



\*Corresponding author: Ahmad Muflih, Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Kota Makassar, Indonesia.

E-mail: ahmdmflh10@gmail.com

## RESEARCH ARTICLE

# Influence of Big Five Personality Traits on Self-Disclosure in Early Adulthood Instagram Social Media Users

Ahmad Muflih\*, Kurniati Zainuddin, & Muhrajan Piara

Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

**Abstract:** Self-disclosure is the ability of individuals to voluntarily disclose information about themselves to others that is personal. This will affect both him and others, if done excessively. From the influence of self-disclosure factors based on personality type can be seen and focus on the personality of the big five personality in Makassar State University students. This study involved students of Makassar State University (N=381). The sampling technique used is cluster random sampling. The measuring instruments used are the Big Five Inventory scale (BFI) adaptation scale from Ramdhani (2012) and the self-disclosure scale from Tamaraya research (2020). Data analysis used in this study is a multiple linear regression technique. The results showed that there is not significant influence with the four big five personality, namely, Openess to experience, conscientiousness, extraversion, and agreeableness to self-disclosure. While personality neuroticism has a significant effect on self-disclosure. This research has implications in the field of Social Psychology and is useful for students to be able to determine the value of attitudes, emotions, and values that affect individuals on personality that are carried out towards self-disclosure.

**Keywords:** Big Five Personality, Self-Disclosure, Social Media Instagram

## 1. Pendahuluan

Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan interaksi dengan sesamanya dan salah satu caranya melakukan komunikasi dengan cara bersosialisasi. Komunikasi antar individu dapat dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung. Komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung dapat menggunakan media sosial sebagai pilihan individu dalam melakukan interaksi. Media sosial menjadi sarana pertukaran informasi yang mudah digunakan dan dapat membantu dalam mempertahankan relasi antar individu.

Begitu mudahnya penggunaan media sosial maka semakin banyak masyarakat mulai menggunakan media sosial untuk mempermudah aktivitas sehari-hari. Berdasarkan data survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2022), pengguna internet di Indonesia ditahun 2022 pada kuartal dua mencapai 210 juta orang dengan 98,64% nya kelompok berusia 19-34 tahun. 42,3% penduduk indonesia sering menggunakan media sosial Instagram. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Qmee (2022) instagram adalah aplikasi yang dapat membagikan foto, video, dan fitur-fitur yang ada pada aplikasi instagram terutama Instagram *stories*. Penggunaan fitur *stories* yang dibagikan oleh pengguna Instagram dalam rentang waktu 60 detik sebanyak 695 ribu kali *stories*. Instagram *stories* mendorong pengguna untuk membagikan *content* ke *followers* nya. Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini, Pertiwi (2017) mengemukakan bahwa durasi



penggunaan Instagram *stories* melampaui snapchat. Saat ini pengguna di bawah 25 tahun rata-rata menghabiskan waktu 32 menit per hari di Instagram *stories*. Instagram menjadi media yang banyak digunakan untuk melakukan pengungkapan diri kepada individu lain yang biasanya dalam kehidupan nyata tidak dapat individu lakukan.

Wheless, Nesser dan McCroskey (1986) mengemukakan bahwa pengungkapan diri adalah bentuk dari komunikasi antar individu secara langsung kepada individu yang lain pada suatu kelompok. Pengungkapan diri menjadi salah satu hal yang penting dalam bersosialisasi dikarenakan pengungkapan diri merupakan kemampuan yang harus dimiliki agar individu mampu melakukan interaksi dan komunikasi dengan individu lain (Yuniar & Nurwidawati, 2013). Sejalan dengan hal tersebut, Haidir (2020) mengemukakan bahwa pengungkapan diri juga salah satu bentuk komunikasi interpersonal. Pengungkapan diri dapat dilakukan pada kehidupan sehari-hari, dimana individu akan mengungkapkan diri paling sedikit sekali dalam sehari (Choi & Bazarova, 2014). Devito (2011) mengemukakan bahwa pengungkapan diri adalah penyampaian mengenai diri individu yang biasanya belum diperlihatkan atau disembunyikan ke individu lain.

Pengungkapan diri merupakan aspek penting dalam berhubungan sosial. Abadi, Sukmawan dan Utari (2013) mengemukakan bahwa manfaat pengungkapan diri yang dilakukan melalui media sosial dapat memberi dampak positif bagi komunikasi interpersonal individu baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Valkenburg dan Peter (2009) bahwa manfaat positif dari pengungkapan diri adalah memberikan individu kesempatan untuk mengeksplorasi jati dirinya, mencari dukungan, dan mampu menjaga hubungan sosial dengan orang yang dikenalnya.

Di sisi yang lain pengungkapan diri tidak hanya berdampak secara positif, melainkan terdapat dampak negatif dari pengungkapan diri. Menurut Mafazi dan Nuqul (2017) mengemukakan bahwa pengungkapan diri tidak selalu berdampak positif. Pengungkapan diri seperti mengkritik, mengumpat, dan melakukan agresi baik secara langsung ataupun virtual dapat diklasifikasikan sebagai pengungkapan negatif. Sejalan dengan hal tersebut, Paramithasari dan Dewi (2013) mengemukakan bahwa pengungkapan diri yang dilakukan cenderung berbahaya apabila dilakukan secara berlebihan. Seperti pengungkapan diri dengan berkata kasar, mencela, atau menyinggung perasaan orang maka individu akan mendapatkan respon negatif seperti penolakan, dicemooh, dikucilkan, dan dihindari dari pergaulan sosial (Devito, 2011). Fenomena ini terjadi pada media sosial yang berdampak negatif ke individu, salah satunya pada *selebgram* LA yang mengungkapkan pendapatnya di media sosial tentang penggunaan kata yang tidak lazim “anjay” dan merusak moral anak bangsa. Pengungkapan pendapatnya mendapatkan kritikan dari publik yang menggunakan media sosial akibat dari kontra nya terkait pendapat penggunaan kata tak lazim tersebut (Tionardus, 2020).

Berdasarkan *survey* yang dilakukan peneliti kepada 81 responden di Universitas Negeri Makassar, didapatkan hasil bahwa individu melakukan pengungkapan diri sebesar 84%. Pengungkapan diri yang dilakukan melalui media sosial sebesar 58%. Alasan individu mengungkapkan diri di media sosial adalah gemar ingin membagikan mengenai kehidupannya di media sosial ketimbang melalui pertemuan secara langsung dan sekedar mencari informasi serta menjadi pengguna pasif di media sosial. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap salah satu subjek mahasiswa aktif di Universitas Negeri Makassar inisial DS menyatakan bahwa ia senang membagikan kehidupannya bahkan sampai ke bagian privasinya, ia tak acuh dengan hal tersebut. Bahkan, ia sering mendapat kritikan dari orang lain, namun ia tidak mempermasalahkan hal tersebut apabila mendapatkan komentar atau perilaku negatif yang dia dapatkan, justru ia merasa tertantang untuk mengungkapkan dirinya lagi, salah satunya dengan membuat konten untuk mendapatkan perhatian orang lain secara cepat agar ia tenar di media sosial. dapat dilihat bahwa individu tersebut mengungkapkan dirinya untuk membagikan kesehariannya dan memiliki kepribadian yang terbuka serta bersosialisasi tinggi tanpa memikirkan resiko yang dialami. Menurut Chen, Pan dan Guo (2016) menemukan bahwa individu dengan

kepribadian *extraversion* mencoba untuk meningkatkan posisinya dalam berhubungan antarindividu melalui media sosial dengan mengungkapkan dirinya dengan jumlah yang besar untuk menjaga hubungan dengan individu lain di media sosial.

Menurut Devito (2011) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri individu, yaitu besar kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, kompetensi, kepribadian, topik, dan jenis kelamin. Salah satu faktor pengungkapan diri adalah kepribadian. Kepribadian merupakan ciri, watak, atau sifat yang khas dari dalam individu yang terbentuk oleh lingkungan sekitarnya (Sjarkawi, 2011). Salah satu tipe kepribadian yang sesuai menggambarkan pengungkapan diri yaitu kepribadian *big five personality*. McCrae dan Costa (2003) mengembangkan teori dengan membagi tipe kepribadian menjadi lima dimensi kepribadian utama, dengan nama “*The Big Five Personality*”, yaitu *openness to experience*; keterbukaan terhadap pengalaman baru, *conscientiousness*; kesadaran pada diri sendiri, *extraversion*; hasrat untuk menjalin hubungan secara luas, *agreeableness*; kecenderungan untuk menyetujui pendapat atau pandangan individu lain, dan *neuroticism*; kecenderungan mengalami gangguan psikis.

Banyak penelitian terdahulu yang berfokus pada dimensi *extraversion* dibanding dimensi lain. Selain dimensi *extraversion*, dimensi *neuroticism* memiliki asosiasi positif dalam mengekspresikan aspek dirinya secara ideal dan aspek dirinya secara tersembunyi pada individu (Chen, dkk, 2016). Sugathadasa dan Pamarathna (2019) menunjukkan bahwa *agreeableness*, *openness to experience* dan *conscientiousness* mempengaruhi tingkat pengungkapan diri pada pengguna media sosial. Selain itu dimensi kepribadian *big five* dalam penelitian Hikmah (2017) digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri pada pengguna media sosial. Hasil penelitian tersebut terdapat satu dimensi kepribadian *big five* yaitu *openness to experience* yang mempengaruhi pengungkapan diri pada pengguna media sosial. Sedangkan, untuk keempat kepribadian lainnya tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan pengungkapan diri di media sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adnan dan Hidayati (2018) mengemukakan bahwa hasil dari penelitiannya menemukan adanya pengaruh antara tipe kepribadian terhadap pengungkapan diri. Kemudian, pada penelitian yang dilakukan oleh Fauzia, Maslihah, dan Ihsan (2019) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh antara tipe kepribadian dengan pengungkapan diri. Dan juga pada penelitian yang dilakukan oleh Waasi, Widiastuti, dan Safitri (2021) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh antara kepribadian terhadap pengungkapan diri pada pengguna Instagram.

## 2. Kajian Literature

Pengungkapan diri adalah cara seseorang melakukan komunikasi dengan individu lain dengan memberikan informasi berupa ide, gagasan, ataupun informasi yang bersifat rahasia yang disampaikan dengan jujur untuk individu dituju dapat menimbulkan hubungan interpersonal yang baik antar individu. Aspek dari pengungkapan diri ada lima, yaitu, ukuran pengungkapan diri, valensi, kecermatan dan kejujuran, maksud dan tujuan, dan keakraban (Yosal, 2009).

Kepribadian merupakan sikap yang bersumber dari watak dasar individu. Sifat individu jadi fokus studi mengenai karakter, alhasil menunjukkan bermacam perspektif. Lima perspektif menjabarkan perilaku dan kebiasaan yang berbeda tiap aspek. Lima aspek kepribadian tersebut juga disebut dengan *big five personality*. Aspek dari *big five personality* yaitu, *Neuroticism*, *Extraversion*, *Openness To Experience*, *Agreeableness*, dan *Conscientiousness* (McCrae & Costa, 2006).

*Neuroticism* merupakan kecenderungan individu yang memiliki ketidaksesuaian dalam berpikir dan bertindak sehingga mengasilkan perasaan yang tidak menyenangkan dan gelisah. *Neuroticism* memiliki enam aspek yaitu kecemasan, depresi, kemarahan, kesadaran diri, impulsif, dan kerentanan. *Extraversion* merupakan kecenderungan individu dalam melakukan interaksi sosial dan kegiatan sehari-hari. *Extraversion* mempunyai enam aspek, yaitu kehangatan, suka berteman, ketegasan, aktivitas, mencari kebahagiaan, dan emosi

positif. *Openness to experience* merupakan kecenderungan individu dalam membuka, mencari, dan memahami ide-ide yang individu dapatkan dari berbagai pengalaman. *Openness to experience* mempunyai enam aspek, yaitu fantasi, estetika, perasaan yang kuat, tindakan, ide, dan nilai. *Agreeableness* merupakan kecenderungan individu dalam memedulikan individu lain. *Agreeableness* mempunyai enam aspek, yaitu kepercayaan, keterusterangan, altruisme, kepatuhan, kesederhanaan, dan kelembutan. *Conscientiousness* merupakan kecenderungan individu dalam mengukur individu lain. *Conscientiousness* mempunyai enam aspek, yaitu kompetensi, tertib, berbakti, berujung untuk berprestasi, disiplin, dan musyawarah (Mccrae & Costa, 2006).

Hal tersebut memunculkan asumsi dari peneliti bahwa ada pengaruh kepribadian *big five personality* terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram. Sehingga uraian diatas didapatkan hipotesis berikut:

- H1: Ada pengaruh kepribadian *Openness to Experience* terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram.
- H2: Ada pengaruh kepribadian *Conscientiousness* terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram
- H3: Ada pengaruh kepribadian *Extraversion* terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram.
- H4: Ada pengaruh kepribadian *Agreeableness* terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram.
- H5: Ada pengaruh kepribadian *Neuroticism* terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Pendekatan korelasional berfokus pada hubungan atau korelasi antara dua atau lebih variabel dengan mengukur seberapa kuat atau lemah korelasinya. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Negeri Makassar angkatan 2016-2022 dengan populasi mahasiswa aktif sebanyak 35.908 dengan penentuan sampel menggunakan *sample size calculator by Raosoft* sehingga sampel yang digunakan yaitu sebanyak 381 orang. Dalam penelitian ini digunakan metode *Cluster Random Sampling* sebagai teknik penentuan sampel, Untuk menentukan jumlah sampel individu dalam kelompok populasi dipilih secara acak sesuai dengan proporsi jumlah sampel menggunakan teori proporsional oleh Nazir (2009).

Skala *big five personality* ini diadaptasi dari skala *Big Five Inventory* (BFI) dari penelitian Ramdhani (2012), berdasarkan aspek-aspek dari Mccrae dan Costa (2006) terdiri dari *neuroticism*, *extraversion*, *openness to experience*, *agreeableness*, dan *conscientiousness*. Berdasarkan hasil adaptasi bahasa dan budaya skala *Big Five Inventory* (BFI), diperoleh skala yang terdiri dari 28 aitem yang berbentuk pernyataan dan sudah diterjemahkan sesuai dengan konstruk *big five*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi yang berbentuk skala likert. Skala *big five personality* ini diadaptasi dari skala *Big Five Inventory* (BFI) dari penelitian Ramdhani (2012), berdasarkan aspek-aspek dari Mccrae dan Costa (2006) terdiri dari *neuroticism*, *extraversion*, *openness to experience*, *agreeableness*, dan *conscientiousness*. Skala pengungkapan diri diadaptasi dari penelitian (Tamaraya, 2020), berdasarkan aspek-aspek dari Yosali (2009) terdiri dari ukuran pengungkapan diri, valensi, kecermatan dan kejujuran, maksud dan tujuan, keakraban.

**Tabel 1.** Blue Print Big Five Inventory (BFI)

Dimensi	Nomor Item		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Extraversion	1, 6, 11, 16, 21	-	5
Agreeableness	2, 7, 12, 17, 26	22	6
Conscientiousness	3, 8, 13, 18, 23	-	5
Neuroticism	4, 9, 14, 19, 24	-	5
Extraversion	1, 6, 11, 16, 21	-	5
<b>Jumlah</b>			<b>28</b>

Skala pengungkapan diri diadaptasi dari penelitian (Tamaraya, 2020), berdasarkan aspek-aspek dari Yosol (2009) terdiri dari ukuran pengungkapan diri, valensi, kecermatan dan kejujuran, maksud dan tujuan, keakraban. Alat ukur ini menggunakan 20 aitem yang berbentuk pernyataan. Skala ini memiliki tingkat reliabilitas dengan skor alpha Cronbach 0.943 sehingga skala tersebut dinyatakan *reliable*.

**Tabel 2.** Blue Print Pengungkapan Diri

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Ukuran pengungkapan diri	1, 2, 3, 4, 5, 6	-	6
Valensi	7, 8, 9, 10, 11	-	5
Kecermatan dan kejujuran	12, 13, 14, 15	16	5
Maksud dan tujuan	17, 18	-	2
Keakraban	21, 22	-	2
<b>Jumlah</b>			<b>20</b>

Pengujian pada penelitian yang dilakukan menggunakan uji asumsi pada uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan aplikasi *Jamovi 2.3.28*. Dalam analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah berdasarkan sebaran data dalam penelitian ini sudah terdistribusi normal atau tidak. Taraf signifikansi data yang dinyatakan terdistribusi normal jika  $p > 0,05$ . Berdasarkan analisis data didapatkan nilai sebagai berikut.

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov	
Statistic	p
0,0529	0.238

Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan nilai signifikansi 0,238 dalam hal ini data penelitian terdistribusi normal dengan taraf nilai signifikansi  $p > 0,05$ .

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yang diuji dengan bantuan aplikasi *Jamovi 2.3.28*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel dalam penelitian ini secara parametrik. Hasil uji hipotesis disajikan pada tabel 4.

Berdasarkan uraian pada tabel 4, empat dimensi memiliki nilai signifikansi  $p > 0,05$ , yang menunjukkan bahwa ke empat dimensi yaitu *openess to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, dan *agreeableness* tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan diri pada pengukuran penelitian. Berbeda dengan dimensi *neuroticism* yang memiliki nilai signifikansi  $p < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa dimensi *neuroticism* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan diri. Berdasarkan koefisien regresi untuk variabel dimensi *openess to experience* bernilai positif menunjukkan adanya pengaruh searah namun tidak signifikan. Begitu halnya dengan *extraversion* dan *agreeableness* menunjukkan nilai positif namun tidak signifikan. Dimensi *conscientiousness* bernilai negatif, menunjukkan bahwa tidak

adanya pengaruh dan tidak signifikan. Lain halnya dengan dimensi *neuroticism* bernilai negatif dan signifikan. Artinya, semakin rendah dimensi *neuroticism* individu makan semakin tinggi pengungkapan diri yang dilakukan individu.

**Tabel 4.** Hasil Uji Hipotesis

Dimensi	Estimate	SE	t	p
Openess to experience	0,139	0,218	0,642	0,521
Conscientiousness	-0,047	0,253	-0,186	0,825
Extraversion	0,247	0,233	1,06	0,289
Agreeableness	0,304	0,323	0,943	0,346
Neuroticism	-0,870	0,194	-4,48	< .001

Berdasarkan tabel 4, dapat dilihat bahwa dimensi *neuroticism* menunjukkan kepribadian paling dominan dengan persentase 87 %. Sebaliknya dimensi *conscientiousness* menunjukkan nilai persentase 4 % yang dimana memiliki tingkat dominan paling sedikit dengan dimensi kepribadian yang lain.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil dalam penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa empat dimensi dalam *big five personality* yaitu dimensi *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, dan *agreeableness* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan diri. Namun, lain halnya dengan dimensi *neuroticism* yang berpengaruh terhadap pengungkapan diri.

Individu dengan kepribadian *openess to experience* memiliki kecenderungan lebih toleran terhadap pandangan dan nilai-nilai yang berbeda dari dirinya sendiri. Keterkaitan *Openess to experience* dengan pengungkapan diri yaitu keterbukaan mereka untuk berbagi pengalaman. Individu dengan kepribadian *Openess to experience* ini juga menerima pendapat dan pandangan baru (Mcrae & Costa, 2006). Hal ini dapat memberikan rasa nyaman dengan diri sendiri karena tidak takut menunjukkan diri apa adanya. Pengaruh dimensi *openness to experience* terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal mempengaruhi cara individu dalam melakukan pengungkapan diri. *Opennes to experience* adalah kepribadian yang mencerminkan seseorang terbuka dalam hal gagasan. Dalam konteks media sosial instagram, Individu dengan kepribadian *Openess to experience* ini terbuka dan ekspresif dalam menerima pendapat dan pandangan baru, kemudian mendiskusikannya dengan berbagai sudut pandang yang berbeda (Liu & Campbell, 2018).

Individu yang memiliki kepribadian *conscientiousness* cenderung lebih terbuka dalam berbicara tentang pengalaman hidup dan pandangan pribadi individu. Oleh karena itu, sifat kepribadian *conscientiousness* yang bertanggung jawab dan disiplin membuat individu lebih aman dan percaya diri dalam mengungkapkan diri. Sehingga individu dengan kepribadian ini juga cenderung memiliki hubungan interpersonal yang baik dan lebih stabil dengan individu lain (Feist. dkk, 2017). Kepribadian *conscientiousness* terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal cenderung memiliki kesadaran diri yang kuat terhadap tindakan yang individu lakukan. Pada pengungkapan diri di media sosial, kepribadian *conscientiousness* dapat berpengaruh dengan cara individu membagikan bahkan berinteraksi dengan individu lain di media sosial. Dalam mengungkapkan diri di media sosial, kepribadian *conscientiousness* lebih selektif dalam memilih apa yang akan individu unggah dan mempertimbangkan dampak dari setiap postingan yang diunggah ke media sosialnya (Oghazi. dkk, 2019).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hikmah (2017) menunjukkan bahwa hasil dalam penelitiannya terdapat pengaruh namun tidak signifikan antara *conscientiousness* terhadap pengungkapan diri. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Karna (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh trait *conscientiousness* terhadap pengungkapan diri secara signifikan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepribadian *conscientiousness* cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan diri mengenai perasaan dan pemikirannya dengan harapan akan mendapatkan dukungan bahkan umpan

balik dari individu lain di media sosial. Hal ini sejalan dengan aspek pengungkapan diri menurut Yosol (2009) mengemukakan bahwa pada aspek maksud dan tujuan, maksud dan tujuan individu mengungkapkan diri untuk mendapatkan timbal balik bahkan dukungan dari individu lain di media sosialnya.

Individu dengan kepribadian *extraversion* menunjukkan bahwa cenderung menikmati berinteraksi dengan orang lain, energik dan bersemangat. Individu dengan aspek kepribadian *extraversion* juga cenderung memiliki kemampuan untuk memimpin dan memengaruhi orang lain dalam mengambil keputusan. Keterkaitan *extraversion* dengan pengungkapan diri yaitu individu mampu bersosialisasi dengan seimbang antara keluarga, teman, dan menghargai waktu untuk diri sendiri. Individu *extraversion* juga fleksibel dalam berinteraksi karena merasa nyaman dengan situasi seperti acara sosial dengan berbagai kelompok orang didalamnya. Menurut teori yang dinyatakan oleh Devito (2011) bahwa individu yang memiliki kepribadian *extraversion* mengungkapkan dirinya cenderung lebih terbuka dan mudah dalam melakukan interaksi dengan individu lain. Sehingga, individu dengan kepribadian *extraversion* akan mudah dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial seperti instagram.

Individu dengan kepribadian *agreeableness* cenderung bersikap bijaksana dan menghargai pendapat orang lain, namun tetap mengutarakan pendapatnya dengan sopan. Individu pada aspek kepribadian *agreeableness* cenderung mampu untuk menghindari konflik dan mampu mencari solusi dalam interaksi sosial. Keterkaitan *agreeableness* terhadap pengungkapan diri yaitu cenderung memiliki kemampuan mendengarkan yang baik. Individu tersebut cenderung lebih terbuka untuk mendengar pendapat dan pendapat perspektif orang lain. Individu dengan *agreeableness* cenderung memiliki kontrol diri lebih baik dalam mengungkapkan emosinya (Feist, dkk, 2017).

Hasil penelitian pada dimensi *neuroticism* ada pengaruh negatif terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram. Sehingga, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Karna (2021) menunjukkan bahwa kepribadian *neuroticism* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan diri namun memiliki pengaruh yang negatif. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Loiacono, dkk (2012) menunjukkan bahwa *neuroticism* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan diri, dimana individu akan merasa khawatir dengan persepsi individu lain yang melihat dirinya ketika mengungkapkan diri di media sosial. Oleh karena itu, Individu dengan kepribadian *neuroticism* ini cenderung memiliki intensitas emosi negatif seperti kecemasan, ketakutan dan depresi. Individu pada kepribadian *neuroticism* cenderung memiliki sifat-sifat seperti mudah cemas, emosi yang tidak stabil, dan merasakan emosi negatif secara mendalam. Keterkaitan *neuroticism* terhadap pengungkapan diri cenderung memiliki pola pikir yang lebih cemas, mudah gelisah, dan rentan terhadap perasaan negatif (Mcrae & Costa, 2006). Individu dengan *neuroticism* ini cenderung mencari dukungan sosial ketika menghadapi kesulitan emosional dengan menceritakan apa yang individu itu rasakan sebagai cara untuk mengurangi bebannya. Individu dengan kepribadian *neuroticism* ini juga cenderung lebih ekspresif terhadap perasaan dan emosi yang dirasakan (Feist, dkk, 2017).

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada 381 responden di Universitas Negeri Makassar, penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, dan *agreeableness* tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram. Lain halnya dengan trait *neuroticism*, ada pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna media sosial instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, diharapkan pada mahasiswa untuk mengenali karakter kepribadian diri sendiri dalam pengungkapan diri di media sosial. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya pada penelitian ini dapat menjadi acuan referensi dan rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Peneliti

juga menyarankan untuk memperhatikan atau meneliti faktor lain yang berkaitan dengan pengungkapan diri.

## References

- Adnan, A. Z., & Hidayati, F. (2018). Self-Disclosure Ditinjau Dari Tipe Kepribadian dan Self Esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 2(2), 179-184.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022, 7 Februari). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/gudang-data/hasil-survei>
- Bazarova, Natalya N. & Choi. Y. H. (2014). Self-Disclosure In Social Media: Extending The Functional Approach To Disclosure Motivations and Characteristics On Social Network Sites. *Journal of Communication*, 64(4), 635-657. <https://doi.org/10.1111/jcom.12106>
- Chen, X., Pan, Y., & Guo, B. (2016). The Influence of Personality Traits and Social Networks on The Self-Disclosure Behavior of Social Network Site Users. *Internet Research*, 26(3), 566-586. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2014-0145>
- Cheung, C., Lee, Z. W. Y., & Chan, T. K. H. (2015). Self-disclosure in social networking sites. *Internet Research*, 25(2), 279-299. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2013-0192>
- Devito, J. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Dr. Sjarkawi, M. P. (2011). *Pembentukan Kepribadian Anak Peran Moral, Intelektual, Emosional, Dan Sosial Sebagai Wujud Integritas Membangun Jati Diri*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- 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. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Haidir, A. (2020). *Self Disclosure Sebagai Bentuk Personal Branding di Media Sosial (Personal Branding melalui Pengungkapan Diri di Instagram pada Penyiar Radio sekaligus MC yang Terlibat dalam Komunitas MC Solo Raya) (Skripsi)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/84210/>
- Hikmah, N. M. (2017). *Hubungan Kepribadian Big Five Dengan Pengungkapan Diri Secara Online Pengguna Media Sosial (Skripsi)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/29138/>
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2014). Facebook Self-Disclosure: Examining The Role Of Traits, Social Cohesion, and Motives. *Computers in Human Behavior*, 30, 50-58. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.055>
- Liu, D., & Campbell, W. K. (2017). The Big Five Personality Traits, Big Two Metatraits And Social Media: A Meta-Analysis. *Journal of Research in Personality*, 70, 229-240. <https://doi.org/10.17605/osf.io/9bbns>
- Loiacono, E., Carey, D., Misch, A., Spencer, A., & Speranza, R. (2012). Personality impacts on self-disclosure behavior on social networking sites. [Disertasi doctoral yang tidak dipublikasikan]. Americas Conference on Information System (AMCIS).
- Mafazi, N., & Nuqul, F. L. (2017). Perilaku virtual remaja: strategi coping, harga diri, dan pengungkapan diri dalam jejaring sosial online. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 128-137. <https://doi.org/10.14710/jp.16.2.128-137>
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective*. Guilford Press.
- McCrae, R. R., & Costa Jr, P. T. (2006). Cross-cultural perspectives on adult personality trait development. *Handbook of personality development*, (hlm. 129-145). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian* (7<sup>th</sup> ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.

- Oghazi, P., Schultheiss, R., Chirumalla, K., Kalmer, N. P., & Rad, F. F. (2019). User Self-Disclosure On Social Network Sites: A Cross-Cultural Study On Facebook's Privacy Concepts. *Journal of Business Research*, 112, 531-540. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.006>
- Paramithasari, P. P., & Dewi, E. K. (2013). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Self-Disclosure di Jejaring Sosial pada Siswa SMA Kesatrian 1 Semarang. *Jurnal Empati*, 2(4), 376-385. <https://doi.org/10.14710/empati.2013.7423>
- Pertiwi, W. K. (2017, 3 November). *Sehari 300 Juta Orang Bikin Instagram Stories dan Whatsapp Status*. <https://tekno.kompas.com/read/2017/11/03/07080067/sehari-300-juta-orangbikin-instagram-stories-dan-whatsapp-status>
- Qmee. (2022, 6 Agustus). *Online in 60 Seconds*. <https://www.qmee.com/en-gb/blog/online-in-60-seconds-2021>
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan budaya dari skala kepribadian big five. *Jurnal psikologi*, 39(2), 189-205. <https://doi.org/10.22146/jpsi.6986>
- Rosyadi, H. E., & Sulaksono, A. G. (2020). Pengaruh Penggunaan Situs Jejaring Sosial Terhadap Kesadaran Privasi Dan Aksi Pengungkapan Diri Pada Remaja (Studi Pada Pengguna Facebook Dan Instagram). [Disertasi doktoral yang tidak dipublikasikan]. Universitas Merdeka Malang.
- Saraswati, Putu. A.A. (2023). Hubungan Antara Big Five Personality Dengan Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 03(01), 183-194. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i1.763>
- Sugathadasa, K., & Pemarathna, R. (2019). Do Big-five Personality Traits Impact on Self-disclosure Behavior On Social Networking Sites' Users?. *International Journal of Advance Research And Innovative Ideas In Education*, 5(3), 588-594.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tionardus, M. (2020, 1 September). Polemik Kata “Anjay”, Berawal dari Konten Lutfi Agizal Hingga Reaksi Netizen. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/09/01/121909866/polemik-kata-anjay-berawal-dari-konten-lutfi-agizal-hingga-reaksi-netizen?page=all>
- Valkenburg, P & Peter, J. (2009). Social Consequences of the Internet for Adolescents: a Decade of Research. *Journal of Association for Psychological Science*, 18(1), 1-5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>
- Waasi, I., Widiastuti, M., & Safitri, S. (2021). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Pengguna Instagram. *JCA Psikologi*, 2(1), 19-27.
- Wheless, L.R, Nesser, K., & McCroskey, J.C. (1986). The Relationship of Self Disclosure and Disclosiveness to High and Low Communication Apprehension. *Communication Research Reports*, 3(1), 129-134. <https://doi.org/10.1080/17464099.1986.12289964>
- Yosal, I. (2009). *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Yuniar, G. S., & Nurwidawati, D. (2013). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Dengan Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Pada Siswa-Siswi Kelas VIII SMP Negeri 26 Surabaya. *Character*, 02(1), 5-6.
- Zhang, Y., & Ling, Q. (2015). SNS as intimacy zone: social intimacy, loneliness, and self-disclosure on SNS. *Global Media Journal*, 13(25), 1.