukan bahwa sebanyak 64,42% responden lebih memilih mengungkapkan pengalaman dan perasaan mereka kepada individu yang memiliki kedekatan emosional. Selain faktor relasi, situasi dan konteks juga menjadi pertimbangan utama. Responden cenderung lebih terbuka ketika merasa pengungkapan diri mereka memiliki urgensi atau relevansi terhadap pengalaman yang sedang atau telah mereka alami. Adanya kekhawatiran untuk tidak dianggap membandingkan masalah pribadi dengan orang lain juga mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan self disclosure di media sosial. Dengan kata lain, kedekatan hubungan sosial dan konteks emosional menjadi penentu utama dalam perilaku ini.

Penelitian Hsiao dan Zeng (2018) mempertegas peran *Agreeableness* dalam memoderasi kesadaran inhibisi sosial ketika individu melakukan self disclosure. Individu dengan tingkat *Agreeableness* tinggi tidak hanya lebih sadar akan dampak pengungkapan diri terhadap dirinya sendiri dan orang lain, tetapi juga cenderung selektif dalam berbagi informasi. Dalam penelitian Saraswati (2023) juga menemukan hubungan positif yang signifikan antara tipe kepribadian *Agreeableness* dan self disclosure di Instagram. Individu

dengan kepribadian ini merasa lebih aman untuk mengungkapkan dirinya, karena memiliki sifat ramah, tulus, dan empatik. Namun, Hitasari (2023) mencatat bahwa meskipun Agreeableness mendorong keterbukaan, individu dengan tingkat tinggi pada dimensi ini tetap cenderung berhati-hati dalam memilih jenis informasi yang akan diungkapkan, terutama di media sosial yang bersifat publik.

Berdasarkan pemaparan di atas dengan tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh individu dewasa awal di Indonesia, serta peran penting kepribadian dalam menentukan cara individu berinteraksi dan mengungkapkan diri secara daring, maka kajian terhadap hubungan antara tipe kepribadian Agreeableness dan perilaku self disclosure menjadi semakin relevan untuk dilakukan. Terlebih lagi, masa dewasa awal merupakan fase kritis dalam pembentukan identitas sosial dan emosional, di mana individu sangat membutuhkan ruang untuk mengekspresikan diri serta membangun koneksi sosial yang bermakna. Dengan demikian urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana faktor kepribadian tertentu, seperti Agreeableness, mempengaruhi kecenderungan pengungkapan diri di media sosial, mengingat konteks budaya dan sosial di Indonesia yang unik serta belum banyak dieksplorasi secara ilmiah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan 152 partisipan yang merupakan individu pada masa dewasa awal dengan rentang usia 18-25 tahun. Komposisi usia partisipan menunjukkan pola yang menarik, dengan mayoritas berada pada rentang usia 20-21 tahun. Secara spesifik, usia 21 tahun mendominasi penelitian dengan 36 partisipan (23,5%), diikuti usia 20 tahun dengan 32 partisipan (20,9%), yang bersama-sama mewakili hampir separuh dari total sampel penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara tipe kepribadian *Agreeableness* dan perilaku *Self-disclosure* di media sosial pada individu dewasa awal ( $r = 0.630$ ,  $p < 0.001$ ). Temuan ini memperkuat hipotesis bahwa karakteristik interpersonal seperti empati, rasa percaya, dan kecenderungan untuk menghindari konflik—yang menjadi inti dari *Agreeableness*—berkontribusi terhadap kecenderungan individu untuk membuka diri dalam ruang digital. Dimensi *trust* dan *altruism* mendorong kenyamanan dalam berbagi, sementara *compliance* dan *modesty* mencerminkan kehati-hatian serta selektivitas dalam pengungkapan informasi pribadi. Interaksi antar dimensi *Self-*

*disclosure (amount, valency, accuracy, intention, dan intimate)* juga selaras dengan ciri khas individu yang tinggi dalam *Agreeableness*, yang cenderung menjaga keseimbangan antara keterbukaan dan kehati-hatian, serta menunjukkan intensi prososial dalam komunikasi daring. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya seperti Saraswati (2023) dan Hitasari (2023), serta memperkaya literatur dengan mengidentifikasi bahwa kontribusi *Agreeableness* terhadap *Self-disclosure* sebesar 39,69%, menunjukkan adanya ruang signifikan bagi variabel lain seperti budaya, pengalaman digital, dan disposisi psikologis lain untuk diteliti lebih lanjut. Keterbatasan pada cakupan sampel, minimnya eksplorasi latar belakang demografis, serta waktu pengumpulan data yang relatif singkat menjadi catatan penting bagi penelitian lanjutan yang ingin memperluas generalisasi temuan ini

Tabel 1 Hasil Kategorisasi Data Penelitian

	Kriteria	Frekuensi	Persen
<i>Agreeableness</i>			
Tinggi	$22 \leq x < 25$	40	26,3 %
Sedang	$34 \leq x < 40$	59	38,8%
Rendah	$27 \leq x < 33$	53	34,9%
<i>Self Disclosure</i>			
Tinggi	$58 \leq x < 70$	50	17,7 %
Sedang	$45 \leq x < 57$	59	67,8 %
Rendah	$31 \leq x < 44$	22	14,5 %

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

Variabel	KS-Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
<i>Agreeableness</i>	.102	<.001
<i>Self disclosure</i>	.113	<.001

Uji Normalitas Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, kedua variabel menunjukkan distribusi yang tidak normal dengan nilai  $p < 0.001$  (di bawah 0.05). Variabel *Agreeableness* memiliki nilai KS-Z sebesar 0.102 dan *Self-Disclosure* memiliki nilai KS-Z sebesar 0.113. Distribusi yang tidak normal ini mengindikasikan adanya kecenderungan responden untuk memberikan respon yang tidak merata atau kemungkinan adanya pengisian kuesioner yang kurang optimal.

Tabel 3 Hasil Uji Linearitas

	F	Sig.
<i>Deviation from linearity</i>	1.007	.456

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai F pada linearity sebesar 96.883 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 ( $p < 0.05$ ) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel *Agreeableness* dengan *Self-Disclosure*. Selain itu, nilai F pada deviation from linearity sebesar 1.007 dengan nilai signifikansi 0.456 ( $p > 0.05$ ) yang menunjukkan tidak adanya penyimpangan yang signifikan dari linearitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel *Agreeableness* dengan *Self-Disclosure* memenuhi asumsi linearitas, yang berarti setiap perubahan yang terjadi pada variabel *Agreeableness* akan diikuti oleh perubahan yang sebanding pada variabel *Self-Disclosure*.

Tabel 3 Hasil Uji Korelasi

Variabel	Spearman	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
<i>Self disclosure &amp; Agreeableness</i>	0.630	<0,001	Terdapat Hubungan Positif yang Signifikan

Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *Agreeableness* dan *Self-Disclosure* dengan nilai koefisien korelasi  $r = 0.630$  dan  $p < 0.001$ . Nilai korelasi positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi skor *Agreeableness* seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan *Self-Disclosure*.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara *Agreeableness* dan *Self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial. Individu dengan tingkat *Agreeableness* tinggi cenderung lebih terbuka, namun tetap selektif dalam berbagi informasi pribadi. Dimensi kepribadian seperti *trust*, *altruism*, dan *modesty* memengaruhi kecenderungan tersebut. *Agreeableness* berkontribusi sebesar 39,69% terhadap *Self-disclosure*, menyisakan peluang eksplorasi faktor lain. Temuan ini memperkuat literatur sebelumnya dan memberikan arah baru bagi penelitian lanjutan terkait kepribadian dan keterbukaan diri dalam konteks digital.

## DAFTAR PUSTAKA

Al Azis, M. R., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan Platform Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130.

<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.189>

- Annur, C. M. (2024, January 3). Ini media sosial paling banyak digunakan di Indonesia awal 2024. Databoks. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Hapsari, N. F. (2020). Self disclosure dalam era digital (analisis deskriptif kualitatif aspek-aspek Self disclosure pada akun Instagram behome. ID (Doctoral dissertation, UPN" VETERAN" JATIM).
- Hsiao, J. C., & Zeng, L. (2018). Influence of personality traits on online self-disclosure: Considering perceived value and degree of authenticity separately as mediator and moderator. *Frontiers in Psychology*, 9, 958991. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.958991>
- Hurlock, E. B. (1996). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Erlangga. Mappiare, Andi.
- Jourard, S. M. (1971). Self-disclosure: An experimental analysis of the transparent self. John Wiley.
- McCullough, M. E. (2001). Forgiveness: Who does it and how do they do it?. *Current Directions in Psychological Science*, 10(6), 194-197.
- Saraswati, P. A. A. (2023). Hubungan antara Big Five Personality dengan self disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 183–194. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i1.763>
- Ratnasari, R., Hayati, E. N., & Bashori, K. (2021). Self disclosure media sosial pada fase kehidupan dewasa awal. *Jurnal Diversita*, 7(2), 141–147. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i2>