



Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self-Disclosure* di Media Sosial pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area

Analysis of Factors Affecting Self-Disclosure in Social Media on Psychology Students of Medan Area University

Dewi Fortuna* & Siti Aisyah

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa psikologi stambuk 2018 sebanyak 376 mahasiswa. Sampel penelitian sebanyak 66 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan melalui skala faktor-faktor *self-disclosure* berdasarkan teori dari Devito (2014) meliputi: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Data dianalisis menggunakan analisis faktorial dengan bantuan program SPSS versi 23. Analisis faktorial digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui besaran kontribusi masing-masing faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Berdasarkan hasil analisis faktor menunjukkan bahwa masing-masing faktor memiliki kontribusi yang berbeda-beda. Faktor budaya memiliki persentase tertinggi sebesar 24%, faktor audiens memiliki persentase sebesar 24%, faktor topik sebesar 21%, faktor kepribadian memiliki persentase sebesar 19%, dan faktor jenis kelamin memiliki persentase sebesar 12%.

Kata Kunci: *Self-disclosure*; Media sosial; Mahasiswa.

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence self-disclosure on social media in Psychology students at the University of Medan Area. The population in this study were psychology students in 2018 with a total of 350 students. The sample was 66 students with the sampling technique using purposive sampling technique. Data was collected through a scale of self-disclosure factors based on the theory of Devito (2014) including: personality, culture, gender, audience, and topic. The method used in this study was a quantitative method. Data were analyzed using factorial analysis with SPSS version 23. Factorial analysis was used in this study to determine the contribution of each factor that influences self-disclosure on social media in Psychology students at the University of Medan Area. Based on the results of the factor analysis, it shows that each factor has a different contribution. The cultural factor has the highest percentage of 24%, the audience factor has a percentage of 24%, the topic factor is 21%, the personality factor has a percentage of 19%, and the gender factor has a percentage of 12%.

Keywords: *Self-Disclosure; Social Media; College Students.*

How to Cite: Fortuna, D & Aisyah, S. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self-Disclosure* di Media Sosial pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. *JOUSKA: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2) : 47-54

*E-mail: fortuna.asali@gmail.com

ISSN 2830-5833 (Online)

PENDAHULUAN

Internet telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk budaya, pekerjaan, dan cara berkomunikasi. Jika sebelumnya interaksi dilakukan secara tatap muka, kini media sosial hadir sebagai ruang virtual yang memfasilitasi interaksi sosial, kolaborasi, dan berbagi informasi dengan jangkauan lebih luas. Media sosial dapat berupa situs Web dan aplikasi teknologi yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi konten dan/atau berpartisipasi dalam jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, serta Tiktok (Wahyudi, 2021).

Platform media sosial mengalami peningkatan penggunaan sebesar 61% karena orang menggunakan platform tersebut untuk tetap terhubung dengan keluarga, teman dan kolega (Grover, Cheung, & Thatcher, 2020). Salah satu platform media sosial yang cukup populer digunakan pada saat ini yaitu media sosial Instagram. Berdasarkan data yang diperoleh dari website Datareportal, Instagram menempati posisi kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2022 yaitu sebesar 84,8%. Hingga Februari 2022 pengguna media sosial Instagram telah mencapai 99,15 juta pengguna di Indonesia, dengan mayoritas penggunaannya yaitu berusia 18-24 tahun. Sebanyak 52,3% pengguna merupakan perempuan dan 47,7% merupakan laki-laki.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, menambahkan filter digital, dan membagikannya kepada followers. Popularitasnya menjangkau berbagai kalangan, dari anak-anak hingga dewasa, berkat sistem pertemanan following-followers serta beragam fitur inovatif seperti story, reels, live video, dan close friend yang membuat pengguna tetap tertarik dan tidak mudah jenuh. Media sosial Instagram telah menjadi wadah bagi para penggunaannya untuk kepentingan yang berbeda-beda, seperti mencari informasi atau peristiwa terkini, mencari hiburan, mengisi waktu luang, menjalin interaksi sosial, berkomunikasi, memposting kegiatan sehari-hari dan berbagai kepentingan lainnya (Li, Wang, Li, & Che, 2016). Konten ataupun postingan yang dibuat oleh seseorang di akun Instagramnya seringkali berupa bentuk dari pengungkapan diri atau *Self-disclosure* (Cheung, Lee, & Chan, 2015)

Menurut DeVito (2014) *self-disclosure* atau pengungkapan diri merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi tentang diri kita kepada orang lain. Informasi yang diberikan dapat berupa nilai-nilai; keyakinan dan dorongan individu; perilaku individu atau kualitas diri; dan karakteristik individu. Istilah *self-disclosure* tidak hanya terbatas pada pengungkapan informasi yang biasanya kita sembunyikan, namun juga dapat merujuk pada informasi yang kita bagikan dengan siapa saja, seperti: memberikan *like* atau *dislike* pada suatu postingan orang lain; memposting *tweet* yang mengatakan sesuatu yang kita pikirkan; termasuk kesukaan kita terhadap makanan, buku atau musik yang kita dokumentasikan melalui media Pinterest atau Instagram (Greene, Derlega, & Mathews, 2006). *Self-disclosure* biasanya dilakukan hanya pada orang-orang tertentu yang sudah kita kenal dekat. Namun sekarang, *self-disclosure* tidak hanya dilakukan pada orang terdekat saja, tapi juga kepada orang yang tidak cukup dekat dengan kita, seperti *self-disclosure* yang dilakukan di media sosial.

Self-disclosure dapat bervariasi mulai dari hal yang kurang pribadi seperti memberitahu hobi atau minat hingga yang sangat terbuka dan sangat pribadi seperti memberitahu informasi mengenai masalah dalam hubungan keluarga yang sedang dialami. *Self-disclosure* melibatkan setidaknya satu individu lain dan dilakukan dengan sengaja (Omarzu, 2000). Untuk memenuhi syarat sebagai *self-disclosure*, informasi harus diterima dan dipahami oleh orang lain serta informasi tersebut harus bersifat fakta (DeVito, 2016). Informasi tentang diri dapat berupa informasi yang intim dan sangat sensitif seperti perasaan, pikiran, harapan, dan ketakutan pribadi, tetapi juga dapat berupa informasi yang kurang sensitif seperti selera dan preferensi (Masur, 2019).

Di Indonesia, kita bisa melihat banyak orang bisa dengan bebas dan mudah untuk mengekspresikan dirinya pada media sosial Instagram. Mulai dari mengungkapkan perasaan dan pendapat pribadinya hingga mendokumentasikan kehidupan sehari-harinya di media sosial yang dibagikan ke publik maupun para *followers*. Mengunggah foto atau video aktivitas sehari-hari di Instagram merupakan hal yang lumrah untuk dilakukan. Namun, tidak menutup kemungkinan

bagi penggunaannya untuk membagikan hal-hal yang bersifat sensitif yang tidak seharusnya dibagikan secara publik, seperti lokasi, identitas pribadi, ataupun konten sensitif lainnya.

Di satu sisi, *self-disclosure* membantu individu dalam meningkatkan pengetahuan tentang dirinya (*self-knowledge*) yang berujung pada peningkatan *self-awareness* serta membangun hubungan interpersonal dan komunikasi yang efektif (Taylor, Peplau, & Sears, 2006). Namun di sisi lain, *self-disclosure* yang kita lakukan juga bisa menimbulkan berbagai resiko. Resiko yang dialami individu ketika melakukan *self-disclosure* bisa berupa: resiko pribadi seperti mengalami penolakan atau mendapatkan kesan negatif oleh orang lain; resiko dalam relasi seperti penurunan ketertarikan satu sama lain dan penurunan kepercayaan; serta resiko dalam hubungan profesional seperti kesulitan dalam mencari pekerjaan ataupun pemecatan (Devito, 2014).

Self-disclosure di media sosial dapat mempermudah penjahat mempelajari informasi penting tentang diri seseorang, misalnya saat memposting foto perjalanan yang menandakan rumah sedang kosong, membagikan foto rumah atau hobi yang mengungkap kepemilikan barang berharga, hingga mengunggah informasi tentang anggota keluarga yang berpotensi mengekspos identitas dan lokasi mereka. Fenomena ini juga terjadi di kalangan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, yang cukup aktif menggunakan Instagram untuk memposting foto diri, video kegiatan sehari-hari, opini terkait isu terkini, perasaan pribadi, serta minat atau hobi. Alasan mereka melakukan *self-disclosure* beragam, mulai dari kesenangan pribadi, mengabadikan momen, mencari kesan positif dan jumlah like, merasa lebih lega, ingin lebih dikenal, hingga mengekspresikan pikiran dan perasaan. Berdasarkan wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area cenderung gemar melakukan *self-disclosure* di media sosialnya.

Namun tidak semua orang melakukan *self-disclosure* di media sosialnya. Beberapa orang hanya menggunakan media sosial secara pasif seperti untuk mencari informasi atau hanya sekedar melihat-lihat stories maupun postingan dari pengguna lainnya tanpa ikut serta membagikan hal-hal yang berkaitan dengan dirinya di media sosial. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi individu untuk melakukan *self-disclosure*, apa yang akan diungkapkan, dan kepada siapa individu tersebut mengungkapkannya. Menurut DeVito (2014), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *self-disclosure* yaitu: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Michele Alexandra (2020) dengan judul penelitian "Analisis Faktor Pengungkapan Diri Online (*Online Self Disclosure*) Pengguna Layanan Sharing di Instagram", hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi pengguna Listen.drp melakukan pengungkapan diri online, yaitu besaran kelompok, perasaan suka, kepribadian, topik, jenis kelamin, frekuensi penggunaan media, tujuan penggunaan media, dan rasa percaya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Kristina Ratriyani (2017) dengan judul penelitian "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tingkat *Self Disclosure* Melalui Aplikasi Jejaring Sosial Yogrt" menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat *self disclosure* dalam komunikasi melalui aplikasi Yogrt, yaitu faktor mitra dalam hubungan, keluasan dan kedalaman topik, serta kepribadian, yang terkait dengan extrovert dan introvert.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, topik, serta faktor-faktor lain seperti frekuensi penggunaan media, tujuan penggunaan, dan rasa percaya berperan dalam mendorong mahasiswa untuk melakukan atau tidak melakukan pengungkapan diri. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola *self-disclosure* mahasiswa di media sosial, baik dari sisi motivasi maupun risiko yang ditimbulkannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor *self-disclosure* menurut Devito (2014) yaitu: kepribadian, budaya, jenis kelamin, audiens, dan topik. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2018 sebanyak 376 mahasiswa. Sampel penelitian berjumlah 66 mahasiswa

dengan rentang usia 18-24 tahun, aktif menggunakan Instagram, dan pernah melakukan *self-disclosure* di media sosial Instagram. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

Alat pengumpulan data menggunakan skala dalam bentuk Skala Likert. Skala dibuat dengan 4 pilihan jawaban bergerak dari sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Adapun faktor jenis kelamin dibedakan dengan pengkodean berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin laki-laki dengan kode angka 1 dan jenis kelamin perempuan dengan kode angka 2.

Data dianalisis menggunakan analisis faktorial dengan bantuan program SPSS versi 23. Analisis faktorial digunakan mengetahui besaran kontribusi masing-masing faktor dalam mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area.

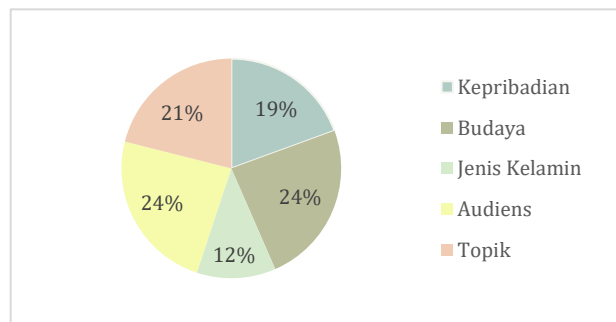
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan menunjukkan bahwa masing-masing faktor memiliki besaran kontribusi yang berbeda-beda dalam mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Hasil ekstraksi data masing-masing faktor dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Analisis Faktorial

| No. | Faktor | Extraction |
|-----|---------------|------------|
| 1 | Budaya | 0,894 |
| 2 | Audiens | 0,887 |
| 3 | Topik | 0,784 |
| 4 | Kepribadian | 0,723 |
| 5 | Jenis Kelamin | 0,433 |

Faktor budaya memiliki kontribusi tertinggi sebesar 0,894 atau 24%, faktor audiens sebesar 0,887 atau 24%, faktor topik sebesar 0,784 atau 21%, faktor kepribadian sebesar 0,723 atau 19%, dan faktor jenis kelamin sebesar 0,433 atau 12%.



Gambar 1. Persentase masing-masing faktor

1. Faktor Budaya

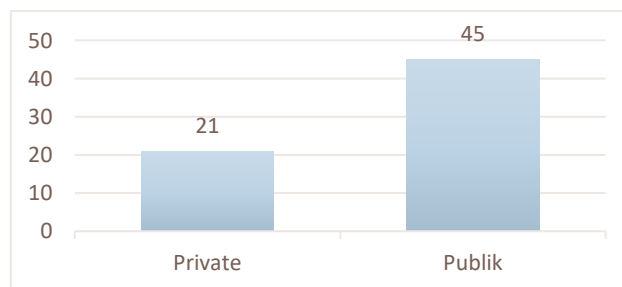
Faktor budaya memiliki kontribusi dengan persentase sebesar 24% dalam mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Media sosial saat ini telah menciptakan budaya baru dimana berbagi informasi di media sosial telah menjadi hal yang lumrah dan normal untuk dilakukan. Seperti kebiasaan membagikan foto diri ketika selesai melaksanakan seminar yang dilakukan oleh mahasiswa Psikologi ataupun kebiasaan membagikan momen kebersamaan dengan orang-orang terdekat di hari-hari tertentu seperti hari besar keagamaan, hari ulang tahun, dan sebagainya. Menurut E.B Tylor (dalam Setiadi et al., 2008) budaya merupakan suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, adat istiadat, dan kemampuan lain serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Banyak studi lintas budaya telah menemukan bahwa

budaya di suatu masyarakat dapat mempengaruhi *self-disclosure*. Di Barat, orang pada umumnya terlibat dalam *self-disclosure* yang lebih dalam daripada orang non-Barat. Penelitian yang dilakukan oleh Schug, Yuki, & Maddux (2010) menemukan bahwa orang Amerika mengungkapkan diri lebih banyak daripada orang Cina atau Jepang dengan target seperti orang tua, teman dekat, kenalan, dan orang asing. Di Indonesia banyak penelitian yang membandingkan antara budaya Jawa dan budaya Batak yang cenderung bertolak belakang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Boentoro dan Murwani (2018) menunjukkan bahwa budaya Jawa sebagai representasi budaya berkonteks tinggi memiliki tingkat keterbukaan diri yang lebih rendah daripada budaya Batak sebagai representasi budaya berkonteks rendah. Hal tersebut dikarenakan budaya Jawa merupakan budaya yang lebih implisit daripada budaya Batak dan mereka berbicara lebih sedikit mengenai diri mereka sendiri daripada yang dilakukan oleh budaya Batak.

2. Faktor Audiens

Faktor audiens memiliki kontribusi dengan persentase sebesar 24% dalam mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Audiens merupakan individu yang menjadi target dari pengungkapan diri seseorang. Dalam hal ini, audiens merupakan *followers* ataupun orang-orang yang dapat melihat postingan individu yang melakukan *self-disclosure* di media sosialnya. Audiens dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan *self-disclosure* di Instagram berdasarkan dukungan yang mereka berikan. Salah satu bentuk dukungan yang diberikan yaitu berupa *like* terhadap postingan di akun Instagram mereka. Dukungan yang mereka dapatkan ketika memposting sesuatu di Instagramnya membuat mereka pada akhirnya akan melakukan *self-disclosure* di kemudian hari. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nugrahwati & Dewi (2014) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara dukungan sosial teman sebaya dengan pengungkapan diri, yaitu semakin tinggi dukungan sosial maka semakin tinggi pula pengungkapan diri dan sebaliknya.

Demikian pula, orang akan lebih sering berbagi informasi pribadi jika mereka mengenal dan memercayai audiens mereka. Berdasarkan hasil penelitian diketahui pula bahwa dari total 66 mahasiswa, sebanyak 68% mahasiswa menggunakan pengaturan akun private di Instagramnya.



Gambar 2. Pengaturan akun Instagram

Hal ini mengindikasikan bahwa mereka cenderung membatasi hanya orang-orang tertentu seperti: teman sebaya, orang yang dikenal, orang yang dipercaya, serta keluarga yang dapat melihat postingan mereka di Instagram. Salehan, Kim, & Koo (2018) menemukan bahwa kepercayaan sosial secara positif terkait dengan perilaku berbagi informasi pribadi.

3. Faktor Topik

Faktor topik memiliki kontribusi dengan persentase sebesar 21% dalam mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Pada umumnya, topik yang lebih pribadi dan bersifat negatif lebih kecil kemungkinannya untuk diungkapkan di media sosial. Informasi seperti hobi, minat maupun preferensi musik akan lebih mudah diungkapkan daripada informasi mengenai kondisi keuangan. Informasi tersebut juga akan lebih diterima oleh orang lain dibanding informasi yang lebih personal dan bersifat negatif. *Self-disclosure* yang bersifat sangat personal dan cenderung negatif dianggap kurang tepat untuk dilakukan di media sosial dan dapat menjadi bumerang bagi individu yang melakukan *self-*

disclosure tersebut, seperti mengurangi ketertarikan sosial, mendapat penolakan serta penilaian negatif.

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa akun media sosial mahasiswa Psikologi yang menjadi responden pada penelitian ini, mereka lebih sering membagikan informasi mengenai hobi dan hubungan dengan teman-temannya di Instagram. Informasi mengenai pendidikan, hal-hal yang mereka sukai ataupun aktivitas yang sedang mereka lakukan lebih sering dibagikan di akun Instagram mereka dibandingkan informasi mengenai kondisi keuangan. Ketika informasi yang mereka bagikan lebih bersifat personal serta dikhawatirkan akan menimbulkan respon negatif dari audiens, maka mereka akan menggunakan fitur close friend untuk membagikan informasi tersebut.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ma, Hancock, & Naaman (2016) yang menyatakan bahwa informasi yang bersifat negatif memoderasi pengungkapan di semua pengaturan. Orang cenderung tidak membagikan informasi pribadi yang bersifat negatif daripada positif. Hasil ini juga konsisten dengan temuan dari Bazarova (2012) yang menunjukkan tingkat keintiman pengungkapan berpengaruh terhadap *self-disclosure* di media sosial. Orang berpikir valensi negatif kurang tepat untuk diungkapkan di Facebook dan di media lainnya, sehingga hal ini mempengaruhi mereka untuk memilih topik yang lebih sesuai untuk diungkapkan secara publik di media sosial.

4. Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian memiliki kontribusi dengan persentase sebesar 19% dalam mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Kepribadian menggambarkan kualitas gabungan yang membentuk karakter unik seseorang, dan dianggap stabil dari waktu ke waktu. Hal ini dianggap sebagai pengaruh kunci yang menentukan sikap dan perilaku seseorang. Allport memandang kepribadian sebagai organisasi dinamik dalam sistem psikofisik individu yang menentukan penyesuaiannya yang unik dengan lingkungannya. Allport menyatakan struktur kepribadian individu dalam sifat-sifatnya (*traits*) yang dimiliki setiap individu dan dengan adanya *traits* tersebut akan mendorong bagaimana individu bertingkah laku (Alwisol, 2009).

Menurut Devito (2014) orang yang sangat ramah dan ekstrovert cenderung mengungkapkan diri lebih banyak daripada mereka yang kurang ramah dan lebih tertutup. Orang yang takut berbicara pada umumnya juga kurang membuka diri dibandingkan orang yang lebih nyaman dalam berkomunikasi. Kepribadian extrovert mengacu pada mereka yang terbuka dan suka menjadi pusat perhatian dalam sekelompok orang. Ekstrovert cenderung memiliki emosi positif, kemampuan bersosialisasi, dan aktivitas sosial tingkat tinggi. Mereka merasa nyaman di sekitar orang lain dan bersedia memulai percakapan dengan orang baru. Mengingat bahwa orang yang ekstrovert memiliki emosionalitas positif dan memiliki keinginan untuk membangun jaringan sosial yang lebih luas, sangat mungkin bahwa orang-orang seperti ini melakukan pengungkapan diri di media sosial dibandingkan orang introvert yang pada umumnya kurang dalam interaksi sosial khususnya di media sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Loiacono (2014) menyatakan bahwa kepribadian memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan seseorang untuk mengungkapkan diri. Tingkat ekstraversi seseorang memiliki dampak positif pada kesediaan orang tersebut untuk mengungkapkan informasi pribadi di media sosial. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzia, Maslihah, & Ihsan (2019) yang menunjukkan bahwa tipe kepribadian extraversion dan neuroticism memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna Instagram. Dengan kata lain, tipe kepribadian merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan diri seseorang terutama ketika sedang berkomunikasi di media sosial.

5. Faktor Jenis Kelamin

Faktor jenis kelamin memiliki kontribusi dengan persentase sebesar 12% dalam mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Jenis kelamin didefinisikan sebagai seks yang merupakan perbedaan secara biologis, baik fungsi organ dalam maupun organ luar ditandai 46 oleh perbedaan anatomi tubuh dan genetiknya serta perbedaan tersebut dapat diketahui melalui ciri-ciri fisik (Taylor, Peplau, & Sears, 2006). Perbedaan kategori biologi antara laki-laki dan perempuan juga menghasilkan praktik kulutral yang berupa pola pengasuhan pada anak, peran, stereotip, dan ideologi peran seks yang mengarah pada tindakan pemisahan antara laki-laki dan perempuan. Peran adalah seperangkat perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam posisi sosial tertentu. Ekspektasi untuk perilaku laki-laki dan perempuan membentuk peran gender suatu budaya, atau norma tentang bagaimana perempuan dan laki-laki seharusnya bertindak. Perbedaan jenis kelamin dalam pengungkapan diri sering dijelaskan oleh teori peran gender (Floyd, 2011). Peran gender maskulin yang biasanya diberikan kepada laki-laki lebih menekankan pada kekuatan, dominasi persaingan dan pemikiran logis. Maskulinitas yang tinggi membuat seseorang cenderung untuk tampil tangguh, objektif, tidak sentimentil dan tidak ekspresif secara emosional. Oleh karena itu, laki-laki yang cenderung maskulin membuat mereka kurang memungkinkan untuk mengakui atau mengungkapkan perasaan serta pengalamannya secara luas dan dalam kepada orang lain. Sedangkan peran gender feminin biasanya diberikan kepada perempuan yang lebih menekankan perilaku ekspresif dan pengasuhan. Perempuan yang cenderung feminin memiliki sifat lemah lembut serta lebih ekspresif secara emosional yang membuatnya lebih mungkin untuk melakukan pengungkapan diri kepada orang lain dengan tujuan untuk mengekspresikan perasaannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tami (2019) menunjukkan bahwa ada perbedaan pengungkapan diri (*self-disclosure*) yang signifikan ditinjau dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan pada pengguna Instagram, dimana perempuan lebih sering melakukan *self-disclosure* dibanding laki-laki. Penelitian yang dilakukan Yulianingsih (2015) juga menunjukkan bahwa ada perbedaan pengungkapan diri yang signifikan antara laki-laki dan perempuan pada pengguna Facebook. Perempuan menunjukkan perilaku pengungkapan diri sebesar 47% sedangkan laki-laki sebesar 27%.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor budaya dan faktor audiens memiliki persentase tertinggi dalam mempengaruhi *self-disclosure* di media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Media sosial saat ini telah menciptakan budaya baru dimana berbagi informasi di media sosial telah menjadi hal yang lumrah dan normal untuk dilakukan. Seperti kebiasaan membagikan foto diri ketika selesai melaksanakan seminar yang dilakukan oleh mahasiswa Psikologi ataupun kebiasaan membagikan momen kebersamaan dengan orang-orang terdekat di hari-hari tertentu seperti hari besar keagamaan, hari ulang tahun, dan sebagainya. Begitu pun dengan dukungan yang diberikan oleh audiens berupa like dan dukungan positif lainnya ketika seseorang melakukan *self-disclosure* di media sosial. Pemberian dukungan dapat membuat seseorang pada akhirnya akan melakukan *self-disclosure* di kemudian hari. Sedangkan faktor jenis kelamin memiliki persentase terendah, hal ini mungkin dikarenakan data yang didapat merupakan data nominal, hanya pengklasifikasian antara laki-laki dan perempuan. Sehingga penskorangan hanya berdasarkan kategorisasi saja dimana laki-laki diberikan skor 1 dan perempuan diberikan skor 2. Hal ini tentu saja berdampak pada rendahnya nilai persentase dari faktor jenis kelamin jika dibandingkan dengan skor total faktor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandra, M. (2020). "Analisis Faktor Pengungkapan Diri Online (Online Self Disclosure) Pengguna Layanan Sharing Di Instagram". *Skripsi*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Alwisol. (2009). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Bazarova, N. N. (2012). Public Intimacy: Disclosure Interpretation and Social Judgments on Facebook. *Journal of Communication*, 62(5), 815-832.
- Boentoro, R. D., & Murwani, E. (2018). Perbedaan Tingkat Keterbukaan Diri Berdasarkan Konteks Budaya dan Jenis Hubungan. *Warta ISKI*, 1(1), 41-50.

- Cheung, C., Lee, Z. W., & Chan, T. K. (2015). Self-Disclosure in Social Networking Sites. *Internet Research*, 25(2), 279-299.
- Devito, J. A. (2014). *Interpersonal Messages* (3rd ed.). Pearson.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). United States of America: Pearson.
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 3(3), 151-160.
- Floyd, K. (2011). *Interpersonal Communication*. New York: McGraw Hill.
- Greene, K., Derlega, V. J., & Mathews, A. (2006). Self-Disclosure in Personal Relationships. In V. A. & P. D., *The Cambridge Handbook of Personal Relationships* (pp. 409-427). New York: Cambridge University Press.
- Grover, T. N., Cheung, C. M., & Thatcher, J. B. (2020). Inside Out and Outside In: How the COVID-19 Pandemic Affects Self-Disclosure on Social Media. *International Journal of Information Management*, 55, 1-5.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved Maret 28, 2022, from datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Li, K., Wang, X., Li, K., & Che, J. (2016). Information Privacy Disclosure on Social Network Sites: An Empirical Investigation From Social Exchange Perspective. *Nankai Business Review International*, 7(3), 282-300.
- Loiacono, E. T. (2014). Self-Disclosure Behavior on Social Networking Web Sites. *International Journal of Electronic Commerce, Vol 19*(2), 66-94.
- Ma, X., Hancock, J., & Naaman, M. (2016). Anonymity, Intimacy and Self-Disclosure in Social Media. In *Proceeding of the 2016 International CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 07-12 Mei 2016* (pp. 3857-3869). San Jose, California, USA: ACM.
- Masur, P. K. (2019). *Situational Privacy and Self-Disclosure: Communication Processes in Online Environments*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Nugrahwati, R., & Dewi, K. S. (2014). Pengungkapan Diri Ditinjau Dari Dukungan Sosial Teman Sebaya Pada Mahasiswa Tahun Pertama Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 3(4), 536-546.
- Omarzu, J. (2000). A Disclosure Decision Model: Determining How and When Individuals Will Self-Disclosure. *Personality and Social Psychology Review*, 4(2), 174-185.
- Ratriyani, K. (2017). "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Self Disclosure Melalui Aplikasi Jejaring Sosial Yogr". *Skripsi*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Salehan, M., Kim, D. J., & Koo, C. (2018). A Study of The Effect of Social Trust, Trust in Social Networking Services, and Sharing Attitude, on Two Dimensions of Personal Information Sharing Behavior. *Journal Supercomputer*, 74, 3596-3619.
- Schug, J. A., Yuki, M., & Maddux, W. (2010). Relational Mobility Explains Between-and Within-Culture Differences in Self-Disclosure to Close Friends. *Psychological Science*, 60, 870-883.
- Setiadi, E. M., Hakam, K. A., & Effendi, R. (2008). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Tami, R. (2019). Perbedaan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Ditinjau Dari Tipe Kepribadian dan Jenis Kelamin pada Pengguna Instagram. *Skripsi*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasi Riau.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2006). *Social Psychology* (12th ed.). USA: Pearson Education.
- Wahyudi. (2021). *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Sosial*. Yogyakarta: Bildung.
- Yuliningsih, R. T. (2015). Perbedaan Pengungkapan Diri Dalam Media Sosial Online (Facebook) Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Skripsi*. Semarang: Universitas Kristen Satya Wacana.