HUBUNGAN ANTARA DIMENSI KEPRIBADIAN *BIG FIVE* DENGAN PENGUNGKAPAN DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI YOGYAKARTA

***RELATIONSHIP BETWEEN BIG FIVE PERSONALITY DIMENSIONS AND SELF-DISCLOSURE IN STUDENTS OF INSTAGRAM USERS IN YOGYAKARTA***

**Manik Aditya Karna**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

karnamanik@gmail.com

081236816816

**Abstrak**

Pengungkapan diri dalam media sosial khususnya di dalam instagram, tidak hanya berdampak positif namun ada beberapa mengarah ke negatif seperti penyalahgunaan instagram dengan memiliki akun palsu, berbicara kasar, mengkritik atau menyinggung orang lain. Tujuan dalam penelitian ini mengetahui adanya hubungan dimensi kepribadian big five dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta. Hipotesis adanya hubungan antara dimensi *extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism* dan *openness to experience* dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta. Subjek penelitian adalah mahasiswa pengguna instagram yang berusia 18 sampai 25 tahun. Pengumpulan data menggunakan skala *likert* dengan skala pengungkapan diri dan kepribadian *big five*. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi *pearson product moment*. Hasil dari analisis menunjukkan dari lima dimensi kepribadian big five yang memiliki hubungan negative dengan pengungkapan diri adalah *neuroticism* dengan koefisien korelasi sebesar -0.529 dengan p = 0,000 (p<0.050). Koefisien determinasi (R2) bernilai 0.279 dimana artinya *neuroticism* memiliki hubungan sebesar 27.9% terhadap pengungkapan diri. Sedangkan dimensi kepribadian lainnya yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness* dan *openness to experience* menunjukkan hubungan yang positif signifikan dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta.

**Kata Kunci**: *instagram, kepribadian big five, pengungkapan diri*

***Abstract***

*Self-disclosure in social media, especially, on Instagram, not only has positive impacts but it also has negative impacts; such as, misusing of Instagram by having a fake account, speaking harshly, criticizing or offending others. The aim of this study is that to determine the relation between the big five personalities dimension and self-disclosure in students of Instagram users in Yogyakarta. Furthermore, there is hypothesis of the dimensions of extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism and openness to experience with self-disclosure in students of Instagram users in Yogyakarta. The research subjects were students who used Instagram aged 18 to 25 years. Moreover, the data collection used a Likert scale with a self-disclosure scale and big five personality scale. In addition, the data analysis technique used pearson's product-moment correlation analysis. The results of the analysis show that big five personality dimension which has a negative relationship with self-disclosure is neuroticism. It has a correlation coefficient of -0.529 with p = 0.000 (p<0.050). The coefficient of determination (R2) is 0.279 which means that neuroticism has a relationship of 27.9% on self-disclosure. Meanwhile, other personality dimensions, which are extraversion, agreeableness, conscientiousness and openness to experience, show a significant positive relationship with self-disclosure on Instagram students in Yogyakarta.*

***Keywords****: instagram, big five personality, self-disclosure*

**PENDAHULUAN**

Media sosial yang populer dalam lima tahun terakhir ialah Instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto atau video memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital dan berbagi ke berbagai layanan jaringan sosial termasuk instagram milik sendiri dengan sistem pertemanan yang menerapkan *following* dan *followers* (Rahim, Erawan, & Alfando, 2018).

Pengungkapan diri merupakan jenis komunikasi dimana kita mengungkapkan informasi tentang diri sendiri yang biasanya disembunyikan (DeVito, 2011). Keputusan untuk mengungkapkan diri tergantung pada individu. Penting untuk diingat dan diperhatikan kelebihan dan kekurangan sifat komunikasi tidak bisa diubah, terutama pada media *online*. Pengungkapan diri secara online dapat diubah, diperbarui dan dihapus sesuai dengan pemikiran dan keinginan pengguna, namun kesimpulan pembaca berdasarkan pengungkapan diri pengguna tidak dapat diubah atau dihapus (DeVito, 2011).

Pengungkapan diri dalam media sosial khususnya di dalam instagram, dapat dilihat memiliki manfaat positif dan negatif. Manfaat positif dari pengungkapan diri antara lain memberikan seseorang kesempatan untuk mengeksplorasi jati dirinya, mencari dukungan dan informasi tentang isu sensitif terkait perkembangan, mengembangkan hubungan, dan mampu menjaga hubungan sosial dengan orang yang dikenalnya (Valkenburg & Peter, 2009). Pengungkapan diri individu di media sosial seperti mengkritik orang lain, mengumpat, dan melakukan agresi virtual untuk seseorang diklasifikasikan sebagai pengungkapan negatif. Penggunaan media sosial berpotensi disalahgunakan sebagai alat untuk mencemooh, menguntit, dan perundungan (Mafazi & Nuqul, 2017).

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri yaitu kepribadian. Kepribadian merupakan ciri, watak atau sifat yang khas dari dalam individu berasal dari pembentukan yang diperoleh di lingkungan sekitarnya (Sjarkawi, 2011). Banyak teori yang telah mendefinisikan kepribadian. Dari sekian banyak teori yang telah banyak memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu psikologi, terdapat teori yang mengemukakan adanya lima bentuk tipe kepribadian atau kepribadian *Big Five.* Menurut Suranto (2011) kepribadian merupakan karakter yang melekat pada diri seseorang yang bersifat unik.

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

Penggunaan kepribadian *big five* sebagai variabel kepribadian yang mempengaruhi pengungkapan diri, karena *big five* merupakan penggolongan kepribadian berbasis kosakata yang mengelompokkan kata maupun bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk mendeskripsikan dan membedakannya dari orang lain (Ramdhani, 2012).

Hipotesis yang diajukan adanya hubungan masing-masing dimensi kepribadian *big five* (*extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism* dan *openness to experience)* dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuisioner, metode pengambilan data ialah *probability sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan *simple random sampling.* Subyek dari penelitian ini adalah 100 mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta, yang berusia 18 hingga 25 tahun. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis korelasi *pearson product moment*. Pengukuran variabel yang digunakan merupakan skala pengungkapan diri modifikasi dari skala yang digunakan dalam penelitian Anggraeni (2018) dengan terdiri dari lima aspek pengungkapan diri menurut Kim, Shin dan Chai (2015) dan skala kepribadian *big five* dengan jumlah 44 aitem yang telah diadaptasi oleh Ramdhani (2012) ke dalam budaya dan bahasa Indonesia yang terstandarisasi berdasarkan teori kepribadian *big five* dengan menggunakan skala *likert.*

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi pearson product moment menunjukkan bahwa ada hubungan positif dimensi *extraversion* dengan pengungkapan diri diperoleh r = 0.955 dan p < 0.000. Korelasi antara dimensi *agreeableness* dengan pengungkapan diri diperoleh r = 0.960 dan p < 0.000, berarti terdapat korelasi positif yang signifikan antara dimensi *agreeableness* dengan pengungkapan diri. Korelasi antara dimensi *conscientiousness* dengan pengungkapan diri diperoleh r = 0.956 dan p < 0.000, berarti terdapat korelasi positif yang signifikan antara dimensi *conscientiousness* dengan pengungkapan diri. Korelasi antara dimensi *neuroticism* dengan pengungkapan diri diperoleh r = -0.529 dan p < 0.000, berarti terdapat korelasi negatif yang signifikan antara dimensi *neuroticism* dengan pengungkapan diri. Korelasi antara dimensi *openness to experience* dengan pengungkapan diri diperoleh r = 0.839 dan p < 0.000, berarti terdapat korelasi positif yang signifikan antara dimensi *openness to experience* dengan pengungkapan diri. Hipotesis dapat dijelaskan bahwa masing-masing dimensi kepribadian *big five* berhubungan positif dan signifikan kecuali dimensi *neuroticism* yang memperoleh korelasi negatif.

Kepribadian *big five* pada awalnya bersifat taksonomi, namun setelah banyak ditambahkan studi-studi lainnya kemudian berubah menjadi teori yang dapat memprediksi dan menjelaskan perilaku (Feist, Feist & Robert, 2017). Kepribadian *big five* memiliki 5 dimensi yaitu *extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism* dan *openness to experience.*

Berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan positif antara *extraversion* dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram, sesuai dengan perilaku *extraversion* yang tinggi memiliki perilaku mudah menyesuaikan diri, aktif, banyak bicara. Banyak mahasiswa yang menggunakan instagram dengan positif, dalam penelitian ini mahasiswa cukup baik dalam menggunakan instagram. Ini disebabkan mahasiswa extraversion adalah orang yang nyaman berkomunikasi dengan orang lain di dalam instagram. Chen, dkk (2016) menyatakan semakin tinggi kecenderungan individu untuk menjadi extraversion maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk mengungkapkan diri di media sosial (instagram). Selain itu, Syafly (2012) juga membuktikan bahwa dimensi *extraversion* memiliki hubungan dengan pengungkapan diri secara signifikan.

Hasil penelitian terdapat hubungan positif antara dimensi *agreeableness* merupakan pribadi atau kepribadian seseorang yang cenderung bersahabat dan juga dapat dipercaya dalam pengungkapan diri di instagram, sehingga dapat diketahui juga bahwa mahasiswa banyak yang memiliki pribadi yang baik, kemudian hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Wang, Jackson, Zhang dan Su (2012) dimana *agreeableness* memiliki hubungan yang positif dalam pengungkapan diri di instagram, selalu terbuka dalam menggunakan instagram. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Hollenbaugh dan Ferris (2014) individu dengan *agreeableness* tinggi memiliki pengungkapan diri yang tinggi pula, dikarenakan individu memiliki ciri yang ramah, mudah percaya, mudah menerima sehingga mereka merasa aman saat mengungkapkan dirinya dalam media sosial.

Hasil penelitian terdapat hubungan positif antara dimensi *conscientiousness* menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan. Mahasiswa dengan *conscientiousness* yang tinggi cenderung stabil dalam pengungkapan diri dengan memiliki sifat teliti dan rapi. kemudian hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Chen, dkk, (2016) Individu dengan *conscientiousness* yang rendah juga spontan dan ceroboh, sehingga mereka lebih cenderung mengungkapkan pikirannya dalam media sosial daripada orang dengan *conscientiousness* yang tinggi. Sebaliknya, orang yang memiliki rasa *conscientiousness* yang tinggi memiliki sifat hati-hati dan berpikir sebelum bertindak. Orang dengan rasa *conscientiousness* yang lebih tinggi akan lebih berhati-hati saat mendeskripsikan dirinya pada media sosial, sehingga kecenderungan pengungkapan diri stabil. Selain itu individu *conscientiousness* cenderung menghindari penggunaan media sosial disebabkan mendistraksi dari pekerjaan mereka.

Dimensi *neuroticism* sendiri merupakan seseorang yang tidak memiliki rasa kepercayaan diri dan juga termasuk seseorang yang sering kali tidak merasa puas dengan dirinya sendiri (Costa & McCrae, 2003), sehingga pada penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa tergolong rendah dalam *neuroticism* karena hubungan yang negatif terdapat pada *neuroticism* sehingga membuat bernilai rendah. Loiacono, dkk (2012) menyatakan bahwa *neuroticism* berhubungan negatif dengan pengungkapan diri. Dimana individu dengan *neuroticism* tinggi memiliki niat yang lebih rendah untuk melakukan pengungkapan diri di media sosial, disebabkan mereka khawatir dengan persepsi orang lain yang melihat diri mereka di media sosial.

Dimensi *openness to experience* menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan. Individu yang *openness to experience* yang tinggi memiliki daya kreatifitas yang cukup tinggi sehingga mereka tidak terlalu mengungkapkan diri di instagram dengan baik, mereka yang memiliki tingkat *openness to experience* yang lebih tinggi terhadap pengalaman cenderung terlibat dalam banyak aktivitas dan merasa tidak perlu mengungkapkan banyak informasi pribadi mengingat waktu dan usaha yang diperlukan untuk melakukannya (Loiacono, dkk, 2012). Menurut Chen, dkk, (2016) individu dengan *openness to experience* rendah dapat mengungkapkan diri dengan baik daripada orang dengan *openness to experience* tinggi. Individu dengan *openness to experience* rendah cenderung konservatif dan berpegang pada kebiasaan. Individu yang *openness to experience* yang tinggi memiliki ciri-ciri penuh dengan ide-ide baru, sehingga cenderung mencoba hal-hal baru seperti mengungkapkan diri di instagram.

Dari hasil kategorisasi pengungkapan diri menunjukkan bahwa subjek yang berada dalam kategori tinggi sebesar 99% (99 subjek), sedang sebesar 1% (1 subjek) dan tidak ada subjek yang rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek memiliki pengungkapan diri yang tinggi. Sementara itu, *extraversion* menunjukkan bahwa subjek yang berada dalam kategori tinggi sebesar 7% (7 subjek), sedang sebesar 85% (85 subjek), rendah sebesar 8% (8 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek memiliki *extraversion* dengan kategori yang sedang. *Agreeableness* menunjukkan bahwa subjek yang berada dalam kategori tinggi sebesar 8% (8 subjek), sedang sebesar 82% (82 subjek), rendah sebesar 10% (10 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek memiliki *agreeableness* dengan kategori yang sedang.

*Conscientiousness* menunjukkan bahwa subjek yang berada dalam kategori tinggi sebesar 7% (7 subjek), sedang sebesar 84% (84 subjek), rendah sebesar 9% (9 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek memiliki *conscientiousness* dengan kategori yang sedang. *Neuroticism* menunjukkan bahwa subjek yang berada dalam kategori tinggi sebesar 18% (18 subjek), sedang sebesar 65% (65 subjek), rendah sebesar 17% (17 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek memiliki *neuroticism* dengan kategori yang sedang. *Openness to experience* menunjukkan bahwa subjek yang berada dalam kategori tinggi sebesar 6% (6 subjek), sedang sebesar 85% (85 subjek), rendah sebesar 9% (9 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek memiliki *Openness to experience* dengan kategori yang sedang.

Berdasarkan hasil yang menunjukan pengungkapan diri yang dirasakan subjek berada dalam persentase yang tinggi danbegitu pula hasil dari dukungan masing-masing dimensi kepribadian *big five* yang dimiliki subjek berada dalam persentase sedang. Berdasarkan penjelasan tersebut, memperkuathipotesis yang ada terdapat hubungan antara dimensi kepribadian *big five* dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta. Dengan adanya hubungan masing-masing dimensi kepribadian *big five* (*extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism* dan *openness to experience)* dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta.

Sumbangan efektif variabel dimensi kepribadian *big five* (*extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism* dan *openness to experience)* terhadap pengungkapan diri yang terendah *neuroticism* 27.9%. Sumbangan efektif untuk dimensi *extraversion* 91,3%, *agreeableness* 92,1%, *conscientiousness* 91,4%, *openness to experience* 70,5%. Hasil penelitian ini didasarkan pada faktor kepribadian dan menambah perspektif baru terhadap dampak pengungkapan diri di media sosial, khususnya di Instagram. Suryabrata (2008) menyatakan bahwa kepribadian adalah keseluruhan pola perilaku manusia yang potensial (tersembunyi) dan aktual (terbuka) yang mempengaruhi perilaku, termasuk pengungkapan diri sendiri kepada lingkungan.

Secara umum hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepribadian *big five* dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta kecuali dimensi *neuroticism*. Penelitian ini juga masih memiliki banyak kekurangan diantaranya hanya menggunakan satu faktor saja dari pengungkapan diri yaitu dimensi kepribadian *big five.*

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis terdapat kesimpulan hubungan antara dimensi kepribadian *big five* dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta. Berdasarkan analisis korelasi *pearson product moment* terdapat hubungan masing-masing dimensi *big five* (*extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism* dan *openness to experience)* dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna instagram di Yogyakarta

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, saran untuk subjek penelitian yang ingin meningkatkan pengungkapan diri disarankan untuk dapat menurunkan karakteristik dari *neuroticism* dari dimensi kepribadian *big five,* karena *neuroticism* tinggi bersifat kontradiktif dari hal yang menyangkut kestabilan emosi dan identik dengan segala bentuk emosi yang negatif jika menyampaikan informasi di instagram. Tidak hanya itu, untuk subjek penelitian yang mengusung tema pengungkapan diri disarankan untuk melihat faktor lain misalnya besaran kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, kompetensi, topik dan jenis kelamin (Devito, 2011) yang mempengaruhi pengungkapan diri. Penelitian selanjutnya juga diharapkan lebih banyak mengkaji sumber referensi yang mendukung penelitian sesuai dengan fenomena yang terjadi serta mencakup populasi yang lebih luas.

Dalam penelitian ini, penyebaran skala menggunakan google form juga menyebabkan kategorisasi berada di frekuensi sedang karena kemungkinan subjek mengisi skala dengan tidak bersungguh-sungguh. Harapan penelitian selanjutnya dapat mudah dan lancar dalam memperoleh data, ada baiknya apabila peneliti memastikan bahwa subjek secara sadar dan bersungguh-sungguh untuk mengisi skala penelitian dan data yang didapatkan merupakan data yang sebenar-benarnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

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), 1-17.

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.

DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia.* Tanggerang: Karisma Publishing Group.

Kim, B., Shin, K.-S., & Chai, S. (2015). How People Disclose Themselves Differently According To The Strength Of Relationship In SNS?. *The Journal of Applied Business Research*, 31(6), 2139-2146.

Mafazi, N., & Nuqul, F. (2017). Perilaku virtual remaja: strategi coping, harga diri, dan pengungkapan diri dalam jejaring sosial online. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 128-137.

McCrae, R. R., & Costa, P. (2003). *Personality in Adulthood: A Five-Factor Theory Perspective.* New York: The Guilford Press.

Pervin, L. A., & Cervone, D. (2010). Psikologi Kepribadian Teori & Penelitian (edisi kesembilan). Jakarta: Kencana.

Rahim, M., Erawan, E., & Alfando, J. (2018). Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia Di Smk Negeri 1 Samarinda). *eJournal llmu Komunikasi, 6*(3), :263-275.

Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan Budaya Inventori Big Five. *Jurnal Psikologi*, 39(2), 189–207.

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.

Supraktikna, A. (1995). *Tinjauan psikologis Komunikasi Antarpribadi.* Yogyakarta: Kanisius.

Suranto, A. (2011). *Komunikasi Interpersonal.* Yogyakarta: Graha Ilmu

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.

Wheeless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. *Human Communication Research, 2*(4), 338-346

Wang, J.-L., Jackson, L. A., Zhang, D.-J., & Su, Z.-Q. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students’ uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2313–2319