

ABSTRAK

Di era modern ini, komunikasi telah menjadi lebih mudah dengan munculnya media sosial dan menjadi salah satu media komunikasi yang paling populer di dunia dewasa ini. Sebagian besar orang mementingkan situs jaringan media sosial sebagai media komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan *self-disclosure* melalui media Instagram pada mahasiswa rantau di Yogyakarta. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan positif yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan *self-disclosure* melalui media Instagram pada mahasiswa rantau di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 70 mahasiswa rantau di Yogyakarta dengan karakteristik memiliki usia 18-25 tahun, tinggal di kos, kontrakan atau asrama serta pengguna aktif media Instagram. Teknik pengambilan subjek dilakukan dengan metode *puposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu skala kebutuhan afiliasi dan skala *self-disclosure*. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Berdasarkan hasil analisis data penelitian diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,291 dengan ($p; 0,007$) yang berarti ada hubungan positif antara *Self-Disclosure* melalui media Instagram dengan Kebutuhan Afiliasi pada mahasiswa rantau di Yogyakarta

Kata Kunci: Instagram, Kebutuhan Afiliasi, Mahasiswa Rantau, *Self-Disclosure*

ABSTRACT

In this modern age, communication has become easier with the advent of social media and has become one of the most popular communication media in the world today. Most people attach importance to social media networking sites as a medium of communication. This study aims to determine the relationship between needs-affiliation with self-disclosure use Instagram media of overseas students in Yogyakarta. The hypothesis of this study is that there is a significant positive relationship between needs-affiliation with self-disclosure use Instagram media of overseas students in Yogyakarta. The subjects in this study amount to 70 overseas students in Yogyakarta with the characteristics of having aged 18-25 years old, living in a boardinghouse, contracthouse or dormitory student and active users of Instagram media. Intake of the subject was carried out using the purposive sampling method. Retrieval of research data using two scales, the needs-affiliation scale and the self-disclosure scale. The data analysis technique using the product moment correlation from Karl Pearson. Based on the analysis of research data obtained a correlation coefficient of 0,291 with (p ; 0,007) which means there is a positive relationship between Self-disclosure use Instagram media and Needs-Affiliation of overseas students in Yogyakarta

Keywords: *Instagram, Needs-Affiliation, Overseas Student, Self-Disclosure*