



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 2189-2202

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

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

## Pengaruh Self Image Terhadap Self Disclosure pada Pengguna Instagram dan Tiktok

Mega Sanusi Tambunan<sup>1✉</sup>, Hotpascaman Simbolon<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi, Universitas Hkbp Nommensen, Medan, Indonesia

Email : [megatambunan26@gmail.com](mailto:megatambunan26@gmail.com)<sup>✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Self Image Terhadap Self Disclosure Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram dan Tiktok baik itu yang berjenis kelamin laki-laki ataupun perempuan. Dalam perhitungan jumlah sampel penelitian yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya, dengan efek size (r) sebesar 0,206 dengan statistical power sebesar 0,85. Maka setelah dihitung menggunakan software G\*Power 3.1 maka jumlah minimal dari responden yang diperlukan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 208 orang. Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dengan judul Pengaruh Self Image terhadap Self Disclosure pada pengguna Instagram dan Tiktok. Bahwa dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji hipotesis terkait apakah terdapat pengaruh self image terhadap self disclosure pada pengguna instagram dan tiktok  $0,403 < 0,005$  maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Self Image terhadap Self Disclosure pada pengguna Instagram dan Tiktok sebesar 0,162 atau 16,2%. Berdasarkan pemaparan data penelitian diatas dapat diketahui bahwa mean empirik Variabel Self Image sebesar 40,38 sedangkan mean hipotetiknya sebesar 42. Adapun mean empirik Self Disclosure sebesar 81,37 sedangkan mean hipotiknya sebesar 55. Oleh karena itu, mean hipotetik Self Image dan Self Disclosure berada dibawah dari mean empirik nya. Apabila mean Empirik lebih kecil dari mean hipotetik artinya Self Image pengguna Instagram dan Tiktok lebih rendah, dan apa bila mean empirik lebih besar dari mean hipotetik artinya Self Disclosure tinggi.

Kata Kunci: *Self Image, Self Disclosure, Pengguna Instagram Dan Tiktok*

## Abstract

This research aims to see the influence of self image on self disclosure among Instagram and Tiktok users. The subjects in this research were Instagram and Tiktok users, both male and female. In calculating the number of research samples obtained from the results of previous research, the effect size ( $r$ ) was 0.206 with statistical power of 0.85. So after calculating using G\*Power 3.1 software, the minimum number of respondents required as a sample in this study was 208 people. Based on research conducted by researchers, entitled The Influence of Self Image on Self Disclosure among Instagram and Tiktok users. That it can be concluded based on the results of the hypothesis test regarding whether there is an influence of self image on self disclosure among Instagram and TikTok users,  $0.403 < 0.005$ , so  $H_0$  is rejected so it can be concluded that there is a positive influence of Self Image on Self Disclosure among Instagram and TikTok users of 0.162 or 16.2. %. Based on the presentation of the research data above, it can be seen that the empirical mean of the Self Image variable is 40.38 while the hypothetical mean is 42. The empirical mean of Self Disclosure is 81.37 while the hypothetical mean is 55. Therefore, the hypothetical mean of Self Image and Self Disclosure is below the empirical mean. If the empirical mean is smaller than the hypothetical mean, it means that the Self Image of Instagram and TikTok users is lower, and if the empirical mean is greater than the hypothetical mean, it means that Self Disclosure is high.

Keyword: *Self Image, Self Disclosure, Instagram and Tiktok Users*

## PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh we are social, pengguna internet mencapai 4,95 miliar didunia pada tahun 2022 lebih banyak dibandingkan tahun 2021. Dan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya (Dinata & Pratama, 2022).

Dengan internet seseorang dapat terhubung dengan informasi yang didapatkan dari berbagai dunia, mencari inspirasi, terhubung dengan keluarga jarak jauh, dan masih banyak lagi alasan mengapa seseorang menggunakan internet dalam kehidupannya sehari-hari.

Pengguna internet di Indonesia sendiri sudah mencapai angka 191,4 juta dengan durasi waktu 8 jam 36 menit. Bukan hanya internet saja yang mengalami berkembang, namun juga media sosial, dimana media sosial juga menjadi salah satu wadah yang digunakan seseorang untuk mencari informasi mengenai seseorang serta kehidupan yang dialami (Azizah, 2022). Oleh karena itu media sosial juga mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tercatat di Indonesia sendiri sudah mencapai 191 juta pengguna pada tahun 2022, yang terus mengalami kenaikan pada tahun 2014 hingga saat ini.

Sama halnya dengan internet, media sosial juga mengalami perkembangan yang sangat cepat dimana pengguna media sosial selalu mengalami peningkatan setiap

tahunnya dimana pada tahun 2014 pengguna media sosial mencapai angka 62,0 juta jiwa, 2015 berjumlah 72,0 juta, 2016 berjumlah 79,0 juta, 2017 berjumlah 106 juta, 2018 berjumlah 130 juta, 2019 berjumlah 150 juta, 2020 berjumlah 160 juta, 2021 berjumlah 170 juta dan 2022 mencapai 191 juta pengguna (MAHENDRA, 2022). Berdasarkan survey yang dilakukan, media sosial yang paling banyak diakses atau yang digunakan yaitu, whatsapp berada pada urutan pertama dengan jumlah pengguna 88,7% (we are social tahun 2022). Media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi, selain dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan inspirasi juga seringkali digunakan sebagai sarana ekspresi diri, pencitraan diri, serta sebagai sarana berkeluh kesah (Jaya & Suryadi, 2020).

Menurut Merriam Webster media sosial merupakan bentuk komunikasi elektronik (seperti situs web untuk jejaring sosial dan microblogging) di mana pengguna membuat komunitas online untuk berbagai informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya (seperti video). Tujuan dari dibuatnya instagram agar pengguna dapat selalu terhubung dengan orang lain serta menjadi wadah untuk mengekspresikan diri melalui foto atau video yang bagikan (Firmiana, 2019).

Menurut Santrock (2003), Adapun yang dimaksud media sosial, media sosial merupakan suatu media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis Web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, dengan media sosial kehidupan nyata dapat ditransformasikan kedalam dunia maya. Masyarakat bisa dengan bebas berbagi informasi dan berkomunikasi dengan orang banyak tanpa perlu memikirkan hambatan hal dalam biaya, jarak dan waktu.

Hasil penelitian dari Krasnova, dkk (2010) mengatakan bahwa motivasi seseorang menggunakan situs media sosial karena merasakan kenyamanan dalam menceritakan informasi pribadinya (Sinaga et al., 2021).

Instagram menjadi media sosial terbanyak kedua yang digunakan oleh banyak orang, dimana pada tahun 2022 pengguna Instagram mencapai 84,8% atau sebanyak 97,38 juta pengguna terbanyak setelah India, Amerika dan Brasil (dataindonesia.id 2022). Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc. yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari Instagram (Antari et al., 2023).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial (Pratiwi, 2016). Tujuan dari dibuatnya Instagram agar pengguna dapat selalu terhubung dengan orang lain serta menjadi wadah untuk mengekspresikan diri melalui foto atau video yang bagikan (Ulfah et al., 2019).

Berbeda dengan Instagram, jumlah pengguna Tiktok di Indonesia mencapai 99,1 juta pengguna di Indonesia yang dimana perkembangan Tiktok sangat pesat di Indonesia semenjak adanya pandemic sehingga setiap orang menggunakan Tiktok sebagai media hiburan (dataindonesia.id 2022).

Hadirnya Tiktok di Indonesia dimulai pada September 2017 dan menjadi viral di Indonesia pada awal tahun 2018. Akan tetapi pada tanggal 3 Juli 2018 Tiktok pernah diblokir oleh pemerintah Indonesia karena dianggap tidak bermanfaat oleh sebagian masyarakat. Kemkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan (Arsi, 2019).

Tiktok juga sudah terdaftar di playstore yang mana playstore sendiri juga sebagai aplikasi fasilitas google yang memudahkan pengguna handphone untuk mengakses atau mendownload aplikasi-aplikasi lainnya seperti Tiktok (Aji & Setiyadi, 2020).

Tiktok bisa di download melalui playstore sehingga mudah diakses oleh siapapun di antaranya anak-anak, remaja, orang dewasa serta orang tua. Pengguna bebas berkreasi menggunakan aplikasi Tiktok baik konten positif maupun konten negatif. Salah satunya adalah dapat meningkatkan perilaku narsisme (Aprilian et al., 2020) yang jika berlebihan akan cenderung memberikan dampak negative (DITA, 2018).

Instagram dan Tiktok adalah aplikasi yang digunakan banyak kalangan untuk dapat mengekspresikan diri ataupun melakukan Self Disclosure (pengungkapan diri). Dimana menurut menurut Corsini (1987:60) self disclosure merupakan proses dimana individu secara suka rela dan sengaja mengungkapkan informasi pribadi berkenaan dengan sikap, pendapat, dan hal-hal yang menarik minat mereka. Sedangkan menurut Devito (2011:64) menyatakan bahwa self disclosure adalah jenis komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya disembunyikan atau tidak diceritakan kepada orang lain.

Dalam jurnal yang berjudul *Self disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being*, dijelaskan motif secara intrapersonal dalam mengekspresikan diri di media sosial bertumbuh dari kondisi perasaan maupun pikiran agar dapat melepaskan yang terpendam. Dengan begitu yang menjadi daya tariknya, adalah jika dalam lingkup penelitian tradisional tentang self disclosure, ada tekanan psikologis untuk berekspresi karena dapat mengeluarkan tingkat stres yang tertahan. Di dalam jurnal tersebut dikatakan bahwasannya hal-hal yang diungkapkan dalam media sosial merasa tempat yang aman dari rasa rendah diri dalam menyingkap cerita-cerita

mereka. Selain itu, media sosial juga dianggap sebagai tempat yang lebih menarik dengan perangkat atau fitur umpan balik di dalamnya. Dengan harapan akan mendapat dukungan sosial maupun perhatian secara lebih masif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Johnson (dalam Gainau 2009) tentang self disclosure menunjukkan bahwa individu yang mampu dalam self disclosure akan dapat mengungkapkan diri secara tepat, adaptive, lebih percaya diri, lebih kompeten, dapat diandalkan, lebih mampu bersikap positif, percaya terhadap orang lain, lebih objektif dan terbuka. Sebaliknya, individu yang kurang mampu dalam self disclosure terbukti tidak mampu menyesuaikan diri, kurang percaya diri, timbul perasaan takut, cemas, merasa rendah diri, dan tertutup. Johnson mengatakan bahwa ciri-ciri self disclosure tersebut mempengaruhi kesehatan mental seseorang (Herninandari et al., 2023).

Sehingga dapat disimpulkan penilaian terhadap diri sendiri baik negatif maupun positif akan menentukan bagaimana keterbukaan diri seseorang. Prakoso (2003) menyebutkan tentang citra diri yang meliputi perangkat penampilan, tingkah laku, pola berpikir dan emosi, dan kepribadian secara keseluruhan. Jersild (dalam Alfajar, 2003) menyatakan citra diri meliputi tiga aspek, yaitu: (a) Mengenai diri (aspek fisik), berupa fisik dan kemampuan yaitu bagaimana individu memandang dirinya baik berupa fisik seperti ukuran dan bentuk badan, maupun kemampuan individu seperti lemah atau kuat, terampil atau tidak. (b) Mengenai emosi dan perasaan (aspek psikologis), yaitu berupa emosi dan perasaan yang dialami oleh individu seperti perasaan marah cemas, takut, agresi, cinta, dan kemampuan merasakan atau menikmati sesuatu. (c) Mengenai hubungan sosial (aspek sosial), yaitu bagaimana hubungan sosial individu dengan keluarga, kelompok dan lingkungan masyarakat sekitar (Rabbani & Wahyudi, 2023).

## METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian didefinisikan sebagai suatu atribut yang memiliki variasi yang diperoleh dari subjek, objek, atau kegiatan yang dapat dipelajari dan diteliti untuk dapat dibuat kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat sebanyak 2 (dua) variabel penelitian, yaitu: variabel bebas dan variabel tergantung (Pranata, 2018).

Menurut Sugiyono (2013) variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan terhadap variabel tergantung. Sedangkan variabel tergantung didefinisikan sebagai yang diberikan pengaruh atau menjadi akibat dari pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram dan Tiktok baik itu yang berjenis kelamin laki-laki ataupun perempuan.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dalam penelitian ini yang menjadi subjek/objek populasi penelitian adalah pengguna Instagram dan TikTok.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah metode skala. Azwar (2010) mengemukakan bahwa metode skala dapat menggambarkan aspek kepribadian individu, dapat merefleksikan diri yang biasanya tidak disadari responden yang bersangkutan, responden tidak menyadari arah jawaban ataupun kesimpulan yang diungkapkan pernyataan atau pertanyaan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur persetujuan atau ketidaksetujuan responden untuk setiap pernyataan yang dilontarkan oleh peneliti adalah skala likert (Tari & Nastiti, 2021).

Pada teknik skalaan ini terdapat dua jenis pernyataan, yaitu favorable dan unfavorable. Pernyataan favorable merupakan pernyataan positif yang mendukung objek sikap yang diungkap, sedangkan pernyataan unfavorable merupakan pernyataan negatif yang tidak mendukung objek sikap yang hendak diungkap (Azwar, 2001).

Dalam proses pelaksanaannya, skala psikologi ini dibagikan kepada responden yang merupakan sampel penelitian melalui salah satu media Google yaitu Google Form.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan subjek penelitian ini berjumlah 208 pengguna aktif media sosial instagram dan tiktok. Melalui skala yang disebarkan oleh peneliti kepada subjeck penelitan, maka telah diperoleh gambaran subjek penelitian berdasarkan, usia, jenis kelamin, domisili dan media sosial yang digunakan (Amalia & Nashori, 2021).

### Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa sampel berjenis kelamin laki-laki berjumlah 65 yang menggunakan media sosial (31,3%) dan sampel berjenis kelamin perempuan yang menggunakan media sosial sebanyak 143 (68,8%). Oleh karena itu total subjek penelitian sebanyak 208 pengguna aktif media sosial insstagram dan tiktok.

Tabel 1. Penyebaran subjek berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	65	31,3%
2.	Perempuan	143	68,8%
	Total	208	100%

Berdasarkan hasil usia, dapat dilihat sampel yang berusia 13 tahun berjumlah 9 orang(4,3%), berusia 14 tahun berjumlah 40 orang (19,2%), berusia 15 tahun berjumlah 21 orang (10,1%), berusia 16 tahun berjumlah 9 Orang (4,3%), berusia 17 tahun berjumlah 11 orang (5,3%), berusia 18 tahun berjumlah 3 orang (1,4%), berusia 20 tahun berjumlah 9 orang (4,3%), berusia 21 tahun berjumlah 20 (9,6%), berusia 22 berjumlah 24 orang (11,5%), berusia 23 tahun berjumlah 3 orang (1,4%), berusia 24 tahun berjumlah 15 orang (7,2%), berusia 25 tahun berjumlah 3 orang (1,4%), berusia 26 tahun berjumlah 2 orang (1,0%), berusia 27 tahun berjumlah 11 orang (5,3%), berusia 28 tahun berjumlah 20 orang (9,6%), berusia 29 tahun berjumlah 3 orang (1,4%), berusia 30 tahun berjumlah 1 orang (0,5%), berusia 31 tahun berjumlah 1 orang (0,5%), berusia 32 tahun berjumlah 2 orang (1,0%), berusia 39 tahun berjumlah 1 orang (0,5%).

#### Hasil Penelitian

##### Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian berkaitan dengan analisa terhadap data penelitian sesuai dengan data yang berhubungan dengan penelitian. Deskripsi data penelitian ini mencakup data mean(rata-rata) empirik dan data mean (rata-rata) hipotetik.

Tabel 2. Perbandingan Data Hipotetik Dan Empirik

Variabel	Data Hipotetik					Data Empirik				
	Xmin	Xmax	Mean	SD	Range	Xmin	Xmax	Mean	SD	Range
Self Image	17	68	42	7	51	17	85	51	11,33	68
Self Disclosure	22	88	55	33	66	22	110	66	14,66	88

Berdasarkan pemaparan data penelitian diatas dapat diketahui bahwa mean empirik Variabel Self Image sebesar 51 sedangkan mean hipotetiknya sebesar 42. Adapun mean empirik Self Disclosure sebesar 66 sedangkan mean hipotiknya sebesar 55. Oleh karena itu, mean hipotetik Self Image dan Self Disclosure berada dibawah dari mean empirik nya.

#### Uji Asumsi

Setelah semua data telah diperoleh, maka selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa uji analisa penelitian dengan menggunakan program SPSS 20.0 for windows. Berikut ini merupakan pemaparan hasil uji penelitian yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, dan uji hipotesis.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian dari variabel Self Image dan Self Disclosure berdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji one-sample Kolmogorov-Smirnov dengan program SPSS 20.0 for windows. Syarat sebaran data dikatakan normal adalah apabila nilai  $p > 0,05$ . Tabel 4. 11 Uji Normalitas Self Image Terhadap Self Disclosure.

Tabel 3. Uji normalitas

Variabel	Sig	Keterangan
Self Image	0,37	Terdistribusi normal
Self Disclosure	0, 563	Terdistribusi normal

Pada hasil uji normalitas diatas pada variabel self image pada penelitian ini diperoleh 0,37 dan variabel self disclosure diperoleh 0,563 maka sebaran dalam penelitian ini dikatakan berdistribusi norma.

#### Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji yang dilakukan dalam analisa data untuk mengetahui pengaruh variabel self image terhadap variabel self disclosure. Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS 20.0 for windows.

Tabel 4. Uji Hipotesis

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardize d	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	50.657	5.002		10.128	.000
X	.761	.120	.403	6.321	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil uji analisis persamaan regresi yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS for Windows 22 dapat diketahui bahwa variabel Self Image dan variabel Self Disclosure memiliki nilai singnifikansinya  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa

terdapat pengaruh signifikan antara variable self image dengan self disclosure. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dari hasil uji analisis persamaan regresi yang dilakukan dengan menggunakan program spss for windows 22 variabel self image dan self disclosure sebagai berikut.

$$Y=a+bX$$

$$Y=50,657+0,761x$$

Berdasarkan hasil analisis persamaan regresi diatas diketahui bahwa nilai constantan sebesar 50,657 yang berarti bahwa nilai konsisten variable self image pada self disclosure sebesar 50,657.

Koefisien regresi X sebesar 0,761 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai self image, maka nilai self disclosure bertambah sebesar 0,761. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Berdasarkan nilai signifikansi: dari tabel coefisien diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Self image berpengaruh terhadap variabel Self Disclosure (Dilla & Susanti, 2022).

## Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh self image terhadap self disclosure pada pengguna instagram dan tiktok.

Berdasarkan hasil uji hipotesis terkait apakah terdapat pengaruh self image terhadap self disclosure pada pengguna instagram dan tiktok  $0,000 < 0,005$  maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Self Image terhadap Self Disclosure pada pengguna Instagram dan Tiktok sebesar 0,162 atau 16,2%.

Dimana dalam penelitian terdapat pengaruh yang positif self image terhadap self disclosure pada pengguna instagram sebesar 0,16 atau 16,2%. Dimana pengaruhnya sangat kecil yaitu sebesar 16,2%. Hal tersebut dapat dilihat dari kategori self image yang dimana self image pengguna instagram dan tiktok berada pada kategori sedang, sedangkan self disclosure berada pada kategori tinggi. Hal ini bisa dipengaruhi oleh faktor self disclosure yaitu perasaan disukai yang mendorong seseorang untuk melakukan self disclosure sehingga self disclosure pada penelitian ini berada pada kategori tinggi (Handayani, 2022).

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ayun (Andina 2021) dimana dalam penelitian tersebut individu yang menggunakan media sosial mencoba untuk menunjukkan image yang positif tentang dirinya. Tidak hanya itu saja, mereka sering menampilkan identitas yang cerdas, bahagia ataupun kegiatan yang disukainya. Dengan

adanya media sosial individu bisa lebih terbuka tentang dirinya yang dibagikan melalui keterbukaan diri mereka untuk kelihatan eksis dalam bentuk foto atau video serta individu tersebut membagikan masalah pribadinya melalui bentuk tersirat (Ticoalu, 2013).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Johana, Lestari, & Fauziah, (2020) kesimpulannya bahwa keterbukaan diri atau self disclosure menggunakan Instagram oleh pengguna berlandaskan beberapa konsep diri yaitu sesuai pada kebutuhan individu. Dalam kebutuhan tersebut pengguna Instagram ialah sebagai wadah bercerita. Tujuan individu yang menggunakan Instagram ialah sebagai tempat berbagi aktifitas kehidupan sehari-hari, kegiatan atau informasi. Instagram juga sering digunakan untuk individu mengekspresikan apa yang sedang mereka rasakan (Sukmawati, 2016).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Landesri Andarwati (2016) terhadap siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil perhitungan analisis uji korelasi yang menunjukkan Koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) antara intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram dengan citra diri sebesar 0,298 dengan taraf signifikansi 0,03. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa meningkatnya atau tingginya intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram diikuti dengan meningkatnya citra diri atau dapat juga dikatakan bahwa tingginya intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram mempengaruhi citra diri siswa. Hubungan yang positif dan signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram maka semakin tinggi pula citra diri siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta, demikian juga sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram maka semakin rendah pula citra diri siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta.

Pada saat seseorang mempunyai penampilan dengan positif (James K.V Fleet 1997) dimana seseorang yang memiliki self image yang positif akan memiliki rasa percaya diri yang kuat, berorientasi pada ambisi yang kuat dan mampu menentukab sasaran hidup, terorganisir dengan baik dan efisien (tidak terombang-ambing lagi tanpa tujuan dari hari ke hari), bersikap mampu, memiliki kepribadian yang menyenangkan dan mampu mengendalikan diri sehingga pengguna media sosial instagran dan tiktok yang memiliki self image yang positif cenderung akan lebih mampu untuk mengekspos diri mereka ke public melalui sosial media yang mereka gunakan (Japar & Parida, 2018).

Pada hasil deskripsi kategori berdasarkan jenis kelamin ditemukan bahwa self image yang paling tinggi berada pada jenis kelamin perempuan.

Hasil penelitian menunjukkan, pengukuran tingkat self image pada pengguna Instagram dan tiktok berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi dua kategori. Kategori yang

pertama yakni kategori tinggi yang berjumlah 58 perempuan dengan persentase sebesar 40,6%. Dalam kategori sedang sebanyak 85 sampel perempuan dengan persentase 59,4%. Sedang pada laki-laki dikategori tinggi berjumlah 26 orang dengan persentase 40% dan sedang 39 orang dengan persentase 85%.

Hasil uji data tersebut dapat dimaknai bahwa sebagian besar sampel yang berjenis kelamin perempuan dan laki-laki memiliki tingkat self image di kategori sedang. Self image sendiri dalam teori dijelaskan sebagai sebuah gambaran atau pandangan mengenai realitas diri sendiri yang muncul karena adanya penilaian dari diri sendiri atau dari penilaian orang lain. Dalam hal ini, terdapat beberapa aspek yang dapat menjadi dasar penilaian atau timbulnya self image ada, diantara seperti: dunia fisik, dunia sosial dan dunia dalam/psikologis.

Berdasarkan kategori pada aspek dunia fisik self image berada pada kategori tinggi sebanyak 8 pengguna instagram dan tiktok. Sedangkan dalam aspek intention self disclosure sebanyak 159 pengguna. Dimana aspek dunia fisik memberikan pengertian tentang penilaian individu tentang dirinya sedangkan aspek intention memberikan pengertian bagaimana individu dapat mengontrol hal yang ingin dibagikan. Hal ini dapat diartikan bahwa individu dapat tetap melakukan self disclosure dengan memperhatikan hal yang ingin disampaikan atau yang ingin dibagikan melalui media sosial mereka.

Lalu selanjutnya pada aspek dunia dalam yang dimana pada kategori tinggi pada self image sebanyak 5 pengguna instagram dan tiktok. Sedangkan dalam aspek keakraban/intimacy sebanyak 157 pengguna instagram dan tiktok. Dimana dunia dalam memiliki pengertian bahwa individu dapat mengetahui kelebihanannya serta dapat mempersepsikan diri dengan melihat bagaimana dirinya (Salsabillah et al., 2021). Sedangkan aspek keakraban memiliki pengertian bahwa individu dapat mengungkapkan detail yang paling inti dalam hidupnya. Hal ini dapat diartikan bahwa individu dapat mengetahui apa yang menjadi kelebihanannya sehingga ia menyampaikan hal tersebut sedetail mungkin dilama sosial medianya (Minarsi et al., 2017).

## SIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dengan judul Pengaruh Self Image terhadap Self Disclosure pada pengguna Instagram dan Tiktok. Bahwa dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji hipotesis terkait apakah terdapat pengaruh self image terhadap self disclosure pada pengguna instagram dan tiktok  $0,403 < 0,005$  maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Self Image terhadap Self Disclosure pada pengguna Instagram dan Tiktok sebesar 0,162 atau 16,2%.

Berdasarkan pemaparan data penelitian diatas dapat diketahui bahwa mean empirik Variabel Self Image sebesar 40,38 sedangkan mean hipotetiknya sebesar 42. Adapun mean empirik Self Disclosure sebesar 81,37 sedangkan mean hipotiknya sebesar 55. Oleh karena itu, mean hipotetik Self Image dan Self Disclosure berada dibawah dari mean empirik nya. Apabila mean Empirik lebih kecil dari mean hipotetik artinya Self Image pengguna Instagram dan Tiktok lebih rendah, dan apa bila mean empirik lebih besar dari mean hipotetik artinya Self Disclosure tinggi

Berdasarkan kategorisasi aspek-aspek self image didapatkan bahwa aspek dengan kategorisasi tinggi paling banyak adalah aspek kesadaran sebanyak 46 (22,1%), dengan kategori sedang yaitu aspek tindakan yang berjumlah 3 (1,4), dengan kategori rendah yaitu aspek penerimaan berjumlah 51 (24,5%).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, V. R., & Nashori, F. (2021). Hubungan Antara Religiusitas Dan Efikasi Diri Dengan Stres Akademik Mahasiswa Farmasi. *Psychosophia: Journal Of Psychology, Religion, And Humanity*, 3(1), 36–55. <https://doi.org/10.32923/Psc.V3i1.1702>
- Antari, N. K. W., Jayanti, D. M. A. D., & Sanjiwani, A. A. S. (2023). Hubungan Resiliensi Dengan Tingkat Kecemasan Pasien Kanker Payudara Yang Menjalani Kemoterapi. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 11(2), 293–304.
- Arsi, G. A. (2019). *Resiliensi Pada Wanita Yang Melakukan Mastektomi Akibat Kanker Payudara*. Universitas Airlangga. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/94092>
- Azizah, M. A. (2022). *Pengaruh Social Comparison Dan Self Esteem Terhadap Body Image Remaja Akhir Di Dukuh Mangunan Klaten*. Universitas Widya Dharma.
- Dilla, I. F., & Susanti, R. (2022). Sabar Dan Stres Akademik Pada Mahasiswa. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.24014/Pib.V3i3.17382>
- Dinata, R. I., & Pratama, M. (2022). Hubungan Antara Social Comparison Dengan Body Image Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Tiktok. *Ranah Research: Journal Of Multidisciplinary Research And Development*, 4(3), 217–224.

<https://doi.org/https://doi.org/10.53682/Pj.V3i3.5669>

- Dita, E. A. (2018). *Terapi Kognitif Perilaku Religius Untuk Meningkatkan Resiliensi Pada Penderita Penyakit Kanker Payudara*.  
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/7958>
- Firmiana, M. E. (2019). Dukungan Sosial Dan Resiliensi Pada Pasien Kanker Dengan Keterbatasan Gerak. *Proceeding National Conference Psikologi Umg 2018*, 1(1), 47–66. <http://journal.umg.ac.id/index.php/proceeding/article/view/896>
- Handayani, H. H. H. (2022). A, The Mindfulness Sebagai Moderator Pada Hubungan Religiusitas Dengan Stress. *Jurnal Psikologi Islam*, 9(1).
- Herninandari, A., Elita, V., & Deli, H. (2023). Hubungan Kecerdasan Spiritual Dengan Resiliensi Pada Pasien Kanker Payudara Yang Menjalani Kemoterapi. *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah Stikes Kendal*, 13(4), 1387–1396.
- Japar, M., & Parida, D. (2018). Pembentukan Karakter Kemandirian Melalui Kegiatan Osis Di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 86–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.2317/Jpis.V28i1.6710>
- Jaya, P. Y., & Suryadi, D. (2020). Gambaran Resiliensi Perempuan Lajang Penderita Kanker Payudara. *Melenting Menjadi Resilien*.
- Mahendra, O. (2022). *Hubungan Dukungan Sosial Dan Penerimaan Diri Dengan Resiliensi Pada Penderita Kanker Payudara Di Rsud Arifin Achmad Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/58760>
- Minarsi, M., Nirwana, H., & Syukur, Y. (2017). Kontribusi Motivasi Menyelesaikan Masalah Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Strategi Pemecahan Masalah Siswa Sekolah Menengah. *Jppi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 3(2), 1–14. <https://doi.org/10.29210/02017113>
- Pranata, B. (2018). *Hubungan Antara Stres Akademik Dengan Perilaku Merokok Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa lain Salatiga Jurusan Pai Angkatan Tahun 2015) Skripsi*.
- Rabbani, M. R., & Wahyudi, H. (2023). Pengaruh Academic Self-Efficacy Terhadap Stress Akademik Mahasiswa Yang Sedang Mengerjakan Skripsi. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 3(1), 202–211. <https://doi.org/10.29313/Bcsp.V3i1.5188>
- Salsabillah, S., Azizah, A. F., Maliki, A., Hardjito, H., Mudzakir, J., & Sofiyah, S. (2021). Membangun Kreativitas Anak Di Masa Pandemi Covid-19 Bersama Anak-Anak Di Pos Baca Inpres Iv Kecamatan Larangan Kota Tangerang. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Lppm Umj*, 1(1).
- Sinaga, J., Sagala, R. W., Ferinia, R., & Hutagalung, S. (2021). Peran Fundamental Gembala

Bagi Guru Saat Pandemi Dalam Pembelajaran Online Berbasis Karakter: Tantangan Dan Sistem Pendukung. *Jurnal Pendidikan Agama Kristen (Jupak)*, 2(1), 13–35. <https://doi.org/10.52489/jupak.v2i1.61>

Sukmawati, S. F. (2016). *Hubungan Antara Kebersyukuran Dengan Kebermaknaan Hidup Pada Penyandang Tunadaksa Nonbawaan*.

Tari, A. P. L., & Nastiti, D. (2021). The Relationship Between Peer Social Support And Academic Stress During The Covid-19 Pandemic For Students Of The 3rd Semester Of Psychology And Educational Sciences At Muhammadiyah University Of Sidoarjo. *Academia Open*, 6, 10–21070. <https://doi.org/10.21070/acopen.6.2022.2193>

Ticoalu, L. K. (2013). Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Dan Komitmen Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).

Ulfah, E., Bakhtiar, B., & Irma, H. T. (2019). Resiliensi Wanita Penderita Kanker Payudara Stadium Lanjut. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 119–129. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.860>