



---

# ***Self-esteem dan Self-disclosure* Generasi Z Pengguna Instagram**

**Selfilia Arum Kristanti<sup>1</sup>, Nur Eva<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Malang

DOI: <http://doi.org/10.29080/jpp.v13i1.697>

---

**Abstract :** *Self-disclosure in sharing every moment of life on social media appears among the Z generation who use information technology. This research aims to study a correlation between self-esteem and self-disclosure among Instagram users of the Z generation. The method used in this research was correlational quantitative. The population are students of psychology at the State University of Malang from the 2018 to 2020 academic year. The sample in this study was 183 students. The sampling technique used was cluster sampling. The scale used is the self-disclosure scale and the self-esteem scale. Data were analyzed using product-moment correlation using the IBM SPSS Statistics 21 for the Microsoft Windows program. The results showed that was a significant and positive correlation between self-esteem and self-disclosure among Instagram users of the Z Generation. This means that the higher the self-esteem, the higher the self-disclosure in Generation Z of Instagram users.*

**Keywords :** *Self-disclosure, Self-esteem, the Z Generation*

---

**Abstrak :** *Self-disclosure dalam berbagi setiap momen hidup di media sosial terlihat pada generasi Z yang menggunakan teknologi informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan self-esteem dengan self-disclosure pada generasi Z pengguna instagram. Metode penelitian menggunakan kuantitatif korelasional. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa fakultas pendidikan psikologi Universitas Negeri Malang angkatan 2018 hingga 2020. Sampel pada penelitian ini sejumlah 183 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan cluster sampling. Skala yang digunakan yaitu skala self-disclosure dan skala self-esteem. Analisis data dilakukan dengan analisis korelasi product moment menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistic 21 for Microsoft Windows. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif signifikan antara self-esteem dengan self-disclosure pada generasi Z pengguna instagram. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi self-esteem maka akan semakin tinggi pula self-disclosure pada generasi Z pengguna instagram.*

**Kata kunci :** *Self-disclosure, Self-esteem, Generasi Z*

---

## Pendahuluan

*Self-disclosure* adalah bentuk komunikasi individu dalam mengungkapkan informasi pribadi yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain (Devito, 2011). *Self-disclosure* atau pengungkapan diri tidak hanya terjadi dalam hubungan secara langsung antar individu tetapi juga bisa lewat media sosial. Rains & Brunner (2011) menyatakan bahwa komunikasi dan interaksi yang terjadi di media sosial menunjukkan adanya proses pengungkapan diri individu. Keterbukaan diri di media sosial menjadi sarana untuk mempresentasikan identitas diri (Boy & Heer, 2006). *Self-disclosure* lewat media sosial sering diisi dengan unggahan informasi pribadi atau informasi teman atau keluarga dengan mengungkapkan diri ideal pengunggah (Rains & Bruner, 2018). Remaja lebih sering melakukan *self-disclosure* di media sosial dibandingkan orang dewasa karena emosi remaja masih sering berubah-ubah. Selain itu remaja memiliki kebutuhan untuk meningkatkan perkembangan sosial seperti rasa ingin membangun hubungan sosial dengan mencari teman, membuat kelompok pertemanan, membutuhkan dukungan sosial, dan membangun citra diri (Albert & Steinberg, 2011). Fitur anonimitas yang tersedia di aplikasi media social juga memberikan keamanan psikologis dalam mengungkapkan informasi pribadi (Kim & Dinda, 2011)

Penelitian yang dilakukan oleh Teguh & Muhid (2020) tentang *self-disclosure* melalui media sosial diperoleh hasil bahwa pengungkapan diri akan dilakukan secara sadar atau tidak sadar oleh remaja milenial. *Self-disclosure* terjadi karena rasa percaya dan nyaman terhadap *viewers*. Dampak positif dari unggahan yang dibuat terkadang dapat mendorong orang lain untuk berubah menjadi lebih baik namun ada juga dampak negatifnya seperti membuat orang lain merasa terganggu. Dampak negatif lain dari pengungkapan diri dapat menimbulkan pertengkaran antar teman jika konten yang diunggah menyinggung orang lain. Penelitian Indriyani (2018) mengenai pengungkapan diri siswa di media sosial instagram menunjukkan bahwa terdapat banyak siswa yang memiliki pengungkapan diri yang tinggi karena ingin mengikuti trend gaya hidup dan membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosial.

Menurut Hadion dkk (2020) generasi Z adalah generasi yang lebih fasih akan teknologi, berinteraksi dan berkomunikasi melalui media sosial secara lebih intens, dan multitasking, namun mereka cenderung kurang mampu berkomunikasi secara verbal, lebih egosentris dan individualis. Mereka terlahir ketika teknologi diciptakan sehingga mereka lebih *techno savy*, flexible, dan menggemari budaya instan. Namun mereka menjadi individu yang kurang memiliki kepekaan terhadap esensi pribadi karena secara konsisten membagikan kehidupannya di aplikasi sosial. Sladek & Grabinger (2014) juga menambahkan bahwa generasi Z mengalami pengalaman buruk atau baik saat bermedia sosial, namun mereka cenderung tetap berekspresi di media sosial.

Generasi Z adalah salah generasi dengan pengguna sosial media terbanyak di seluruh dunia. Berdasarkan laporan Napoleon Cat seperti yang dimuat oleh Katadata.co.id (2021) pengguna internet terbanyak di Indonesia didominasi generasi Z dengan pengguna hampir 40 juta jiwa. Penggunaan media sosial cenderung mendorong *self-disclosure* pada penggunaannya (Chang & Heo, 2014). Bentuk *self-disclosure* di media sosial adalah seputar informasi personal yang sedang dirasakan melalui status, foto, video, komentar, dan lain-lain. Chen (2017) mengungkapkan bahwa terjadinya *self-disclosure* disebabkan oleh rasa percaya diri yang tinggi dan tidak adanya rasa takut akan penilaian orang lain. Sebaliknya *self-disclosure* akan sulit dilakukan karena kurangnya kepercayaan diri serta rasa takut akan penilaian dari orang lain.

Berdasarkan hasil survei *We Are Social* (2021) menunjukkan bahwa urutan ketiga platform media sosial paling aktif dengan jumlah 86,6% dari populasi pengguna media sosial di Indonesia adalah instagram. Lebih lanjut, hasil survei menunjukkan bahwa persentase pengguna media sosial berdasarkan gender tertinggi pada rentangan umur 25-

34 tahun kemudian di urutan kedua pada rentangan umur 18-24 tahun. Pengguna internet yang mendominasi adalah orang yang terlahir setelah tahun 1995 yang merupakan Generasi Z. Hal ini, didukung oleh pernyataan Kurnia (2018) bahwa pada tahun 2022 pengguna media sosial diperkirakan akan meningkat dari 30% yang mengindikasikan bahwa semakin banyak anak-anak generasi Z yang terlahir di era digital. Hal itu membuat pengguna media sosial di Indonesia berkembang pesat.

Menurut Hendro (2016) terdapat banyak pengguna aplikasi media sosial yang menggunakan identitas samaran agar dapat memberi kesan yang baik di lingkungan sosial. Devito (1997) menyatakan bahwa pada mulanya seseorang akan menjelaskan mengenai hal-hal awam. Makin intens komunikasi yang terjalin, maka topik yang dibicarakan akan semakin mendalam. Namun pada saat ini banyak pengguna media sosial yang mengungkapkan berbagai topik atau informasi pribadi secara bebas tanpa was-was dengan penerima isi konten tersebut. Hal ini berkesinambungan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gross & Acquisti (2005) bahwa terdapat 4000 lebih mahasiswa pengguna media sosial tidak khawatir jika informasi pribadi tentang identitas mereka yang diungkap akan disalahgunakan oleh orang lain.

Ada sejumlah faktor yang mempengaruhi terjadinya *self-disclosure* yaitu besarnya kelompok, perasaan menyukai, kompetensi, topik, jenis kelamin dan kepribadian (Devito, 2011). Faktor yang juga mempengaruhi pengungkapan diri adalah harga diri sebagai karakteristik kepribadian (Cramer, 1990). Lebih lanjut, seseorang dengan harga diri tinggi cenderung memposisikan dirinya setara dengan orang lain sehingga akan lebih mudah untuk berinteraksi. Chen (2017) menjelaskan bahwa terjadinya *self-disclosure* disebabkan oleh rasa percaya diri yang tinggi dan tidak adanya rasa takut akan penilaian orang lain. Sebaliknya *self-disclosure* sulit dilakukan karena kurangnya kepercayaan diri serta rasa takut akan penilaian dari orang lain. Dari hal tersebut muncul faktor lain yang mengakibatkan *self-disclosure* di media sosial instagram yaitu *self-esteem*.

Velasco (2013) mengungkapkan bahwa *self-esteem* adalah salah satu faktor yang mengakibatkan *self-disclosure* secara tidak langsung atau online. Coetzee (2005) menyatakan bahwa dalam menentukan apa yang terbaik bagi diri serta cara untuk melakukannya diperlukan *self-esteem* sebagai kepercayaan diri. Tafarodi & Swann (2001) menjelaskan bahwa *self-esteem* adalah suatu penilaian diri dari *self-competence* dan *self-liking*, dimana *self-competence* merupakan penilaian baik secara positif atau negatif dari dalam diri terhadap kapasitas yang dimiliki. Adapun *self-liking* adalah penilaian serta kesiapan memposisikan diri dalam lingkungan sosial sebagai individu yang menerima atau menolak diri dan menyukai atau membenci diri sendiri.

Menurut Burns (1993) *self-esteem* didasarkan pada penilaian individu tentang dirinya baik secara positif atau negatif serta menunjukkan keyakinan bahwa dirinya sanggup, berharga dan berhasil. Individu dengan *self-esteem* tinggi akan mengambil strategi pengembangan diri, sebaliknya mereka dengan *self-esteem* rendah cenderung memilih strategi untuk melindungi diri. Seseorang dengan *self-esteem* tinggi akan menerima risiko untuk meningkatkan diri, sedangkan individu dengan *self-esteem* rendah cenderung melindungi diri dan menghindari risiko penghinaan umum, sekalipun untuk kesuksesan dalam menaikkan nilai diri (Baumeister, dkk, 1989).

Menurut Michener & Delamater (1999) individu dengan harga diri tinggi akan lebih berpandangan asertif, bebas dan mempunyai kepercayaan akan dirinya sendiri. Sikap asertif akan memungkinkan seseorang untuk mengungkapkan diri sebagai apa adanya sehingga *self-disclosure* yang dilakukan bukan strategi perlindungan diri yang akan menghambat terjadinya *self-disclosure* itu sendiri. Burns (1993) mengatakan bahwa individu akan sulit mengungkapkan diri, perasaan serta pikirannya karena evaluasi negatif terhadap dirinya sendiri maupun orang lain dan berpandangan bahwa interaksi dengan orang lain adalah sebuah ancaman.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramesti & Dewi (2016) menunjukkan hubungan positif antara *self-disclosure* dengan *self-esteem*. Hal tersebut berarti bahwa *self-esteem* tinggi ataupun rendah berdampak pada *self-disclosure*. Individu yang mempunyai *self-esteem* tinggi dapat menghabiskan waktu di media sosial melakukan *self-disclosure* yang bertujuan untuk membangun citra diri positif. Adapun mereka yang mempunyai *self-esteem* rendah akan cenderung menghabiskan waktu di media sosial untuk melihat aktivitas sosial oleh akun lain karena ketakutan akan ditolak oleh orang lain setelah mengunggah status atau berita.

Hal ini didukung oleh penelitian Santi & Damariswara (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan sangat kuat dan searah antara *self-esteem* dengan *self-disclosure*. Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung akan lebih berpandangan terbuka dan positif, berempati serta merasa sepadan dengan lawan bicaranya. Namun mereka yang memiliki *self-esteem* rendah akan sulit untuk mengutarakan dirinya sendiri karena takut gagal dalam interaksi sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Utomo & Laksmiwati (2019) melihat hasil hubungan positif dan signifikan antara harga diri dengan pengungkapan diri. Dengan kata lain semakin tinggi *self-esteem*, maka akan semakin tinggi pula *self-disclosure* yang dilakukan melalui melalui instagram.

Berdasarkan paparan di atas diketahui bahwa generasi Z memiliki kecenderungan untuk melakukan *self-disclosure* melalui social media. Mereka cenderung membagikan kegiatan sehari-hari melalui instagram yang dapat berupa foto, video singkat, penampilan Informasi pribadi melalui akun dan lain-lain. Salah satu faktor pendorong *self-disclosure* adalah *self-esteem* yaitu perasaan tentang kesadaran harga dirinya diantara orang sekitar. Setelah mengetahui bahwa generasi Z merupakan pelaku aktivitas *self-disclosure* terbanyak, maka peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada generasi Z pengguna instagram.

## Metode Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif korelasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum *self-esteem* dan *self-disclosure* pada sampel, serta mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada generasi Z pengguna instagram. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 183 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Malang angkatan 2018 sampai 2020.

Pengukuran *self-disclosure* menggunakan skala yang dimodifikasi dari skala *self-disclosure* oleh Indriyani (2018) yang terdiri dari 24 aitem. Adapun skala *self-esteem* diadaptasi dari skala *The State Self Esteem Scale* (SSES) dikembangkan oleh Heatherton dan Polivy (1991) yang terdiri dari 20 aitem. Penelitian ini menggunakan jenis skala likert. Validitas item kedua skala menggunakan korelasi *pearson product moment* adalah antara 0.308-0.752 dan 0.352-0.813, sementara reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* sebesar 0.892 dan 0.906 menunjukkan kelayakan penggunaan skala.

Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan tentang subjek penelitian berdasarkan data yang diperoleh dengan pengkategorian. Kategorisasi analisis deskriptif menggunakan dua kategori yaitu tinggi dan rendah. Uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi  $(p) > 0,05$  maka data dikatakan berdistribusi normal. Uji linearitas dengan kaidah taraf signifikansi pada *deviation from linearity*  $> 0,05$  maka dapat dikatakan linear. Setelah melakukan uji asumsi, langkah selanjutnya yaitu melakukan uji hipotesis menguji ada tidaknya hubungan antara dua variabel. Uji korelasi pada penelitian ini menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistic 21 for Microsoft Windows*. Analisis penelitian menggunakan teknik korelasi *product moment* jika taraf signifikansi kurang dari 0,05 ( $p < 0,05$ ) maka dikatakan signifikan. Namun, apabila nilai signifikansi

lebih dari 0,05 ( $p > 0,05$ ) maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak berkorelasi dengan variabel tergantung.

## Hasil Penelitian

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu melakukan uji asumsi pada data yaitu normalitas dan uji linieritas. Signifikansi 0,200  $\text{sig} > 0,05$  menunjukkan data yang diperoleh berdistribusi normal. Selain hasil uji linieritas sebesar 0,307  $> 0,05$ , yang artinya terdapat hubungan yang linear antara *self-esteem* dengan *self-disclosure*.

Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,608 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure*. Hubungan yang dihasilkan termasuk dalam kategori kuat, dengan arah korelasi positif yang signifikan. Dengan kata lain semakin tinggi *self-esteem* maka semakin tinggi *self-disclosure* pada generasi Z pengguna instagram.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Korelasi**

Variabel	rx <sub>y</sub>	p-value	Keterangan	Kesimpulan
<i>Self-disclosure</i> dengan <i>Self esteem</i>	0,608	0,000	Signifikan	Hubungan Positif Signifikan

Gambaran umum responden yang memuat demografi meliputi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan angkatan

**Tabel 2**  
**Data Karakteristik Generasi Z**

Jenis Data	Data Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
<b>Jenis kelamin</b>	Laki-laki	43	23%
	Perempuan	140	77%
<b>Total</b>		183	100%
<b>Umur</b>	18	11	6%
	19	35	19%
	20	41	22%
	21	50	27%
	22	34	19%
	23	12	7%
<b>Total</b>		183	100%
<b>Angkatan</b>	2018	86	47%
	2019	57	31%
	2020	40	22%
<b>Total</b>		183	100%

Tabel 2 menunjukkan bahwa 183 mahasiswa tersebut tersebar ke beberapa kategori angkatan dan klasifikasi umur tertentu. Sebaran tersebut didominasi oleh mahasiswa angkatan 2018 dan sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan. Apabila dilihat dari klaster umur, responden penelitian didominasi oleh umur 21 sebanyak 50 orang, 20 tahun sebanyak 41 orang, 22 tahun sebanyak 34 orang, 19 tahun sebanyak 35 orang, 23 tahun sebanyak 12 orang dan 18 tahun sebanyak 11 orang.

Temuan berikutnya adalah gambaran *self-disclosure* pada responden. Tabel 3 menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z pengguna instagram dengan *self esteem* kategori tinggi sebesar 58% dengan jumlah sebanyak 107 responden. Adapun mahasiswa yang termasuk dalam kategori rendah memiliki persentase 42% dengan jumlah sebanyak 76 responden.

**Tabel 3**  
**Kategorisasi Skor *Self esteem***

Klasifikasi	Norma	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	$T > 50$	107	58%
Rendah	$T \leq 50$	76	42%
<b>Total</b>			100%

Data kategorisasi berikut menggambarkan *self-disclosure* subjek penelitian. Tabel 4 memaparkan bahwa mayoritas generasi Z jika dilihat dari aspek motivasi, waktu dan kedalaman *self-disclosure* yang dilakukan adalah tergolong dalam kategori tinggi. Namun untuk aspek ketepatan mayoritas generasi Z tergolong dalam kategori rendah.

**Tabel 4**  
**Kategorisasi Skor Aspek *Self-disclosure***

Aspek	Norma	Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
Ketepatan	$T > 50$	Tinggi	70	38 %
	$T \leq 50$	Rendah	113	62 %
Motivasi	$T > 50$	Tinggi	87	48 %
	$T \leq 50$	Rendah	96	52 %
Waktu	$T > 50$	Tinggi	96	52 %
	$T \leq 50$	Rendah	87	48%
Kedalaman	$T > 50$	Tinggi	93	51 %
	$T \leq 50$	Rendah	90	49 %

Berikut adalah data gambaran *self-esteem* para responden. Berdasarkan tabel 5 terlihat bahwa mahasiswa generasi Z pengguna instagram dengan *self-esteem* kategori tinggi ada pada persentase 58% dengan jumlah sebanyak 107 responden. Mahasiswa yang termasuk dalam kategori rendah memiliki sebanyak 42% persen dengan jumlah 76 responden.

**Tabel 5**  
**Kategorisasi Skor *Self esteem***

Klasifikasi	Norma	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	$T > 50$	107	58%
Rendah	$T \leq 50$	76	42%
<b>Total</b>			100%

Data selanjutnya menunjukkan gambaran skor dari setiap aspek *self-esteem* pada responden. Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa mayoritas generasi Z berada pada aspek *performance* dan *social* yang tinggi. Adapun pada aspek *appearance* mereka berada pada kondisi seimbang.

**Tabel 6**  
**Kategorisasi Skor Aspek *Self esteem***

Aspek	Norma	Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
<i>Performance</i>	$T > 50$	Tinggi	98	54 %
	$T \leq 50$	Rendah	85	46 %
<i>Social</i>	$T > 50$	Tinggi	96	52 %
	$T \leq 50$	Rendah	87	48 %
<i>Appearance</i>	$T > 50$	Tinggi	91	50 %
	$T \leq 50$	Rendah	92	50%

## Pembahasan

Hasil analisis data menggunakan *pearson product moment* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dengan arah korelasi positif antara *self-esteem* dengan *self-disclosure*. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,608 masuk dalam kategori memiliki hubungan yang kuat. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa semakin tinggi *self esteem* maka akan semakin tinggi pula *self-disclosure* pada generasi Z pengguna instagram. Sebagaimana yang diungkapkan Chen (2017) bahwa terjadinya *self-disclosure* disebabkan oleh rasa percaya diri yang tinggi dan tidak adanya rasa takut akan penilaian orang lain. Sebaliknya *self-disclosure* akan sulit dilakukan karena kurangnya kepercayaan diri serta rasa takut akan penilaian dari orang lain.

Pada generasi Z terlihat tingginya *self-esteem* dan *self-disclosure* yang mereka miliki. Matthews (1993) juga menyatakan bahwa seseorang dengan *self-esteem* tinggi akan mampu menerima dirinya serta membolehkan orang lain untuk memahami apa yang dilakukan atau dirasakan. Selain itu, Cremes (1990) menegaskan bahwa salah faktor pengungkapan diri dipengaruhi oleh harga diri sebagai karakteristik kepribadian. Individu dengan harga diri tinggi cenderung memposisikan dirinya setara dengan orang lain sehingga akan lebih mudah untuk berinteraksi. Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Utomo & Laksmiwati (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga diri dan pengungkapan diri. Semakin tinggi *self-esteem*, maka akan semakin tinggi pula *self-disclosure* yang dimiliki individu saat melakukan unggahan melalui instagram.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santi & Damariswara (2017), mengenai hubungan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* mahasiswa pada saat chatting di facebook. Hasil penelitian mereka juga menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan searah antara *self-esteem* dengan *self-disclosure*. Hal ini dapat diartikan bahwa individu *self-esteem* tinggi akan cenderung untuk lebih terbuka, berempati dan merasa sepadan dengan lawan komunikasinya. Adapun mereka dengan *self-esteem* rendah akan sulit untuk mengungkapkan dirinya dan cenderung ketakutan jika mengalami kegagalan dalam hubungan sosial.

Generasi Z dalam melakukan *self-disclosure* di aplikasi media sosial instagram tidak terlepas dari *self-esteem* yang mereka miliki. Ada berbagai topik yang dipilih dalam mengungkapkan diri melalui instagram seperti hobi, pertemanan dan kehidupan kampus. Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung untuk percaya dengan kompetensi yang dimiliki, merasa dihargai oleh orang lain serta merasa puas dengan karakter atau kondisi fisik yang dimiliki. Individu dalam melakukan *self-disclosure* di instagram dipengaruhi oleh dorongan dari dalam diri dan lingkungan sekitar serta sejauh mana seseorang mengenal orang lain.

Dari data yang ditemukan terdapat satu aspek dari *self-disclosure* yang tergolong rendah yaitu ketepatan. Hal ini dapat diartikan bahwa generasi Z seringkali tidak mengungkapkan informasi pribadi sesuai dengan peristiwa yang dialami serta menyimpang dari norma-norma yang berlaku. Dampak yang dapat terjadi adalah memungkinkan timbulnya dampak negatif yang menyebabkan orang lain merasa terganggu ketika *self-disclosure* terjadi.

Berdasarkan hasil perolehan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa tingkat *self-disclosure* generasi Z pengguna instagram pada mahasiswa fakultas pendidikan psikolog tergolong tinggi. Dari 183 responden terdapat 105 responden dengan persentase 57% memiliki *self-disclosure* yang tergolong tinggi. Adapun 78 responden dengan persentase 43% memiliki *self-disclosure* yang tergolong rendah. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa generasi Z mampu untuk mengekspresikan diri di media sosial dengan lebih percaya diri dan terbuka. Hal ini didukung oleh Gainau dalam (Triana, Erlina dan Mustafa, 2018) dimana ciri individu yang baik dalam pengungkapan diri adalah lebih

percaya diri, terbuka dan mudah dalam menyesuaikan diri. Adapun individu yang kurang baik dalam melakukan *self-disclosure* cenderung akan menutup diri, susah beradaptasi, dan tertutup.

Sebagian besar mahasiswa menjadikan aplikasi instagram sebagai sarana untuk melakukan *self-disclosure* dengan unggahan foto, video dan status (Wiyono & Muhiid, 2020). Mahasiswa generasi Z melakukan hal tersebut karena membutuhkan wadah untuk mendapatkan perhatian dari orang lain seperti ingin didengar dan dipahami. Mahasiswa melakukan pengungkapan diri di publik dengan memberikan berbagai informasi, pendapat, perasaan, identitas kegiatan perkuliahan karena ingin mendapatkan respon dari orang lain (Sabaruddin, 2019). Pada aspek ketepatan, sebagian besar mahasiswa generasi Z memiliki kategori tingkat yang rendah yaitu sejumlah 113 responden dengan persentase 62%. Adapun mahasiswa generasi Z dengan kategori tinggi sejumlah 70 responden dengan persentase 38%. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas mahasiswa generasi Z dalam mengungkapkan informasi pribadi seringkali tidak sesuai dengan peristiwa yang dialami serta menyimpang dari norma-norma yang berlaku jika individu tersebut tak sadar.

Pada aspek motivasi, sebagian besar mahasiswa generasi Z memiliki kategori yang rendah yaitu sejumlah 96 responden dengan persentase 52%. Mahasiswa generasi Z dengan kategori tinggi sejumlah 87 responden dengan persentase 48%. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa generasi Z dalam melakukan *self-disclosure* dipengaruhi oleh dorongan dari luar dan dalam. Dorongan yang berasal dari dalam berhubungan dengan apa yang diinginkan individu sesuai tujuan yang dimiliki sedangkan dorongan dari luar berhubungan dengan lingkungan sekitar. Adapun tema pengungkapan diri yang mayoritas dilakukan adalah seputar masalah hobi, pertemanan dan kehidupan kampus.

Pada aspek waktu, sebagian besar mahasiswa generasi Z memiliki kategori yang tinggi yaitu sejumlah 96 responden dengan persentase 52%. Adapun mahasiswa generasi Z dengan kategori rendah berjumlah 87 responden dengan persentase 48%. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa generasi Z cenderung melakukan pemilihan waktu dalam mengungkapkan diri. Jika seseorang merasa bahagia maka akan lebih sering melakukan *self-disclosure*. Berbeda hal jika dalam keadaan sedih atau kurang bahagia maka para mahasiswa akan cenderung kurang terbuka.

Pada aspek kedalaman, sebagian besar mahasiswa generasi Z memiliki kategori yang tinggi yaitu sejumlah 93 responden dengan persentase 51%. Mahasiswa generasi Z dengan kategori rendah berjumlah 90 responden dengan persentase 49%. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa generasi Z cenderung untuk mengungkapkan diri berdasarkan dua sifat yaitu dalam dan dangkal. *Self-disclosure* dalam akan terjadi jika orang tersebut telah memiliki hubungan yang dekat dipercaya seperti teman dekat dan keluarga. *Self-disclosure* rendah dilakukan kepada seseorang yang baru dikenal atau orang awam. Hal ini sesuai dengan penelitian Yz-zahra & Hasfi (2018), pengguna instagram seringkali memberikan informasi pribadi kepada pengikutnya secara acak dan tidak bertahap, serta terkadang mengungkapkan informasi yang dalam maupun dangkal. Aspek-aspek inilah yang memperlihatkan *self-disclosure* pada generasi Z pengguna instagram.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa tingkat *self-esteem* generasi Z pengguna instagram pada mahasiswa fakultas pendidikan psikologi tergolong tinggi. Ada 107 responden dengan persentase 58% memiliki *self-esteem* sedangkan 6 responden dengan persentase 42% memiliki *self-esteem* rendah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar mahasiswa generasi z pengguna instagram cenderung lebih puas dengan dengan karakter dan kemampuan yang dimiliki tanpa menghiraukan pendapat dari orang lain. Hal ini didukung oleh penelitian oleh Santi & Damariswara (2017) dimana individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung menghargai dirinya tanpa mendengarkan pendapat orang lain baik ataupun buruk.

Pada aspek *performance*, sebagian besar mahasiswa generasi Z memiliki kategori yang tinggi yaitu sejumlah 98 responden dengan persentase 54%. Adapun mahasiswa generasi z dengan kategori *performance* rendah sejumlah 85 responden dengan persentase 46%. Hal ini dapat diartikan bahwa generasi Z memiliki rasa percaya diri terhadap kemampuan yang dimiliki serta dapat menghargai kemampuannya tanpa menghiraukan pendapat dari orang lain. Pada aspek *social*, sebagian besar mahasiswa generasi Z berada pada kategori tinggi yaitu sejumlah 96 responden dengan persentase 52%. Pada kategori rendah berjumlah 87 responden dengan persentase 48%. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa generasi Z merasa disukai dan dihargai oleh orang lain. Pada aspek *appearance*, jumlah mahasiswa kategori tinggi dan rendah sama-sama 50% yang artinya mereka merasa cukup puas dengan karakter dan daya tarik fisik yang dimiliki.

## Simpulan dan Saran

Hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada generasi z pengguna instagram menunjukkan semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki maka semakin tinggi pula *self-disclosure* yang mereka lakukan. Sebaliknya semakin rendah *self-esteem* maka semakin rendah pula *self-disclosure* pada generasi z pengguna instagram. *Self-esteem* pada generasi z pengguna instagram tergolong pada kategori tinggi. Gambaran untuk aspek *performance* dan *social* tergolong tinggi. Adapun aspek *appearance* adalah seimbang. Gambaran setiap aspek *self-disclosure* menunjukkan aspek motivasi, aspek waktu dan kedalaman tergolong tinggi, sedangkan pada aspek ketepatan sebagian besar generasi Z tergolong dalam kategori rendah.

Saran yang diberikan berdasarkan penelitian Bagi generasi Z pengguna instagram diharapkan untuk lebih bijak dalam menelaah aktivitas bermedia sosial sebagai sarana komunikasi serta tidak mengungkapkan informasi pribadi secara berlebihan untuk khalayak umum. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan populasi yang lebih luas, tidak hanya mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Malang angkatan 2018 sampai 2020. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan membagi sudut pandang gender, untuk melihat perbedaan tingkat *self-esteem* dengan *self-disclosure*.

## Daftar Pustaka

- Albert, D., & Steinberg, L. (2011). Judgment and Decision Making in Adolescence. *Journal of Research on Adolescence* (21:1), pp 211–224.
- Al-Kandari, A., Melkote, S. R., & Sharif, A. (2016). Needs and Motives of Instagram Users That Predict Self-Disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait. *Journal of Creative Communications*, 11, (2), 85–101.
- Annur, C. M. (2021). Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?. Databok Kata Data. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019). Hasil survei penetrasi dan perilaku pengguna internet indonesia 2018. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Baumeister, R. F., Tice, D.M., & Hutton, D. G. (1989). Self-presentational motivations and personality.
- Burns, R. B. (1993). *Konsep Diri Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Alih Bahasa: Eddy. Jakarta: Penerbit Arcan.

- Chang, C. W., & Heo, J. (2014). Visiting theories that predict college students' self-disclosure on Facebook. *Comput. Hum. Behav.* 30, 79–86. doi:10.1016/j.chb.2013.07.059
- Chen, H. (2017). Antecedents of Positive Self-Disclosure Online: "An Empirical Study of US College Students" Facebook Usage. *Psychology Research and Behavior Management.* 10. 147.
- Coetzee, M. (2005). *Employee Commitment*. University of Pretoria etd.
- Cramer, D. (1990). Disclosure of personal problems, self-esteem, and the facilitativeness of friends and lovers. *British Journal of Guidance & Counselling*, 18(2), 186–196. <https://doi.org/10.1080/03069889000760171>
- DeVito, J. A. (1997). Komunikasi antar manusia. (terjemahan Ir. Agus Maulana MSM). Tangerang selatan: Karisma Publishing Group.
- DeVito, J. A. (2011). Komunikasi Antar Manusia. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Fatarani, S. I. (2020). Hubungan Self-Esteem Dengan Self-Disclosure Pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Etd Unsyiah*.
- Gainau, M. B. (2009). Keterbukaan Diri (Self-Disclosure) Siswa dalam Perspektif Budaya dan Implikasinya Bagi Konseling. *Jurnal ilmiah Widya Warta*. Vol. 33, No.1
- Gross, R. and Acquisti, A. (2005) Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook Case). ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society, Virginia.
- Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). Development and Validation of a Scale for Measuring State Self-Esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(6), 895–910.
- Indriyani, V. R. (2018). Pengungkapan Diri Siswa Di Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Terhadap Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Kuningan Tahun Ajaran 2017/2018). *Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Bimbingan dan Konseling Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Kurnia, A. (2018). Fenomena Akun Anonim di Media Sosial sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi (Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah). *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 7(2), 180-189.
- Matthews, D.W. (1993). Acceptance of Self and Others. Online.
- Michener, H.A & DeLamater, J.D. (1999). Social Psychology. Fourth Edition. Orlando: Harcourt Brace College Publishers.
- O Sears, David & L Freedman, Jonathan dkk. (1989). Psikologi Sosial Edisi Kelima Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, E. D. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan *The Theory Of Reasoned Action* menggunakan AMOS 21. *Jurnal Teknik Komputer Amik BSI*, 2, 1.
- Prawesti, F. S., & Dewi, D. K. (2016). *Self esteem dan Self-disclosure* Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Blackberry Messenger. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 7(1), 1-8.
- Rains, S. A., & Brunner, S. R. (2018). The Outcomes of Broadcasting Self-Disclosure Using New Communication Technologies: Responses to Disclosure Vary Across One's Social Network. *Communication Research*, 45(5), 659-687.
- Riyanto, A. D. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Sabaruddin, S. (2019). *Self-disclosure* pada Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Pangkep). *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 1(2), 111-120.

- Santi, N. N., & Damariswara, R. (2017). Hubungan antara, *Self esteem* dengan *Self-disclosure* pada saat *Chatting* di *Facebook*. *PEDAGOGIA: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 110-123.
- Sari Retno P., A. Tri Rejeki, & M. Achmad Mujab. (2006). Pengungkapan Diri Mahasiswa Tahun Pertama Universitas Diponegoro Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Harga Diri. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*, 3(2).
- Sladek, S., & Grabinger, A. (2014). Gen Z. *Introducing the first Generation of the 21st Century Available at*.
- Tafarodi, R. W., & Swann Jr, W. B. (2001). Two-Dimensional Self-Esteem: Theory and Measurement. *Personality and individual Differences*, 31(5), 653-673.
- Taylor, D. A., & Altman, I. (1975). Self-Disclosure as a Function of Reward-Cost Outcomes. *Sociometry*, 38(1), 18. <https://doi.org/10.2307/2786231>.
- Triana, Erliana, Y. D., & Mustafa, K. (2018). Hubungan antara Self Compassion dengan *Self-disclosure* pada Remaja di Panti Asuhan Tritunggal Sumbawa. *Jurnal Psimawa*, I(1), 10-13
- Utomo, W. P. B., & Laksmiwati, H. (2019). Hubungan Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Siswa-siswi Pengguna Jejaring Sosial Instagram di SMA Negeri 1 Gedangan. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*. 6(1).
- Velasco-Martin, J. (2013). Exploring *Self-disclosure* In Online Social Networks. *School Of Information and Library Science*.
- Wijoyo, Hadion , dkk. (2020). *Generasi Z dan Revolusi Industri 4.0*. Banyumas : Pena Persada Redaksi.
- Wiyono, T., & Muhid, A. (2020). Self-disclosure melalui media instagram: Dakwah bi al-nafsi melalui keterbukaan diri remaja. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 141-154.
- Yz-zahra, F. A., & Hasfi, N. (2018). Studi Fenomenologi Online *Self-disclosure* melalui Instagram Story. *Interaksi Online*, 7(1), 56-67