



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 9294-9307

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

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

## Perbedaan Self-Disclosure, pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial "Instagram" Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan

Martha Sofiana Gulo<sup>1✉</sup>, Togi Fitri A Ambarita<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Email : [martha.gulo@student.uhn.ac.id](mailto:martha.gulo@student.uhn.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Perbedaan Self-Disclosure, Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial "Instagram" Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Subjek Penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan, yang berusia 18-25 tahun, dan aktif menggunakan media sosial instagram. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah Purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Proses pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan skala secara online yang disusun melalui google form. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada 24 Juli 2023 hingga 11 Agustus 2023. Analisis yang digunakan untuk uji hipotesis penelitian yaitu uji beda atau uji T. Uji T yang digunakan yaitu Uji Independent Sample T-Test. Uji Independent. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial "Instagram" di Universitas HKBP Nommensen Medan. Selfdisclosure perempuan dan laki-laki di Universitas HKBP Nommensen Medan, Berdasarkan hasil Uji independent sample t-test diperoleh Sig (2-tailed) = 0,000 dimana jika signifikansi (2-tailed) < 0,05 maka penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan

Kata Kunci: *Self-Disclosure, Media Sosial, Instagram, Jenis Kelamin*

## Abstract

The purpose of this research is to determine differences in self-disclosure among early adult users of the social media "Instagram" based on gender among students at HKBP Nommensen University, Medan. The subjects of this research were all HKBP Nommensen Medan University students, aged 18-25 years, and actively using Instagram social media. In this research, the sampling technique used is purposive sampling, namely a sampling technique that is based on certain considerations such as population characteristics or previously known characteristics. The process of implementing this research was carried out by distributing scales online which were compiled via Google form. This research was carried out from 24 July 2023 to 11 August 2023. The analysis used to test the research hypothesis was the difference test or T test. The T test used was the Independent Sample T-Test. Self Test. Based on the results of data analysis and previous discussions, it can be concluded that there are significant differences in self-disclosure among early adult users of the social media "Instagram" at HKBP Nommensen University, Medan. Self-disclosure of women and men at HKBP Nommensen University in Medan. Based on the results of the Independent Sample t-test, it was obtained that Sig (2-tailed) = 0.000, where if the significance (2-tailed) < 0.05 then this research shows that there is a difference

Keywords: *Self-Disclosure, Media Sosial, Instagram, Jenis Kelamin*

## PENDAHULUAN

Penemuan internet merubah hampir seluruh aspek kehidupan dari masalah politik hingga pendidikan. Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi dapat menjadi media yang manusia gunakan untuk berinteraksi dengan orang lain. Internet dapat memenuhi berbagai kebutuhan manusia, baik kebutuhan untuk bersosialisasi, mengakses informasi, juga sebagai pemenuhan kebutuhan hiburan (Japeri et al., 2022).

Bugin (dalam Astuti, 2021) menyatakan bahwa dunia ini dijuluki sebagai the big village, yaitu sebuah dunia yang besar dimana melalui internet masyarakat bisa saling kenal dan saling menyapa satu dengan yang lain.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Laporan we are social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. Ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. juta jiwa.

Masyarakat pengguna internet di Indonesia paling menyukai media sosial. Media sosial merupakan media interaksi yang membuat suatu ruang bagi masyarakat untuk saling berbagi, bercerita, dan menyalurkan ide-idenya. Kehadiran media sosial menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi, karena dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu sehingga manusia dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun (Aprianti & Wendari, 2022). Pada

era ini media upakansosial mer media online yang sangat diminati dalam berkomunikasi (Jenkins et al., 2021).

Media sosial merupakan hal yang wajib dimiliki oleh seseorang pada masa ini. Tidak dapat dipungkiri pada saat ini setiap orang memiliki akun di media sosial yang sedang menjadi trend, karena akun di media sosial tersebut dapat menjadi identitas dari penggunanya (Sulistianti & Sugiarta, 2022).

Dilansir dari Kompas.com, menurut we are social saat ini ada 167 juta jiwa orang di Indonesia atau sekitar 60,4 persen dari total populasi merupakan pengguna aktif sosial media. Adapun penggunaan rata-rata aplikasi media sosial per hari untuk orang Indonesia berkisar di angka 3 jam 18 menit, instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di Indonesia. Seiring hal tersebut, jumlah pengguna Instagram di dalam negeri hampir mencapai ratusan juta orang (Rachmawati et al., 2019).

Penggunaan media sosial seperti Instagram dapat berdampak positif maupun negatif. Dampak positif dari Instagram adalah sebagai sarana bersosialisasi sehingga memiliki banyak teman serta menjadi wadah untuk menyampaikan informasi baik itu berita, hiburan, gaya hidup hingga kegiatan yang dilakukan sehari-hari dan menjadi salah satu media dalam memperoleh pengetahuan (Kristanto et al., 2022). Dampak negatif dari Instagram dapat menimbulkan masalah seperti menyebarkan informasi diri secara berlebihan bahkan pada orang tidak dikenal sekalipun, sehingga dapat mempermudah pihak-pihak yang mempunyai maksud kurang baik (Restubog et al., 2020).

Adapun, pengguna instagram didominasi oleh perempuan dengan proporsi sebesar 51,4%. Sementara, 48,6% pengguna instagram di Indonesia berjenis kelamin laki-laki. Dari usianya, 38% pengguna instagram di dalam negeri berada di kelompok umur 18-25 tahun. Sebanyak 29,8% pengguna media sosial tersebut dari kelompok usia 26-34 tahun. Ada pula 12,5% pengguna instagram di Indonesia yang berusia 13-17 tahun. Kemudian, 12,2% pengguna instagram di Indonesia berada di kelompok umur 35-44 tahun. Persentase pengguna instagram di Indonesia yang berusia 45-54 tahun sebanyak 4,7%. Sisanya berada di kelompok umur 55 tahun ke atas.

Berdasarkan fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa pada usia 18-25 tahun merupakan peringkat pertama pengguna Instagram aktif se-Indonesia, usia tersebut merupakan tahap dewasa awal. Menurut Santrock (2011) rentang usia dewasa awal yaitu berada pada usia antara 18 tahun hingga 25 tahun, masa ini ditandai dengan hal yang bersifat eksperimen dan eksplorasi.

Dalam membangun relasi diperlukan self disclosure (keterbukaan atau pengungkapan diri) agar relasi yang terjalin dengan orang lain dapat semakin akrab. Menurut Papu (2022),

dengan mengungkapkan diri kepada orang lain, akan membantu seseorang memecahkan berbagai konflik dalam masalah interpersonal dan meringankan beban pikiran yang mengakibatkan ketegangan dan stress.

Joinson (dalam Abednego et al., 2021) mengatakan bahwa pengungkapan diri lebih tinggi terjadi melalui komunikasi di media sosial daripada komunikasi bertatap muka. Fenomena yang terjadi saat ini adalah sangat mudahnya mengekspresikan kegiatan, informasi, perasaan dan pikirannya di instagram tanpa memedulikan privasi di dunia maya. Terdapat dua cara untuk menunjukkan self disclosure di media sosial yaitu memunculkan informasi tentang diri di profil akun media sosial dan membagikan pengalaman, pemikiran ataupun pendapat kepada sesama akun pengguna media sosial (Nurfitri & Sudartono, 2023).

Rampa, (2022) Mengatakan bahwa semenjak adanya media sosial individu bisa menjalin relasi dan membuka diri melalui media sosial. Individu mempunyai kebebasan dalam hal membagikan hal yang bersifat pribadi, perasaan, aktifitas yang dilakukan, serta meluapkan kebahagiaan, kemarahan, hingga kekesalan dalam media sosial, hal tersebut berkaitan dengan self disclosure (Diananda, 2019).

Pengungkapan diri merupakan salah satu bentuk komunikasi interpersonal yang dalam praktiknya dipengaruhi oleh jenis kelamin (Ahdiyanti & Waluyati, 2021). Didalam penelitian terdahulu oleh (Prakoso, 2010) perbedaan jenis kelamin dapat membuat perbedaan pengungkapan diri. Jenis kelamin berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan manusia. Perbedaan jenis kelamin membuat pengungkapan diri yang berbeda pula. Hal ini terjadi dikarenakan laki-laki lebih suka menyimpan perasaannya dibandingkan diungkapkan, sedangkan perempuan dianggap lebih banyak terlibat pembicaraan yang bersifat pribadi, dan pada umumnya juga wanita lebih menaruh perhatian pada kualitas interaksi atau hubungan (Josefsson et al., 2019).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut yang telah dilakukan dengan beberapa responden, memiliki selfdisclosure yang berbeda-beda. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan intensitas pengungkapan informasi yang ada di instagram, sejauh mana informasi tentang dirinya disampaikan kepada orang lain.

Dari penelitian Nugroho (2013) bahwa pria dan wanita memiliki tipe pembicaraan yang berbeda. Pria lebih menguasai kemampuan verbal seperti bercerita, bercanda, dan membagikan informasi, sedangkan wanita lebih menyenangi percakapan pribadi.

Stereotip tentang pria yang mengatakan pria harus bersikap baik tidak emosional, mampu menyembunyikan emosinya dan objektif membuat pria cenderung menghindari perilaku mengungkapkan diri.

Hal ini bertentangan dengan penelitian, Derlega (dalam Saputra, 2023) hasilnya mengatakan bahwa pada awal perkenalan laki-laki cenderung lebih terbuka. Sedangkan penelitian yang dilakukan Seung (dalam Juliana, 2023), anatara laki-laki dan perempuan tidak ada perbedaan yang signifikan karena perbedaan pengungkapan diantara laki-laki dan perempuan sangat tergantung kepada bidang/hal yang menjadi topik pengungkapan diri mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dan juga pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai mengenai Perbedaan self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial "Instagram" ditinjau berdasarkan jenis kelamin pada Mahasiswa/i Universitas HKBP Nommensen Medan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode mempelajari kelompok populasi atau sampel tertentu melalui alat penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. Subjek Penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan, yang berusia 18-25 tahun, dan aktif menggunakan media sosial instagram (Salwanisa, 2023).

Menurut data yang didapat dari bagia Pusat Sistem Universitas HKBP Npmmensen Medan Jumlah Mahasiswa adalah 8.652 Mahasiswa. Jadi Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 8.652 Mahasiswa. Dalam penelitian ini tehknik sampling yang digunakan adalah Purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Oleh karena itu sampel penelitian ini adalah 340 orang mahasiswa dengan umur 18-25 tahun dan aktif menggunakan sosial media (Marwoko, 2019).

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah skala. Skala adalah kumpulan pertanyaan-pertanyaan yang ditulis, disusun, dan dianalisis sedemikian rupa sehingga respon seseorang terhadap pertanyaan tersebut dapat diberi angka (skor) dan kemudian dapat diinterpretasi. Penelitian ilmiah ini merupakan suatu cara yang bertujuan untuk menguji suatu kebenaran dari ilmu pengetahuan. Oleh sebab itu maka untuk mendapatkan data yang akurat dan tidak bias maka peneliti harus merencanakan dan menyikapkan langkah yang tepat untuk menyusun instrumen penelitian.

Setelah alat ukur disusun, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji coba alat ukur. Uji coba alat ukur dilakukan untuk menguji apakah validitas dan reliabilitas alat ukur yang diguakan dalam penelitian nantinya. Peneliti melakukan uji coba alat ukur pada tanggal 20 Juli-25 Juli 2023 pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen Medan, Penelitian ini

dilakukan peneliti dengan memberikan skala dengan menggunakan link googleform kepada subjek. Setelah peneliti melakukan uji coba alat ukur, hasil uji coba tersebut dianalisis untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya melalui SPSS 20 for windows. Berdasarkan estimasi uji daya beda item diperoleh nilai korelasi item-item dari  $-0.022$  sampai  $0.950$  sehingga ditemukan satu item yang gugur, maka kemudian peneliti menyusun item-item yang sah menjadi alat ukur yang disajikan dalam skala penelitian yang terdiri dari 46 item selfdisclosure.

Analisis yang digunakan untuk uji hipotesis penelitian yaitu uji beda atau uji T. Uji T yang digunakan yaitu Uji Independent Sample T-Test. Uji Independent Sample T-Test adalah metode yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok mean dari dua sampel yang berbeda (independent). Pada prinsipnya uji Independent Sample T-Test berfungsi untuk mengetahui apakah ada perbedaan mean antara 2 populasi dengan membandingkan dua mean sampelnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Subjek Penelitian

Pada penelitian ini subjeknya berjumlah 340 orang mahasiswa dan mahasiswi di Universitas HKBP Nommensen Medan, yang aktif menggunakan Media Sosial Instagram, dan berdasarkan hasil dari skala psikologi yang disebar maka penulis mendapatkan gambaran subjek berdasarkan jenis kelamin, usia, fakultas.

Pada penelitian ini subjeknya berjumlah 340 orang mahasiswa dan mahasiswi di Universitas HKBP Nommensen Medan, yang aktif menggunakan Media Sosial Instagram. Dengan total 170 orang adalah perempuan (50%) dan total laki-laki adalah 170 orang (50%).

Tabel 1. Penyebaran subjek berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
Laki-Laki	170 Orang	50 %
Perempuan	170 Orang	50 %

### Deskripsi hasil Penelitian

Analisis hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai data yang berhubungan dengan data penelitian. Deskripsi data penelitian mencakup data mean (rata-rata) empirik dan data mean (rata-rata) hipotetik yang diperoleh melalui skor empirik dan hipotetik dari skala selfdisclosure.

Berdasarkan hasil analisis perbandingan mean hipotetik dengan mean empiris dapat dilihat bahwa untuk skala self disclosure mean empiriknya yaitu 102.09, lebih rendah daripada

mean hipotetiknya 115. Hal ini berarti bahwa responden penelitian memiliki selfdisclosure yang rendah.

Berdasarkan kriteria kategorisasi jenis kelamin pada variable selfdisclosure pada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial di Universitas HKBP Nommensen Medan, yang ada pada tabel diatas terlihat bahwa subjek penelitian berjumlah seimbang antara Laki-laki dan Perempuan sebanyak 170 orang , yang memiliki selfdisclosure terbanyak pada jenis kelamin Laki-laki ada pada kategori sedang sebanyak 145 orang (85.3%), Selanjutnya berdasarkan jenis kelamin Perempuan yang memiliki selfdisclosure terbanyak berjumlah 129 orang (75.9%) pada kategori sedang.

Berdasarkan kriteria kategorisasi Selfdisclosure menurut usia pada mahasiswa di Universitas HKBP Nommensen Medan yang aktif menggunakan media sosial instagram, yang ada pada tabel diatas terlihat bahwa subjek penelitian paling banyak adalah pada usia 21 tahun sebanyak 88 orang. Berdasarkan usia 18 tahun sebanyak 8 orang dengan kategori yang sedang (87.5%), kemudian pada usia 19 tahun sebanyak 30 orang dengan kategorisasi sedang (68.6%). Selanjutnya usia 20 tahun yang memiliki selfdisclosure sedang 47 orang, 92.2 %. Kemudian pada rentang usia 21 tahun yang memiliki selfdisclosure terbanyak pada kategori sedang sebanyak 63 orang (71.6%).

#### Analisi Data

#### Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov- smirnov dengan bantuan IBM SPSS Statistics 22. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji normalitas dalam penelitian ini adalah jika sig < 0.05 maka sebaran datanya dapat dikatakan tidak berdistribusi normal, dan sebaliknya jika sig > 0.05 maka sebaran datanya dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 2. Tabel Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			sd
	N		340
Normal	Mean		102,09
Parameters <sup>a,b</sup>	Std.		12,173
		Deviation	
Most Extreme	Absolute		,061
Differences	Positive		,043
	Negative		-,061
Kolmogorov-Smirnov Z			1,129
Asymp. Sig. (2-tailed)			,156

Pada hasil uji statistic diatas, dapat dilihat bahwa pada subjek Mahasiswa berjenis kelamin Laki-Laki dan Perempuan nilai signifikansi, yaitu 0.156, maka dapat diartikan sebaran data dalam penelitian ini dikatakan berdistribusi normal.

#### Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui dua atau lebih data kelompok sampel berasal dari populasi yang memiliki varian sama atau homogen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas ini adalah jika nilai sig > 0.05 maka distribusi data homogen, dan sebaliknya jika nilai sig < 0.05 maka distribusi data tidak homogen.

Tabel 3. Tabel Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,105	1	338	,746

Pada hasil uji statistic diatas, nilai signifikansi pada subjek Mahasiswa Laki-Laki dan perempuan didapatkan sebesar 0.746 maka dapat diartikan bahwa distribusi data homogen.

#### Uji Independent Sampel T-test

Uji independent sample t-test ini dilakukan dengan menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics 20. Kategori atau ketentuan yang digunakan dalam uji normalitas dalam penelitian ini adalah jika signifikansi (2-tailed) < 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan, begitu juga dengan sebaliknya jika signifikansi (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

		Paired Samples Test					t	df	Sig. (2-tailed)
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
P:	LAKI-LAKI								
	PEREMPUAN	5,12	17,387	1,334	2,491	7,756	3,82	168	,000

Dari penjelasan hasil independent sample t-test di atas, diperoleh Sig (2-tailed) sebesar 0.000. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada Selfdisclosure Media sosial Mahasiswa berjenis kelamin Laki-Laki dan Perempuan.

#### Pembahasan

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada Selfdisclosure pengguna media sosial instagram pada dewasa awal ditinjau berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa. Manfaat dari penelitian ini untuk kita mengetahui perbedaan selfdisclosure pada laki-laki dan perempuan di media sosial instagram adalah

penting buat kita untuk bisa memahami dinamika dari komunikasi online antara laki-laki dan perempuan (Siti Rosmayati et al., 2021). Karena platform seperti instagram sering kali menjadi tempat dimana orang secara aktif berbagi pikiran, perasaan dan juga pengalaman mereka.

Dengan melakukan penelitian tentang perbedaan selfdisclosure di instagram berdasarkan jenis kelamin, kita bisa mendapat wawasan dalam berbagai hal diantaranya, dapat membantu kita memahami bagaimana laki-laki dan perempuan menggunakan platform ini dengan cara yang unik, selanjutnya bisa memberikan kita informasi tentang preferensi komunikasi masing-masing jenis kelamin di dunia digital, dan yang terakhir penting untuk kita tau bagaimana menciptakan lingkungan online yang aman dan inklusif bagi semua pengguna tanpa melihat jenis kelamin mereka (Nurhikmah et al., 2022). Dengan penelitian ini, kita dapat mengidentifikasi potensi ataupun masalah dan kesenjangan dalam interaksi online antara laki-laki dan perempuan serta mencari solusi untuk meningkatkan kualitasnya.

Adapun hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada Selfdisclosure pengguna media sosial instagram pada mahasiswa ditinjau berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesa penelitian di terima dengan nilai Sig (2- tailed) sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti ada perbedaan yang signifikan antara selfdisclosure Mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dan perempuan .

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa tingkat Selfdisclosure pengguna media sosial instagram pada dewasa awal ditinjau berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa rata-rata berada pada kategori sedang dengan presentase 80.6% atau sebanyak 274 orang responden. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Selfdisclosure pengguna media sosial instagram pada dewasa awal ditinjau berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa cenderung menggunakan media sosial sebagai media untuk mengungkapkan diri (Budiarti & Hanoum, 2019). Hal ini menandakan bahwa tidak selalu apa yang ada dalam pikiran diungkapkan di media sosial (Suryanto,dkk, 2020).

Hasil perbedaan pada penelitian diatas terdiri dari subjek yang mengisi penelitian diperoleh dari 340 orang Laki-laki dan dan Perempuan yang terdiri dari Laki-laki 170 orang (50%) dan Perempuan 170 orang (50%). Dan Banyak Mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang mengisi penelitian ini jika dilihat dari rentang usia, dimulai dari 18 tahun sampai 25 tahun. Subjek usia 18 tahun sebanyak 8 orang (2.35%), usia 19 tahun sebanyak 35 orang (10%) usia 20 tahun sebanyak 51 orang (15%) , usia 21 tahun sebanyak 88 orang (25.88%), usia 22 sebanyak 83 orang (24.41%), usia 23 tahun sebanyak 55 orang (16.8 %), usia 24 tahun sebanyak 12 orang (3.53%), dan yang terakhir usia 25 tahun sebanyak 8 orang (2.35%).

Berdasarkan kategorisasi Selfdisclosure Pada Mahasiswa berdasarkan aspek yang ada pada tabel di atas terlihat bahwa subjek penelitian paling banyak adalah pada aspek amount sebanyak 283 orang (83.2%). Pada aspek valance terdapat 252 orang dengan kategori sedang (74.1%), pada aspek accuracy sebanyak 282 orang dengan kategori sedang (85 %), pada aspek intention sebanyak 190 orang dengan kategori sedang ( 55.9%), pada aspek intimacy sebanyak 220 orang dengan kategori sedang (64.7%) .

Berdasarkan kategori aspek menurut jenis kelamin yang memiliki aspek amount pada perempuan yang paling tinggi ada pada kategori sedang, sebanyak 152 orang (89.4%), sedangkan pada laki-laki yang paling tinggi ada pada kategori sedang sebanyak 148 orang (87.1%), berdasarkan kategorisasi aspek amount menurut jenis kelamin dalam penelitian ini dapat terjadi karena semakin intensif individu menggunakan media sosial maka individu semakin terbuka untuk mengungkapkan diri (Ariani dalam Fauzia, Maslihah, & Ihzan, 2019). Selanjutnya berdasarkan kriteria kategorisasi aspek menurut jenis kelamin yang memiliki aspek valency pada laki-laki ada pada kategori sedang sebanyak 135 orang (79.4%) dan pada perempuan 117 orang (68.8%). Dalam penelitian ini kualitas pengungkapan diri positif berkaitan dengan pengungkapan di media sosial terkait mengungkapkan kebahagiaan di media sosial dan menceritakan hal-hal baik di media sosial. Kualitas pengungkapan negatif berkaitan dengan mengungkapkan kekesalan di media sosial, menuliskan kata kata yang kurang menyenangkan, meluapkan kemarahan di media sosial, serta memposting sesuatu untuk menyinggung orang lain, dan lebih cenderung dilakukan oleh subjek laki- laki. Selanjutnya berdasarkan aspek menurut jenis kelamin, aspek accuracy yang paling banyak yaitu pada jenis kelamin laki-laki pada kategori sedang dengan jumlah 158 orang (92.9%), dan pada jenis kelamin perempuan sebanyak 156 orang (91.8%). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Zaskya, Boham, & Lotulung didapatkan bahwa pada observasi wawancara, seluruh informan berpendapat bahwa semua hal yang mereka posting di media sosial adalah hal yang saat itu mereka rasakan dan sama dengan isi hati mereka namun beberapa dari mereka tetap mempertimbangkan hal yang pantas untuk mereka posting di media sosial (Rohmayani, 2022), Kemudian Berdasarkan kategorisasi aspek menurut jenis kelamin, pada aspek intention pada laki-laki sebanyak 113 orang (66.5%) pada kategori sedang, sedangkan pada perempuan 76 orang (44.7%). Hal ini sejalan dengan pendapat Dwiputra (2014) yang menyatakan bahwa motif penggunaan media sosial dapat mendorong terjadinya self disclosure hal ini terjadi karena melalui media sosial individu bebas mengekspresikan berbagai hal. Media sosial dapat juga membuat seseorang mengungkapkan secara terus terang hal yang selama ini dipendam, bahkan informasi yang disebar dapat juga disebar oleh orang lain yang menggunakan media sosial. Menurut Ningsih (dalam Suryadi et al., 2018) bahwa tujuan seseorang melakukan

pengungkapan diri yaitu guna menambah pertemanan, tempat meluapkan emosi dan juga sebagai sarana komunikasi. Selanjutnya yang terakhir berdasarkan kategori aspek menurut jenis kelamin pada aspek intimacy yang paling tinggi pada subjek laki-laki sebanyak 106 orang (62.4%) dan pada perempuan sebanyak 91 orang (53.5%) pada kategori sedang.

Dari hasil pembahasan diatas dapat dilihat bahwa selfdisclosure atara laki-laki dan wanita lebih tinggi dari pada perempuan hal ini dikarenakan, perbedaan pengungkapan diantara laki-laki dan perempuan sangat tergantung kepada bidang/hal yang menjadi topik pengungkapan diri mereka (Cricenti et al., 2022).

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial "Instagram" di Universitas HKBP Nommensen Medan. Selfdisclosure perempuan dan laki-laki di Univeristas HKBP Nommensen Medan, Berdasarkan hasil Uji independent sample t-test diperoleh Sig (2-tailed) = 0,000 dimana jika signifikansi (2-tailed) < 0,05 maka penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan.

Dari hasil mean hipotetik (115) dan mean empiric (102.09) yang menunjukkan bahwa variable selfdisclosure pada dewasa awal pengguna media sosial "Instagram" di Universitas HKBP Nommensen Medan rendah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa tingkat Selfdisclosure pengguna media sosial instagram pada dewasa awal ditinjau berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa rata-rata berada pada kategori sedang dengan presentase 85.3% atau sebanyak 145 orang responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Bandung. *Jrb-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/Jrb.V5i1.2558>
- Ahdiyanti, I., & Waluyati, I. (2021). Perilaku Keberagamaan Dan Fenomena Media Sosial Tik-Tok Pada Generasi Z. *Sosioireligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, 6(2), 74–83. <https://doi.org/10.24252/Sosioireligius.V6i2.27617>
- Aprianti, K., & Wendari, W. (2022). Fenomena Sindrom Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Digital Natives: Kontribusi Positif Atau Negatif Bagi Kualitas Pembelajaran Generasi Z.

- Astuti, C. N. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme Dengan Fear Of Missing Out Pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2).  
<http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/21468>
- Budiarti, E., & Hanoum, M. (2019). Koping Stres Dan Dukungan Keluarga Terhadap Kesejahteraan Psikologis Orang Tua Yang Memiliki Anak Berkebutuhan Khusus. *Soul: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 11(1), 44–61.
- Cricenti, C., Mari, E., Barchielli, B., Quagliari, A., Burrari, J., Pizzo, A., D'alessio, I., Giannini, A. M., Ferracuti, S., & Lausi, G. (2022). Can Emotion Regulation Affect Aggressive Responses? A Study On The Ukrainian–Russian Conflict In A Non-Directly Exposed Sample. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 19(10), 6189.  
<https://doi.org/10.3390/ijerph19106189>
- Diananda, A. (2019). Psikologi Remaja Dan Permasalahannya. *Journal Istighna*, 1(1), 116–133.  
<https://doi.org/10.33853/istighna.V1i1.20>
- Japeri, M. F. M., Mohamad, A. D., & Osman, K. (2022). Penagihan Dadah Dalam Kalangan Belia Dan Impaknya Terhadap Psikologi Ibu Bapa. *Al-Hikmah*, 14(1), 21–36.  
<https://spaj.ukm.my/jalhikmah/index.php/jalhikmah/article/view/474>
- Jenkins, N., Ritchie, L., & Quinn, S. (2021). From Reflection To Diffraction: Exploring The Use Of Vignettes Within Post-Humanist And Multi-Species Research. *Qualitative Research*, 21(6), 975–989. <https://doi.org/10.1177/1468794120920258>
- Josefsson, T., Ivarsson, A., Gustafsson, H., Stenling, A., Lindwall, M., Tornberg, R., & Böröy, J. (2019). Effects Of Mindfulness-Acceptance-Commitment (Mac) On Sport-Specific Dispositional Mindfulness, Emotion Regulation, And Self-Rated Athletic Performance In A Multiple-Sport Population: An Rct Study. *Mindfulness*, 10(8), 1518–1529.  
<https://doi.org/10.1007/s12671-019-01098-7>
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538.  
<https://doi.org/10.54443/sinomika.V1i6.754>
- Kristanto, D., Sushartami, W., & Irawanto, B. (2022). Realita Visualitas Generasi Z Dalam Mise En Scene Iklan Shopee Men Sale. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 01–15.  
<https://doi.org/10.31937/ultimart.V15i1.2410>

- Marwoko, G. (2019). Psikologi Perkembangan Masa Remaja. *Tasyri: Jurnal Tarbiyah-Syariah-Islamiah*, 26(1), 60–75. <https://doi.org/10.29138/Tasyri.V26i1.69>
- Nurfitri, R., & Sudartono, T. (2023). Dampak Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Di Media Sosial Tiktok@ Anaira. Official. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(3), 2417–2425. <https://doi.org/10.37385/Msej.V4i3.2003>
- Nurhikmah, N., Taibe, P., & Zubair, A. G. H. (2022). Gambaran Psychological Well-Being Pada Wanita Dewasa Madya Lajang Bersuku Bugis. *Jurnal Psikologi Karakter*, 2(1), 95–106.
- Rachmawati, B. D., Listiyandini, R. A., & Rahmatika, R. (2019). Resiliensi Psikologis Dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Hidup Terkait Kesehatan Pada Remaja Di Panti Asuhan. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi Uma*, 11(1), 21–30. <https://doi.org/10.31289/Analitika.V11i1.2314>
- Restubog, S. L. D., Ocampo, A. C. G., & Wang, L. (2020). Taking Control Amidst The Chaos: Emotion Regulation During The Covid-19 Pandemic. *Journal Of Vocational Behavior*, 119, 103440. <https://doi.org/10.1016/J.Jvb.2020.103440>
- Rohmayani, R. P. W. (2022). *Hubungan Antara Tingkat Religiusitas Dengan Psychological Well-Being Pada Santri Madrasah Muallimat Roudlotut Thullab Paciran Lamongan*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Salwanisa, E. A. (2023). Digital Marketing Analysis On The Consumer Decision-Making Process Of Millennials And Gen Z Generation Groups On The Tiktok Application. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(2), 112–125. <https://doi.org/10.25273/Equilibrium.V11i2.17374>
- Saputra, M. A. (2023). *Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Online Shopping Melalui Aplikasi Tiktok Shop (Studi Deskriptif Pada Kalangan Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Desa Kedungwungu Kabupaten Banyuwangi)*. Universitas Muhammadiyah Malang. <https://etd.umm.ac.id/id/eprint/2271>
- Siti Rosmayati, Arman Maulana, Sofyan Sauri, & Ujang Cepi Barlian. (2021). Pengelolaan Pembelajaran Dalam Proses Pengembangan Sosial Emosional Standar Pendidikan Anak Usia Dini. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 45–54. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V12i1.215>
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan*

*Pendidikan*), 6(1). <https://doi.org/10.58258/Jisip.V6i1.2861>

Suryadi, B., Soriha, E., & Rahmawati, Y. (2018). Pengaruh Gaya Pengasuhan Orang Tua, Konsep Diri, Dan Regulasi Diri Terhadap Motivasi Berprestasi Siswa. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 23(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17977/Jip.V23i2.10969>