

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, teknologi semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Banyak kemudahan yang didapatkan melalui gawai yang diproduksi oleh berbagai macam perusahaan elektronik. Dalam penggunaannya, internet sering dipakai untuk menjadi media pembelajaran, mencari informasi, *e-commerce*, dan juga untuk menggunakan media sosial.

Hampir seluruh masyarakat di dunia terhubung melalui media sosial. Orang biasa yang berbagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, pemikiran, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Media sosial menyediakan tempat dimana orang-orang dapat membuat topeng yang ingin mereka tunjukkan pada dunia.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna jejaring sosial yang tergolong aktif. Dalam sebuah penelitian terbaru yang dilakukan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite*, terungkap bahwa masyarakat Indonesia sangat sering mengakses media sosial. Tercatat, setidaknya kini ada sekitar 130 juta masyarakat Indonesia yang aktif di berbagai media sosial, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter dan lainnya. Pada Januari 2018, total penduduk Indonesia berjumlah 265,4 juta, sedangkan pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta. Jika dibandingkan dengan total penduduk Indonesia, ini berarti sekitar 48% penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial. Mengenai jumlah waktu yang dihabiskan oleh masyarakat Indonesia, rata-rata setiap harinya lama waktu satu orang untuk menggunakan media sosial dari berbagai perangkat mencapai 3 jam 23 menit per hari (Kompas.com, 4/2/2019).

Total pengguna aktif Instagram bulanan di Indonesia mencapai 53 juta dengan presentase 49% wanita dan 51% adalah pria. Dirangkum dari *We Are Social*, YouTube menempati posisi pertama dengan persentase 43%, Facebook, WhatsApp, dan Instagram mengikuti di posisi kedua hingga keempat secara berturut-turut. Sebanyak 41% pengguna media sosial Indonesia mengaku sering menggunakan Facebook, 40% sering menggunakan WhatsApp, dan 38% mengaku sering mengakses Instagram. Pengguna yang mengaku sering mengakses Line sebanyak 33%, dan menempatkannya di posisi kelima. (Kompas.com, 1/3/2018). Media sosial mendominasi konten internet sebagai yang paling sering diakses.

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2018, hampir separuh dari total pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam kelompok usia 19-34 tahun (49,52%) (JawaPos.com, 20/2/2018). Berdasarkan wilayah pada tahun 2017, lebih dari separuh atau 58,08% pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 berada di Pulau Jawa. (Kompas.com, 22/2/2018). Pengguna Facebook terbesar terdapat di Kota dan Kabupaten Bandung, dengan jumlah hampir 3 juta pengguna atau sekitar 30% dari total pengguna Facebook di Jawa Barat. Bandung juga merupakan pengguna Twitter terbesar ke-6 di dunia (Kompas.com, 2/3/2018).

Media sosial membuka kemungkinan baru untuk membagikan informasi pribadi dengan jaringan daring dan juga jutaan orang secara rutin melakukan *self-disclosure* di media sosial mereka. Dari mulai mengekspresikan perasaan pribadi secara mendalam dan juga opini untuk mendokumentasikan detail pribadi dari kehidupan sehari-hari. Orang-orang yang melakukan keterbukaan diri seperti itu membuat batas dari privasi pribadi dan apa yang dapat dipublikasikan kepada orang banyak menjadi tidak jelas.

Contoh salah satu media sosial yang sering diteliti adalah Facebook. Penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mendorong informan menuliskan status di Facebook karena mereka merasa lebih lega dan tidak merasa malu mencurahkan perasaan mereka

dibandingkan dengan cara *face to face* (Johnson,2001; Levine, 2000 dalam DeVito, 2012). Facebook juga sebagai ajang untuk menunjukkan eksistensi diri kepada teman-teman mereka, karena lewat Facebook mereka dapat mengekspresikan siapa diri mereka kepada khalayak luas dengan cara menuliskan status tentang semua aktivitas mereka, maupun kelebihan-kelebihan yang ada pada mereka tanpa merasa malu (Arnun, 2014).

Sebagai makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan sesama, manusia hendaknya dapat mengontrol perilaku pengungkapan diri sehingga tidak mengganggu keharmonisan hubungan antar manusia terutama dalam pengungkapan diri di media sosial. Dapat diketahui bahwa pengungkapan diri secara daring mempunyai manfaat positif dan negatif. Manfaat positif pengungkapan diri seperti memberikan kesempatan bagi seseorang untuk mengeksplor identitasnya, menemukan dukungan dan informasi mengenai isu sensitif tentang perkembangan, mengembangkan sebuah hubungan dan dapat menjaga keterhubungan sosial dengan orang yang sudah dikenal (Valkenburg & Peter, 2009; Valkenburg & Peter, 2011).

Penelitian lain oleh Setyani (2013) juga menyebutkan bahwa media sosial memudahkan komunitas dalam penyebaran informasi untuk memperluas jaringan tanpa memikirkan jarak, ruang, dan waktu. Sedangkan hal negatif dari pengungkapan diri terjadi ketika seseorang secara sembarangan membagikan informasi pribadi secara online, karena informasi pribadi yang dibagikan secara online dapat dengan mudah dilihat, ditiru, dan diunduh oleh orang lain (Cavoukian, 2009). Dalam penelitian Creighton, Foster, Klingsmith, dan Withey (2013), mahasiswa menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan teman-temannya sekaligus menyelesaikan tugas yang diberikan melalui media sosial. Penelitian tersebut mengatakan bahwa mahasiswa menggunakan media sosial juga untuk mendukung kesuksesan akademik mereka.

Perilaku membagikan informasi tersebut dinamakan *self-disclosure*. Wheelless dan Grotz (1976) mengungkapkan bahwa *self-disclosure* merupakan pesan apapun tentang diri

yang dikomunikasikan kepada orang lain. Akibatnya, setiap pesan mungkin memiliki potensi yang bervariasi dalam tingkat pengungkapan diri tergantung pada persepsi dari pesan yang disampaikan. Individu yang kurang memiliki pengungkapan diri cenderung untuk menarik diri dan menghindari komunikasi, ditambah dengan harga diri rendah, akan mempengaruhi pola komunikasi dalam pengungkapan diri. *Self-disclosure* dalam hal ini bisa menjadi sesuatu hal yang positif dan juga negatif.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dikatakan Johnson (1981) menunjukkan bahwa individu yang mampu membuka diri akan dapat mengungkapkan diri dengan tepat, terbukti mampu menyesuaikan diri (adaptif), lebih percaya diri, lebih kompeten, dapat diandalkan, mampu bersikap positif, percaya terhadap orang lain, lebih objektif, dan terbuka. Sebaliknya, individu yang kurang mampu membuka diri terbukti tidak mampu menyesuaikan diri, kurang percaya diri, timbul perasaan takut, cemas, merasa rendah diri, tertutup. Dengan kata lain, orang yang introvert cenderung sulit untuk mengungkapkan diri dan yang ekstrovert cenderung mudah untuk mengungkapkan diri. Menurut penelitian Xie dan Kang (2015), *self-disclosure* merupakan mesin natural untuk pengungkapan diri karena memudahkan dan mempersilakan pengguna untuk membagikan informasi dengan orang lain secara instan dan nyaman. Pada aplikasi *facebook*, misalnya, para pengguna diberikan tempat untuk membagikan foto ataupun apa yang sedang mereka pikirkan melalui status.

Banyak orang menggunakan media sosial untuk membangun hubungan sosial yang mengarah pada *self-disclosure*. Semakin media sosial mendukung penyebaran informasi personal, maka semakin juga orang-orang tertarik untuk menggunakan media sosial karena hal tersebut merupakan hal natural dimana orang tertarik untuk belajar dan mengetahui tentang orang lain. Meskipun begitu, perilaku ini mengarah pada mereka yang akan melakukan *self-disclosure* terhadap informasi pribadi mereka tanpa disadari. Pemahaman ini mengimplikasikan bahwa ketika seseorang memberikan pemikiran pribadinya, muncul

perasaan bahwa orang-orang disekelilingnya di media sosial akan memberikannya keuntungan secara psikologis (Kanwal, Chong, Lashari, & Pitafi, 2018). Penggunaan media sosial yang tidak hati-hati akan menimbulkan penyesalan pada penggunanya. Hal ini dapat menyebabkan komunikasi daring yang tidak sehat seperti menghapus foto dan komentar, mengunggah informasi yang palsu, bahkan sampai tidak menggunakan media sosial lagi (Das & Kramer, 2013).

Penelitian Loiacono, Carey, Misch, Spencer, & Speranza (2012) mengatakan bahwa kepribadian memengaruhi keputusan seseorang untuk membagikan informasi personal di media sosial yang digunakan. Ryckman (2004, dalam Loiacono et al. 2012) mengatakan bahwa kepribadian menggambarkan karakteristik seseorang yang secara unik memengaruhi kognisi, perasaan, dan perilaku dalam berbagai situasi. Kepribadian manusia dapat dilihat dari berbagai teori. Salah satu teori yang dapat digunakan untuk melihat kepribadian adalah melalui *Big Five Theory* yang dikemukakan oleh McCrae dan Costa (2003).

McCrae dan Costa (2003) menggolongkan tipe kepribadian menjadi lima dimensi kepribadian utama yang disebut dengan *The Big Five Personality*. Hal ini terdiri dari *extraversion* yaitu hasrat untuk menjalin hubungan dengan dunia luar, *openness to experience* yaitu keterbukaan terhadap pengalaman baru, *conscientiousness* yaitu kesadaran diri sendiri, *neuroticism* yaitu kecenderungan mengalami gangguan psikis, dan *agreeableness* yaitu kecenderungan untuk menyetujui pandangan orang lain.

Dalam menjalin hubungan sosial kelima domain faktor dalam *Big Five Personality* memiliki ciri khas masing-masing sesuai dengan karakter dominan pada setiap individu. Seorang individu dominan *Extraversion*, misalnya, memiliki minat untuk menjalin hubungan interpersonal yang cukup besar karena individu dengan dominan *Extraversion* adalah individu yang ramah dan senang bergaul. Individu dengan dominan *Neuroticism* yang tinggi memiliki kecenderungan menghindar dalam menjalin hubungan dan kurang dapat berkomitmen dalam

hubungan interpersonal. *Neuroticism* menurut McCrae dan Costa (2003) disebut juga *Emotional Instability*, trait ini menilai kestabilan dan ketidakstabilan emosi, menggambarkan seseorang yang mempunyai masalah dengan emosi yang bersifat negatif dan secara emosional mereka labil. Begitu pula dengan ketiga domain trait lainnya, masing-masing memiliki kecenderungan dalam menjalin bentuk hubungan interpersonal. Ketika sifat dasar individu berkorelasi dengan perilaku dalam setiap segi kehidupan maka, sifat dasar inilah yang juga menjadi salah satu penentu dalam hal mengungkapkan diri yang juga digunakan dalam interaksi seseorang di media sosial (Chen, Widjaja, & Yen, 2015).

Berdasarkan penelitian Schmit (2012), ditemukan tiga dari lima trait kepribadian *big five* yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan diri pada media sosial facebook, yaitu *extraversion*, *neuroticism*, dan *openness to experience*. Moore dan McElroy serta Amichai-Hamburger dan Vinitzky menemukan penemuan tentang kaitan *agreeableness* dan media sosial. Mereka menemukan bahwa orang yang memiliki *agreeableness* yang tinggi sering membuat posting tentang diri mereka sendiri dan mengunggah foto yang lebih banyak (dalam Schmit, 2012).

Loiacono et.al. (2012) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *extraversion* dan *conscientiousness* yang tinggi akan berpengaruh pada tingginya keinginan untuk melakukan *self-disclosure* di media sosial. Penemuan ini memperlihatkan bahwa orang yang *extrovert* akan memberikan informasi pribadi mengenai diri mereka di media sosial meskipun penemuan ini bertentangan dengan penelitian Amichai-Hamburger dan Vinitzky (2010) yang menyatakan bahwa orang yang *extrovert* tidak membutuhkan untuk membuka diri di media sosial karena mereka tidak perlu mempromosikan diri mereka di media sosial.

Frekuensi menggunakan Instagram juga memengaruhi orang yang memiliki trait *agreeableness* tinggi ketika mereka menggunakan instagram dengan sering. Mereka juga dapat secara mudah bergaul dengan teman-teman virtual mereka, menyambut pertemanan

dan kepercayaan dengan teman-teman virtual mereka. Penggunaan instagram juga dapat meningkatkan tingkat *agreeableness* seseorang, yang menjadikan hal ini sebagai kontribusi untuk menjadi seseorang yang lebih baik. Serupa pula dengan trait *conscientiousness* tinggi pada seseorang, mereka tidak mudah terpengaruh dengan penggunaan dari sosial media. *Conscientiousness* terlihat berhubungan negatif dengan penggunaan internet (Wilson, Fornasier, & White, 2010).

Telah dibahas di awal bahwa sebagian besar orang yang menggunakan media sosial merupakan orang-orang yang berada di tahap dewasa awal. Mahasiswa merupakan orang di tahap dewasa awal yang sering menggunakan media sosial dalam kesehariannya. Salah satunya adalah mahasiswadi Universitas “X” yang ingin diteliti. Universitas “X” merupakan salah satu universitas swasta di kota Bandung yang telah berdiri selama 54 tahun. Universitas “X” memiliki total mahasiswa aktif sebanyak kurang lebih 6000 mahasiswa S1 yang ada di dalam 9 fakultas yaitu fakultas kedokteran, teknik, sastra, ekonomi, teknologi informatika, seni rupa dan desain, hukum, dan kedokteran gigi.

Pada kesehariannya, mahasiswa menggunakan media sosialnya secara cukup intens dilihat dari survey awal yang dilakukan kepada 13 mahasiswa di Universitas “X”. Media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram (100%), Line (92%), WhatsApp (100%), dan Twitter (38%). Di media sosial, mereka biasanya membagikan konten seperti kegiatan sehari-hari, kebersamaan dengan kerabat, olahraga, kuliner, humor, promosi, cerita, nasihat, dan pencapaian pribadi. Sebanyak 7 orang mengungkapkan bahwa mereka mengungkapkan hal-hal yang bersifat pribadi. Hal pribadinya adalah mengenai masalah ataupun kejadian yang dialami sehari-hari, yang tidak memalukan, dan juga foto-foto kegiatan yang sedang dilakukan. Alasan mahasiswa menggunakan media sosial adalah untuk mengerjakan tugas di kelas, mencari referensi, bercerita kepada teman-teman mereka yang tidak bisa ditemui secara langsung, dan juga untuk mencari berita-berita terkini. Peneliti

melihat bahwa dari segi konten yang dibagikan oleh para mahasiswa tersebut, 54% mahasiswa mengungkapkan hal-hal yang bersifat pribadi di media sosial mereka. Berdasarkan jurnal-jurnal yang ditemukan, kepribadian memiliki pengaruh terhadap *self-disclosure* saat menggunakan media sosial.

Keterbukaan diri (*self-disclosure*) merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dalam interaksi sosial. Individu yang terampil melakukan keterbukaan diri (*self-disclosure*) mempunyai ciri-ciri yakni memiliki rasa tertarik kepada orang lain daripada mereka yang kurang terbuka, percaya diri sendiri, dan percaya pada orang lain. Menurut Lumsden dan Lumsden (1996) *self-disclosure* dapat membantu seseorang berkomunikasi dengan orang lain, meningkatkan kepercayaan diri serta hubungan menjadi lebih akrab. Selain itu, *self-disclosure* dapat melepaskan perasaan bersalah dan cemas. Tanpa *self-disclosure*, individu cenderung mendapat penerimaan sosial kurang baik sehingga berpengaruh pada perkembangan kepribadiannya.

Chen et al. (2015) mengidentifikasi beberapa pola yang menarik dari *self-disclosure* pada media sosial. *Self-disclosure* membawa efek yang positif pada dimensi jumlah pada *self-disclosure* mahasiswa yang diteliti. Mahasiswa dengan kepribadian ekstrovert akan melakukan *self-disclosure* mengenai informasi pribadi kepada orang-orang dengan jumlah informasi yang lebih banyak. *Self-disclosure* juga tidak hanya dilakukan di dunia nyata namun dilakukan juga di dalam interaksi di dunia maya melalui media sosial. Dalam penelitian mengenai faktor kepribadian (khususnya *extraversion* dan juga *neuroticism*), kepribadian berperan sebagai prediktor yang paling potensial dari penggunaan media sosial dan perilaku *self-disclosure* (Schrammel et al., 2009; Zywicki & Danowski, 2008).

Peneliti melihat banyak perilaku *self-disclosure* yang dilakukan mahasiswa Universitas "X" di Bandung yang sering menceritakan mengenai kesehariannya dan juga hal-hal pribadi lainnya di media sosial mereka. Ada juga yang sampai mengunggah banyak foto

dalam satu hari tentang kegiatan yang dilakukan. Tak jarang ada yang mengungkapkan apa yang mereka rasakan secara jelas di media sosial mereka, yang mungkin untuk beberapa orang, hal tersebut tidak sepatutnya untuk dipublikasikan di media sosial. Hal ini akan mengundang banyak pembicaraan mengenai mahasiswa-mahasiswa tersebut dan menimbulkan ketidaknyamanan juga kerugian bagi mahasiswa tersebut. Tetapi, di sisi lain *self-disclosure* tidak berarti negatif karena ada juga dampak positif yang akan diterima oleh seseorang karena adanya kebutuhan psikologis seseorang seperti adanya dukungan sosial yang didapatkan jika seseorang mengungkapkan sesuatu hal pribadi di media sosial akan terpenuhi (Lee et.al., 2011).

Dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar kontribusi kepribadian terhadap *self-disclosure* yang dilakukan seseorang di media sosial. Maka dari itu, peneliti ingin melakukan penelitian “Kontribusi Trait *Big Five Personality* terhadap *Self-disclosure* pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Universitas “X” Kota Bandung.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang ingin diteliti adalah bagaimana Kontribusi Trait *Big Five Personality* terhadap *Self-disclosure* pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Universitas “X” Kota Bandung.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran mengenai kontribusi trait *big five personality* terhadap derajat *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna media sosial.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh gambaran mengenai kontribusi trait kepribadian *big five personality* terhadap derajat *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna media sosial melalui kelima jenis trait *big five personality* dan juga dimensi *self-disclosure*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoretis

- Menjadi bahan untuk penelitian sejenisnya dan mendorong peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kontribusi tipe kepribadian *big five* terhadap derajat *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna media sosial.
- Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menyumbang untuk kemajuan dan pengembangan ilmu Psikologi

1.4.2. Kegunaan Praktis

- Memberikan informasi kepada para mahasiswa tentang peranan dari kepribadian *big five* pada *self-disclosure* di media sosial.
- Memberikan informasi kepada para mahasiswa mengenai *self-disclosure* pada media sosial agar mahasiswa juga mengetahui adanya *self-disclosure* di dalam penggunaan media sosial dan tatap muka.
- Memberikan informasi kepada mahasiswa mengenai adanya kontribusi dari trait *Big Five Personality* terhadap pengungkapan diri mereka di media sosial yang mereka gunakan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Mahasiswa lebih merasa dewasa, punya banyak pilihan terhadap mata kuliah yang ingin diambil, punya lebih banyak waktu untuk bergaul dengan teman-teman, punya

kesempatan yang lebih besar untuk mengeksplorasi nilai dan gaya hidup yang beragam, menikmati kebebasan yang lebih besar dari pantauan orang tua, dan tertantang secara intelektual oleh tugas-tugas akademis. Dalam kehidupannya sehari-hari, mahasiswa secara intensif menggunakan media sosial. Media sosial digunakan oleh Mahasiswa di Universitas “X” Bandung untuk berkomunikasi, membagikan kegiatan sehari-hari, kebersamaan dengan kerabat, olahraga, kuliner, humor, promosi, cerita, nasihat, dan pencapaian pribadi yang didapatkan. Penggunaan media sosial pada masa kini menumbuhkan efek yang positif dan negatif. Hal tersebut dapat dilihat dari pengungkapan diri yang mereka lakukan di media sosial.

Wheeless dan Grotz (1976) mengungkapkan bahwa *self-disclosure* merupakan pesan apapun tentang diri yang dikomunikasikan kepada orang lain. Akibatnya, setiap pesan mungkin memiliki potensi yang bervariasi dalam tingkat pengungkapan diri tergantung pada persepsi dari pesan yang disampaikan. Banyak orang yang menggunakan media sosial untuk mengungkapkan informasi tentang diri mereka. *Self-disclosure* di media sosial berbeda dengan *self disclosure* secara tatap muka. *Self-disclosure* di media sosial memungkinkan kita mengungkapkan diri kepada banyak orang, sedangkan *self-disclosure* secara tatap muka pada satu orang ataupun kelompok kecil. Meskipun demikian, *self disclosure* secara tatap muka dapat digunakan dalam setting publik pada orang banyak, seperti pada konferensi, rapat, ataupun dalam kelas. Namun dalam tatap muka, lawan bicara secara fisik hadir dan orang yang akan melakukan pengungkapan diri dapat melihat penonton mereka. Berbeda dengan *self-disclosure* secara daring, orang yang melakukan pengungkapan diri tidak dapat melihat siapa lawan bicara mereka dibalik layar ponsel. Mereka hanya membayangkan siapa lawan bicara mereka berdasarkan asumsi tentang lawan bicara ketika merangkai pesan yang akan mereka kirim. Dalam beberapa waktu, mereka membayangkan penonton mereka adalah orang yang benar-benar tidak mereka kenal, sedangkan mereka juga akan membayangkan

penonton mereka adalah teman-teman maupun saudara mereka. Pada halaman web maupun media sosial, bahkan situs kencan, foto menjadi hal utama dalam meyakinkan informasi terhadap diri sendiri. Dengan mengunggah foto, perasaan, juga keseharian mereka, mereka yang membagikan dengan orang-orang seperti teman-teman ataupun keluarga, akan mengungkapkan diri mereka yang sebenarnya.

Untuk melihat kualitas mahasiswa di Universitas “X” Bandung dalam melakukan *self-disclosure* di media sosial, dapat dilihat dari lima dimensi yaitu valensi, kecermatan dan kejujuran, maksud dan tujuan, ukuran dan jumlah, serta keintiman. Valensi berhubungan dengan kualitas positif atau negatifnya *self-disclosure* mahasiswa dalam menggunakan media sosial. *Self-disclosure* yang bersifat positif adalah informasi yang bersifat memuji dirinya sendiri di dalam media sosial yang mereka miliki, seperti pencapaian nilai yang baru saja diraih. *Self-disclosure* yang bersifat negatif adalah berisi kritikan mengenai dirinya sendiri, seperti sikap pesimis dalam menghadapi ujian yang akan dilaksanakan.

Dimensi kedua adalah ketepatan dan kejujuran. Ketepatan dalam *self-disclosure* yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas “X” akan sangat ditentukan oleh kemampuan mereka dalam mengetahui atau mengenal diri mereka sendiri. Mahasiswa Universitas “X” yang menuliskan pernyataan yang dilihat dari ketepatan yaitu informasi yang diberikan benar-benar sesuai dengan apa yang terjadi atau yang dirasakan. Contohnya adalah ketika mahasiswa Universitas “X” mengungkapkan bahwa ia tidak bisa belajar dengan baik karena ada keramaian sambil membagikan video keadaan sekitarnya di media sosial yang ia miliki.

Dimensi ketiga adalah maksud dan tujuan. Ada beberapa orang yang secara hati-hati memilih target dari informasi yang akan diungkapkan dimana orang lain akan secara terbuka mengungkapkan diri kepada orang-orang di lingkungannya. Misalnya seseorang hanya membagikan apa yang sedang dilakukannya melalui fitur *close friend* di media sosial karena ia tidak mau privasinya diganggu. Ada juga orang yang sengaja memamerkan apa yang

sedang dilakukannya dan membagikannya di media sosial dengan maksud agar ia mendapatkan pujian dari teman-temannya di media sosial.

Dimensi selanjutnya adalah ukuran atau jumlah *self-disclosure*. Jumlah dari *self-disclosure* berkaitan dengan seberapa banyak jumlah informasi diri yang diungkapkan oleh mahasiswa Universitas “X”. Jumlah tersebut bisa dilihat berdasarkan frekuensi mereka dalam menyampaikan pesan *self-disclosure* atau bisa juga dengan menggunakan ukuran waktu. Contohnya ada seberapa lama mahasiswa Universitas “X” menggunakan media sosialnya dalam sehari atau seberapa banyak foto-foto yang berisi kegiatannya sehari-hari yang diunggah ke media sosialnya dalam satu hari.

Dimensi terakhir adalah keintiman, dimana level intimasi tergantung pada seberapa dekat seseorang yang ingin berada dalam hubungan interpersonal pada mahasiswa Universitas “X”. Contohnya adalah mahasiswa Universitas “X” tidak akan memberikan informasi mengenai keluarganya yang sedang bertengkar di media sosial karena itu menyangkut hal pribadinya. Mahasiswa Universitas “X” hanya akan membagikan konten seperti hobi yang ia sukai kepada orang-orang yang tidak dikenalnya dengan baik.

Dalam penelitian mengenai faktor kepribadian (khususnya *extraversion* dan juga *neuroticism*), kepribadian berperan sebagai prediktor yang paling potensial dari penggunaan media sosial dan perilaku *self-disclosure* (Schrammel et al., 2009; Zywica & Danowski, 2008). *Self-disclosure* seseorang tidak hanya ada di dunia nyata melainkan ada juga di dunia maya yaitu dalam penggunaan media sosial. Tidak hanya tatap muka, namun pada interaksi interpersonal di media sosial mereka. *Self-disclosure* yang dilakukan mahasiswa di media sosial berupa membagikan konten seperti kegiatan sehari-hari, kebersamaan dengan kerabat, olahraga, kuliner, humor, promosi, cerita, nasihat, dan pencapaian pribadi. Mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka mengungkapkan hal-hal yang bersifat pribadi. Hal pribadi yang dimaksud adalah mengenai masalah ataupun kejadian yang dialami sehari-hari, yang

tidak memalukan, dan juga foto-foto kegiatan yang sedang dilakukan. Mahasiswa juga menggunakan media sosial di kelas untuk mencari informasi dan juga menggunakan media sosialnya di kelas untuk mengusir kebosanan mereka di kelas.

Self-disclosure di media sosial berbeda dengan *self-disclosure* secara langsung. Saat secara langsung, diharapkan orang-orang untuk memiliki *self-disclosure* yang tinggi untuk mencapai kehidupan yang adaptif. Sedangkan pada *self-disclosure* di media sosial, seseorang diharapkan memiliki *self-disclosure* yang ideal, tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Hal ini dimaksudkan agar Mahasiswa Universitas “X” di Kota Bandung mampu untuk mengontrol *self-disclosure* yang dimiliki agar mereka dapat menikmati keuntungan dari *self-disclosure* dan menghindari bahaya *self-disclosure*.

Menurut Allport (dalam Yusuf & Nurihsan, 2007) kepribadian merupakan organisasi yang dinamis dalam diri individu tentang sistem psikofisik yang menentukan penyesuaiannya yang unik terhadap lingkungannya. Kepribadian akan dilihat melalui trait dari *Big Five Personality* (McCrae & Costa, 2003) yaitu suatu pendekatan yang digunakan dalam psikologi untuk melihat kepribadian manusia melalui trait yang tersusun dalam lima buah domain kepribadian yang telah dibentuk dengan menggunakan analisis faktor. Lima trait kepribadian tersebut adalah *Openness*, *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, dan *Neuroticism*.

Neuroticism mengidentifikasi mahasiswa Universitas “X” yang memiliki ciri rentan terhadap masalah psikologis seperti stress, mudah mengalami rasa sedih, takut dan cemas yang berlebihan, memiliki dorongan yang berlebihan dan memiliki *coping* yang tidak sesuai atau *maladaptive*. Mahasiswa yang memiliki kecenderungan *neuroticism* yang tinggi akan mengalami stres dan juga sering cemas karena ketidakstabilan emosi yang ada pada dirinya. Dalam kehidupan sehari-hari, orang dengan *neuroticism* tinggi tidak akan membagikan apa yang mereka rasakan kepada orang-orang karena kecemasannya. Dalam penggunaan media sosial, mahasiswa yang memiliki trait *neuroticism* yang tinggi, akan cenderung untuk

menggunakan media sosial secara lebih aktif untuk mencari dukungan sosial di media sosial. Mahasiswa yang memiliki kecenderungan *neuroticism* yang rendah akan menunjukkan perilaku yang tenang dan juga memiliki kepercayaan diri. Namun, dalam penggunaan media sosial, bisa terjadi pula orang-orang yang memiliki trait *neuroticism* tinggi tidak ingin mengungkapkan diri di media sosial yang mereka miliki karena takut untuk menerima kritikan atau komentar negatif dari orang lain yang melihat unggahan mereka.

Extraversion mengidentifikasi mahasiswa Universitas “X” yang memiliki ciri intensitas interaksi interpersonal yang tinggi, asertif, dan kemampuan bersenang – senang individu. Mahasiswa yang memiliki trait *extraversion* yang tinggi adalah mahasiswa yang enerjik, cerewet, tidak masalah ketika menjadi pusat perhatian, dan mudah mendapatkan teman baru. Pada kehidupan nyata, orang-orang dengan trait *extraversion* tinggi sering mengungkapkan hal-hal mengenai dirinya sendiri kepada orang-orang di sekitarnya. Pada penggunaan media sosial, orang yang memiliki tingkat *extraversion* yang tinggi cenderung berinteraksi dengan banyak grup dan juga memberikan *like* sebagai tanda simpati terhadap orang lain.

Openness melihat keterbukaan mahasiswa Universitas “X” untuk mencari, menghargai dan mengeksplorasi pengalaman baru. Mahasiswa dengan kecenderungan trait *openness* yang tinggi akan memiliki apresiasi tinggi terhadap seni, mau untuk membuka diri terhadap pengalaman, dan memiliki ide-ide baru. Sedangkan mahasiswa yang memiliki kecenderungan trait *openness* yang rendah akan cenderung bersikap konvensional, kurang kreatif, authoritarian, menghindari perubahan, dan juga memiliki pemikiran yang tertutup. Dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa dengan trait *openness* yang tinggi akan memiliki minat untuk berhubungan dekat dengan orang lain karena sifat terbuka yang dimiliki. Dalam penggunaan media sosial, mahasiswa dengan trait *openness* secara positif berhubungan dengan perilaku pada *like* yang diberikan, banyaknya grup, status yang dibuat. Hal ini

dikarenakan adanya ide baru yang dimiliki, serta membagikan ide tersebut pada teman-teman mereka.

Agreeableness melihat kualitas personal Mahasiswa Universitas “X” dalam dari pikiran, perasaan dan perbuatan. Trait *agreeableness* juga melihat bagaimana cara mahasiswa menjaga relasi sosial yang positif. Mahasiswa dengan trait *agreeableness* yang tinggi akan menjadi sosok teman yang menyenangkan dan juga menunjukkan simpati dan kekhawatiran terhadap orang lain, kooperatif, percaya pada orang lain, beradaptasi dengan kebutuhan. Sedangkan mahasiswa yang memiliki trait *agreeableness* yang rendah cenderung tidak suka berkompromi dan fokus pada dirinya sendiri, lebih tidak terikat pada lingkungan sosial dan lebih asertif.

Conscientiousness melihat motivasi, pendirian serta kemampuan mahasiswa Universitas “X” mengorganisasikan sesuatu dalam mencapai suatu tujuan. Mahasiswa dengan kecenderungan trait *conscientiousness* merupakan individu yang terorganisasi, reliabel, konsisten, senang untuk merencanakan sesuatu, mencari penghargaan, dan tertuju pada tujuan jangka panjang. Sedangkan mahasiswa dengan trait *conscientiousness* yang rendah merupakan individu yang spontan, toleran, kurang mau terikat dengan peraturan dan rencana. Pada kehidupan nyata, mahasiswa dengan trait *conscientiousness* tinggi tidak akan banyak berhubungan dekat dan melakukan *self-disclosure* pada orang lain karena menganggap dirinya mampu untuk mengerjakan segala sesuatu dan fokus pada tujuannya. Pada penggunaan media sosial, *conscientiousness* menunjukkan hubungan pada jumlah foto yang diunggah. Mahasiswa pengguna media sosial yang memiliki trait *conscientiousness* yang tinggi akan cenderung untuk mengunggah lebih banyak foto dan juga mengorganisir foto-foto mereka.

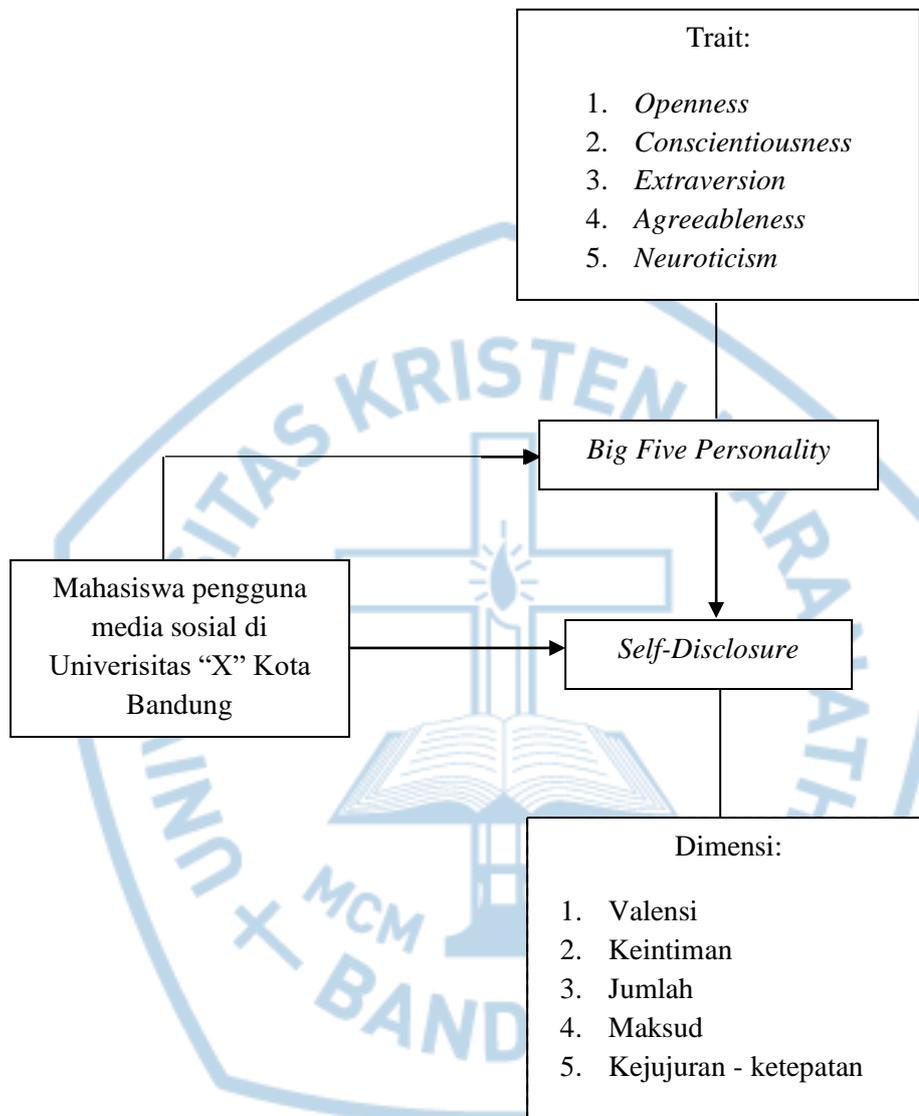
Dari jurnal yang didapatkan, dikatakan bahwa ada faktor kepribadian yang memengaruhi *self-disclosure* seseorang. Ryckman (2004, dalam Loiacono et.al., 2012)

mengatakan bahwa kepribadian menggambarkan karakteristik seseorang yang secara unik memengaruhi kognisi, perasaan, dan perilaku dalam berbagai situasi. Penelitian Loiacono et.al. (2012) mengatakan bahwa kepribadian memengaruhi keputusan seseorang untuk membagikan informasi personal di media sosial yang digunakan. Penelitian tersebut sejalan dengan Putri (2014; dalam Fatwaning, 2017) yang melakukan penelitian mengenai kepribadian terhadap *self disclosure* dimana keterbukaan diri yang kita lakukan saat berinteraksi personal dipengaruhi oleh kepribadian yang kita miliki. Kepribadian yang berakar dari diri kita menentukan seluas dan sedalam apa kita mampu terbuka mengenai siapa kita kepada orang lain.

Mahasiswa Universitas "X" yang memiliki *trait neuroticism* dominan mungkin saja memiliki *self disclosure* yang tinggi karena ia cenderung mencari dukungan di media sosial yang ia miliki. Namun bisa juga Mahasiswa Universitas "X" tersebut memiliki *self-disclosure* yang rendah karena ia terlalu cemas dengan apa yang akan dikatakan oleh orang-orang yang melihat apa yang diunggahnya di media sosial. Mahasiswa Universitas "X" yang memiliki *trait extraversion* dominan mungkin saja memiliki *self-disclosure* yang tinggi karena ia merasa nyaman untuk membagikan informasi mengenai dirinya sendiri dengan orang-orang yang ia kenal.

Valkenburg et. al. (2005) menunjukkan bahwa orang *extrovert* mengungkapkan informasi pribadi secara daring lebih sering daripada orang-orang dengan kepribadian *introvert* yang mana hal ini membawa seseorang pada persahabatan secara daring. Penemuan ini juga sejalan dengan penemuan Shapiro dan Swensen (1977) yang mengatakan bahwa *extraversion* secara positif memiliki hubungan dengan *self-disclosure*. Amichai-Hamburger (2002) mengobservasi bahwa individu dengan *neuroticism* yang tinggi mungkin memiliki kecenderungan untuk melakukan *self-disclosure* terhadap informasi pribadi yang ia miliki di dalam media sosial. Secara spesifik, *neuroticism* menetralkan hubungan antara stres dan

penyesuaian dalam transisi ke masa dewasa, serta perilaku *self-disclosure* pada media sosial menetralkan hubungan ini juga. Kedua trait ini terlihat memiliki kontribusi pada dimensi jumlah serta maksud dan tujuan pada *self-disclosure* mahasiswa.



Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran

1.6. Asumsi Penelitian

Asumsi yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. *Self-disclosure* mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X” beragam.
2. Kecenderungan *trait Big Five Personality* mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X” berbeda-beda.
3. Perbedaan *trait Big Five Personality* pada mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X” menimbulkan perilaku *self-disclosure* yang berbeda.
4. Adanya pengaruh *trait Big Five Personality* pada perilaku *self-disclosure* mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X”.

1.7. Hipotesis Penelitian

1. Terdapat kontribusi *trait neuroticism* terhadap derajat *self-disclosure* pada mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X”
2. Terdapat kontribusi *trait openness* terhadap derajat *self-disclosure* pada mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X”
3. Terdapat kontribusi *trait agreeableness* terhadap derajat *self-disclosure* pada mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X”
4. Terdapat kontribusi *trait conscientiousness* terhadap derajat *self-disclosure* pada mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X”
5. Terdapat kontribusi *trait extraversion* terhadap derajat *self-disclosure* pada mahasiswa yang menggunakan media sosial di universitas “X”