

POTRET DIRI (SELFIE) DI INSTAGRAM: KONTRIBUSI MEDIATED-SELF DISCLOSURE PADA HARGA DIRI REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM

Ocvita Ardhiani¹, Intaglia Harsanti², Reni Fitriani³
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma^{1,3}

Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma²

ocvitaardhiani@gmail.com¹, intaglia_psi@staff.gunadarma.ac.id²,
reni.fitriani9328@gmail.com³

ABSTRAK

Peralihan diri individu memasuki masa remaja dapat menentukan harga diri individu tersebut. Pembentukan harga diri dapat dipengaruhi oleh dukungan keluarga dan lingkungan masyarakat, saat ini lingkungan masyarakat tidak terlepas dengan perkembangan teknologi, internet dan penggunaan media sosial di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahun. Hal tersebut memunculkan cara berkomunikasi baru dengan tujuan untuk eksistensi dan aktualisasi diri remaja pengguna media sosial seperti potret diri atau Selfie. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh mediated-self disclosure terhadap harga diri pelaku selfie pada remaja pengguna instagram. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner, berupa skala self disclosure berdasarkan aspek The Development of the Self-disclosure Scale dan skala harga diri yang dikemukakan oleh Coopersmith. Responden dalam penelitian berjumlah 152 orang remaja pelaku selfie dan menggunakan instagram yang kemudian peneliti bagi kedalam karakteristik usia 12 sampai 22 tahun, memiliki akun instagram, pernah posting foto atau video selfie di instagram. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat kontribusi mediated – self disclosure sebesar 11,7% terhadap harga diri. Hal ini menunjukkan bahwa Pengungkapan diri termediasi komputer memiliki pengaruh pada harga diri. Pengungkapan diri termediasi komputer sebagai salah satu cara komunikasi individu melalui internet memiliki peran penting dalam membentuk dan menentukan harga diri pengguna media sosial.

Kata Kunci: Self Disclosure, Harga Diri, Remaja, Pengguna Instagram, Potret Diri .

PENDAHULUAN

Individu memerlukan bentuk ekspresi maupun kecakapan dalam proses bertingkah laku maupun membangun komunikasi (Jihad, 2022). Masa remaja merupakan masa peralihan diri seseorang, pada proses peralihan atau dikenal dengan pencarian jati diri tersebut terdapat perubahan. Kematangan mental, emosional, sosial dan fisik merupakan perubahan yang dialami individu ketika memasuki masa remaja (Hurlock, 2002). Peralihan tersebut juga dapat membentuk harga diri individu. Harga diri pada masa peralihan individu ketika remaja dipengaruhi oleh dukungan keluarga dan lingkungan sekitar. Dukungan dari keluarga sangat diperlukan menentukan harga diri yaitu sebagai *role model* atau imitasi dari remaja karena sangat menentukan penerimaan atau penolakan nilai – nilai positif dari dalam diri individu agar dapat mengenali kelebihan dan keterbatasan serta harapan untuk maju di dalam diri. Selain lingkungan keluarga, adapun lingkungan pertemanan yang juga menentukan harga diri pada peralihan masa remaja. Lingkungan pertemanan juga dilihat dari adanya perkembangan zaman yang saat ini dibarengi dengan adanya perkembangan teknologi khususnya di Indonesia. Hal ini juga berkaitan dengan kepercayaan diri yang timbul baik dari konsep diri yang dibangun, komunikasi dengan orang tua, maupun hubungan pertemanan sebaya (Okviana, 2021).

Perkembangan internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahun, hal tersebut dibuktikan dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) tahun 2022, hal menunjukkan bahwa tingkat penetrasi saat ini mencapai 77,02%, hal tersebut menandakan bahwa penetrasi mengalami peningkatan sebesar 3,32% dari tahun sebelumnya (APJII, 2022). Kehadiran internet telah mengubah cara interaksi antar individu dalam konteks komunikasi yang biasanya dilakukan secara langsung, akan tetapi terjadi pergeseran budaya, dari budaya media tradisional yang berubah menjadi budaya media digital. Di dalam konteks komunikasi, hal seperti ini dijelaskan dalam konsep teori *Computer Mediated Communication* (CMC) yaitu proses komunikasi yang melibatkan media komputer sebagai perantara yang digunakan oleh tiap individu dalam berinteraksi. Hal tersebut dilakukan secara online atau proses komunikasi bermedia komputer (*Computer Mediated Communication*) mampu menciptakan atau bahkan mengubah persepsi seseorang terhadap orang lain.

Salah satu konten dalam internet yang diakui cukup besar dalam penggunaannya untuk melakukan *Computer Mediated Communication* (CMC) atau interaksi online khususnya di Indonesia adalah media sosial. Menurut survei APJII tahun 2022 menyimpulkan bahwa perilaku penggunaan internet di Indonesia *platform* yang banyak diakses adalah Media Sosial dengan presentase 89,15%, salah satu media sosial yang banyak diakses adalah Instagram di peringkat tiga setelah Facebook dan Youtube (APJII, 2022). Media sosial merupakan *platform* internet yang menyediakan dan memberikan kemudahan pengguna untuk mempresentasikan diri atau mengungkapkan diri dan saling berinteraksi dalam waktu yang singkat tanpa terbatas oleh jarak. Fungsi media sosial mengalami perkembangan, tidak hanya untuk berbagi informasi namun sebagai media untuk berbagi kondisi individu atau lebih tepatnya dikenal istilah media sosial sebagai media *freedom of expression* yaitu media sosial sebagai wadah kebebasan untuk mengekspresikan diri pengguna baik informasi yang bersifat umum maupun informasi yang bersifat pribadi. Keberadaan situs media sosial memunculkan keinginan seseorang untuk dapat mengekspresikan dirinya atau mengungkapkan identitas diri serta aktualisasi diri melalui akun media sosial yang dimiliki, salah satu *platform* media sosial yang memberikan layanan ekspresi dan aktualisasi diri *user* adalah Instagram.

Penelitian ini memilih media sosial instagram karena *platform* media sosial tersebut banyak diakses oleh masyarakat Indonesia, hal tersebut sesuai dengan data riset dari *DataReportal* tahun 2022 Jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang atau setara 35,7 persen dari total populasi (Jemandu & Prastya, 2022). Hasil survey yang dilakukan Napoleon Cat, di Indonesia khususnya pengguna Instagram sebanyak 97, 17 pada Desember 2022. Dari usianya, 38% pengguna Instagram di dalam negeri berada di kelompok 18-24 tahun. Proporsi sebesar 51,4% adalah pengguna Instagram perempuan, sementara 48,6% pengguna Instagram laki-laki (Mustajab, 2023).

Hal tersebut terjadi karena fitur yang ditawarkan instagram beragam mulai dari pengguna dapat mengunggah foto, video, membuat live video, live TV, menerapkan filter digital, menggunakan stiker, melakukan pemungutan suara atau *polling* dan memfasilitasi penggunaannya melakukan siaran langsung melalui instagram *stories*. Banyaknya fitur yang disediakan oleh intagram baik dari dulu hingga sekarang, membuat pengguna instagram mengakses fitur – fitur yang disediakan dengan berbagai tujuan salah satunya sebagai ajang

aktualisasi diri atau secara tidak langsung pengguna melakukan pengungkapan diri termediasi komputer dan internet atau dikenal dengan istilah *mediated – self disclosure*.

Mengekspresikan diri sebagai bentuk pengungkapan diri *online* dilakukan dengan mengunggah video ataupun foto baik memotret orang lain maupun diri sendiri (*selfie*) dengan hasil yang bagus, kemudian hal tersebut menjadi fenomena yang viral di dunia dan di Indonesia karena foto tersebut diunggah ke media sosial, bahkan hal tersebut telah menjadi sesuatu yang wajib dilakukan, karena foto *selfie* atau potret diri menjadi salah satu cara seseorang merekam sebuah momen untuk memperlihatkan kepada orang lain. Sebuah Survei dari Pew Internet & American Life Project mendapatkan bahwa 54% pengguna internet mempunyai kebiasaan mengunggah hasil jepretan foto dirinya ke dalam facebook, twitter, instagram dan berbagai jenis jejaring sosial lainnya (Agosto & Abbas dalam Handayani, 2015). Di Indonesia, perilaku *selfie* dapat menjadikan *income* pengguna media sosial, hal ini muncul dari seorang pengguna internet Ghozali Ghozalu atau Ghozali Everyday lantaran kebiasannya melakukan foto *selfie* dan anehnya foto tersebut berhasil dijual dengan harga puluhan juta (Kuswandi & Alfianto, 2022).

Peneliti asing dari Kanada yaitu Forest & Joanne V.W. (2012) juga menemukan bahwa orang – orang di Kanada memiliki harga diri yang rendah sehingga melakukan pengungkapan diri yang tinggi di media sosial facebook. Dengan adanya berbagai penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa kegiatan *self-disclosure* di media internet atau *mediated – self disclosure* mempunyai hubungan dengan Harga diri pengguna Media sosial. Studi di Indonesia terkait hubungan antara Harga Diri dan Pengungkapan Diri Online yang dilakukan oleh Kusuma (2020) menunjukkan hasil analisis data antara variabel harga diri dan pengungkapan diri online diperoleh nilai koefisien (r_{xy}) sebesar 0.269 ($p < 0.05$), yang menunjukkan ada hubungan yang positif antara harga diri dan pengungkapan diri online pada siswa SMA yang berarti semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi pula pengungkapan dirinya. Sejalan dengan studi tersebut, Kristanti & Eva (2022) juga melakukan penelitian serupa dengan hasil yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan pengungkapan diri pada generasi Z pengguna instagram. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi harga diri maka akan semakin tinggi pula pengungkapan diri pada generasi Z pengguna instagram.

Berdasarkan fenomena dan studi terdahulu, Penelitian ini akan meneliti kontribusi *mediated – self disclosure* pada harga diri remaja pengguna instagram khususnya remaja di kota Depok. Penggunaan internet di kota Depok dinilai baik oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika bahkan kota Depok merupakan kota yang masuk lima deretan terbesar setelah DKI Jakarta, Surabaya, Bekasi dan Bandung dalam penggunaan internet di tahun 2013. Kota Depok menduduki urutan kelima dengan jumlah pengguna 502.000 Jiwa. Selain itu, kota Depok mempunyai visi dan misi salah satunya adalah *Cyber City*. Menurut Kemenkominfo (2013) salah satu kota yang dinilai layak untuk mewujudkan *Cyber City* adalah Kota Depok. Pemerintah Depok berhasil memperoleh bintang 4 pada tahun 2020 karena dinilai berhasil melakukan inovasi dan memberikan solusi di masa pandemi COVID-19 dengan pengembangan konten aplikasi di dalam DSW (*Depok Single Window*) berupa aplikasi KSC (Kampung Siaga COVID) dan PICODEP (Pusat Informasi COVID-19 Depok) (Munthe, 2022). Melalui konsep *cyber city* yang dicanangkan kota Depok maka penelitian ini mengarah kepada anak – anak remaja kota Depok yang cenderung menggunakan media

sosial Instagram untuk melihat *mediated self-disclosure* terhadap harga diri pelaku *selfie* pada remaja pengguna instagram.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga Diri

Carla Valencia (dalam Liliweri, 2015) mengemukakan bahwa harga diri adalah penerimaan, rasa hormat, kepercayaan, dan kepuasan yang individu miliki dalam diri sebagai pribadi baik disadari maupun tidak disadari. Coopersmith (dalam Murk, 2006) mendefinisikan bahwa harga diri merupakan evaluasi dari hasil penilaian yang dibuat seseorang dan kebiasaan memandang dirinya, terutama dalam sikap menerima, sikap menolak dan indikasi kepercayaan seseorang terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan serta keberhargaan menurut standar dan penilaian pribadi.

Menurut Santrock (dalam Hidayat & Khoiruddin B, 2016) mengungkapkan bahwa harga diri (*self-esteem*) adalah keseluruhan cara yang digunakan individu untuk mengevaluasi diri, membandingkan antara konsep diri yang ideal (*ideal – self*) dengan konsep diri yang sebenarnya (*real – self*). Sehingga, harga diri merupakan keyakinan yang dimiliki individu mengenai kemampuan, kemandirian, kehendak, dan kebebasan yang dinilai oleh individu dan juga digunakan oleh individu untuk evaluasi diri antara kehidupan yang ideal dengan kehidupan yang sebenarnya dalam menjalankan kehidupannya sebagai martabat dan citra diri yang dimiliki.

Aspek-Aspek Harga Diri

Coopersmith (dalam Hidayat & Khoiruddin B., 2016) menyatakan bahwa kondisi yang dapat mempengaruhi perkembangan harga diri adalah melalui pengalaman yang memiliki empat aspek:

1. Kekuasaan (*power*), yaitu kekuatan untuk dapat mengatur dan mengendalikan tingkah laku diri sendiri dan orang lain.
2. Keberartian (*significance*), yaitu kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Hal tersebut merupakan penghargaan dan ekspresi minat orang lain terhadap individu serta merupakan tanda penerimaan dan popularitas individu.
3. Kebijakan (*virtue*), yaitu ketaatan mengikuti kode moral, etika, dan prinsip – prinsip keagamaan yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang dilarang dan melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh moral, etika, dan agama.
4. Kemampuan (*competence*), yaitu sukses memenuhi tuntutan prestasi yang ditandai oleh keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai tugas atau pekerjaan dengan baik.

Ciri – Ciri Orang Yang Memiliki Harga Diri

Coopersmith (dalam Murk, 2006) mengemukakan ciri-ciri individu sesuai dengan tingkat harga dirinya:

A. Harga Diri Tinggi

1. Menganggap diri sendiri sebagai orang yang berharga dan sama baiknya dengan orang lain yang sebaya dengan dirinya dan menghargai orang lain.
2. Dapat mengontrol tindakannya terhadap dunia luar dirinya dan dapat menerima kritik dari orang lain.

3. Menyukai tugas baru dan menantang serta tidak cepat bingung bila sesuatu berjalan di luar rencana.
 4. Berhasil atau berprestasi di bidang akademik, aktif dan dapat mengekspresikan dirinya dengan baik.
 5. Tidak menganggap dirinya sempurna, tetapi tahu keterbatasan diri dan mengharapkan adanya pertumbuhan dalam dirinya.
 6. Memiliki nilai-nilai dan sikap yang demokratis serta orientasi yang realistis.
 7. Lebih bahagia dan efektif menghadapi tuntutan lingkungan.
- B. Harga Diri Rendah
1. Menganggap dirinya sebagai orang yang tidak berharga dan tidak sesuai, sehingga takut gagal untuk melakukan hubungan sosial.
 2. Sulit mengontrol tindakan dan perilakunya terhadap dunia luar dirinya dan kurang dapat menerima saran dan kritikan dari orang lain.
 3. Tidak menyukai segala hal atau tugas yang baru, sehingga akan sulit baginya untuk menyesuaikan diri dengan segala sesuatu yang belum jelas baginya.
 4. Tidak yakin akan pendapat dan kemampuan diri sendiri sehingga kurang berhasil dalam prestasi akademis dan kurang dapat mengekspresikan diri.
 5. Menganggap diri kurang sempurna dan segala sesuatu yang dikerjakan akan selalu mendapat hasil yang buruk, walaupun dia telah berusaha keras, serta kurang dapat menerima segala perubahan dalam dirinya.
 6. Kurang memiliki nilai dan sikap yang demokratis serta orientasi kurang realistis.
 7. Selalu merasa khawatir dan ragu-ragu dalam menghadapi tuntutan dari lingkungan.

Faktor Yang Memengaruhi Harga Diri

Empat faktor yang dapat memengaruhi harga diri menurut Coopersmith Santrock (dalam Hidayat & Khoiruddin B, 2016), yaitu:

1. Penerimaan atau penghinaan terhadap diri individu yang merasa dirinya berharga akan memiliki penilaian positif terhadap dirinya, menerima diri, dapat mengenali keterbatasan dirinya sendiri dan memiliki harapan untuk maju dengan potensi yang dimilikinya. Sebaliknya, individu dengan harga diri rendah umumnya akan menghindari persahabatan, cenderung menyendiri, dan tidak puas akan dirinya, walaupun individu dengan harga diri rendah sangat memerlukan dukungan.
2. Kepemimpinan atau popularitas. Seseorang mendapatkan validasi atas penilaian atau keberartian dirinya ketika ia menunjukkan perilaku yang sesuai dengan ekspektasi lingkungannya. Pembuktian akan kepopuleran individu di dalam lingkungan persaingan dapat ditunjukkan dengan sikap berani menghadapi persaingan dan berani menjadi pemimpin.
3. Keluarga dan orang tua. Keluarga dan orang tua memiliki porsi terbesar dalam faktor yang dapat memengaruhi harga diri karena keluarga merupakan modal pertama dalam proses imitasi.
4. Keterbukaan dan kecemasan. Individu cenderung terbuka dalam menerima keyakinan nilai – nilai, sikap, dan moral dari orang maupun lingkungan lain jika dirinya diterima dan dihargai. Sebaliknya, seseorang akan mengalami kekecewaan bila ditolak oleh lingkungannya.

Mediated – Self Disclosure

Devito (2015) mendefinisikan pengungkapan diri sebagai mengkomunikasikan informasi tentang diri kepada orang lain, yang mencakup nilai-nilai yang dianut, perilaku, dan kualitas diri. Menurut Reis (2012) pengungkapan diri merujuk kepada proses individu yang mengungkapkan pribadi pikiran, perasaan, dan pengalaman kepada orang lain. Pearson (1981) mengartikan *self-disclosure* sebagai bentuk komunikasi ketika seseorang secara sukarela dan sengaja memberitahukan orang lain mengenai dirinya secara akurat, dimana orang lain tidak dapatkan dari manapun atau ketahui dari pihak lain. *Mediated self-disclosure* merupakan konsep dari pengungkapan diri (*Self Disclosure*) perbedaannya kalau *mediated self-disclosure* merupakan pengungkapan diri secara online atau menggunakan internet sedangkan pengungkapan diri (*self-disclosure*) merupakan pengungkapan diri secara nyata. *Mediated self-disclosure* adalah kemampuan seseorang menyampaikan informasi secara online atau menggunakan internet melalui media sosial kepada orang lain mengenai pribadi orang tersebut yang meliputi pikiran atau pendapat, keinginan, perasaan maupun perhatian, agar orang tersebut merasa dihargai, diperhatikan, dan dipercaya oleh orang lain.

Aspek-aspek Pengungkapan Diri

Magno et al. (1998) merancang instrumen untuk mengukur self-disclosure, yang dinamakan The Development of the Self-disclosure Scale. Ada sembilan faktor pengungkapan diri yaitu:

1. Emosional (*Emotional State*) Rasa emosi atau perasaan seseorang kepada orang lain. Perasaan, sikap terhadap situasi yang diungkapkan kepada orang lain.
2. Hubungan Interpesonal (*Interpersonal Relationship*) Menunjukkan gerakan menuju keintiman yang lebih besar dalam hubungan interpersonal. Rentang hubungan atau ikatan terbentuk di luar keluarga.
3. Kepentingan Pribadi (*Personal Matters*) Kebenaran pribadi tentang diri sendiri, menguntungkan atau tidak menguntungkan, terhadap sesuatu atau seseorang dan dipamerkan dalam kepercayaan, perasaan, atau perilaku yang dipentaskan seseorang. Jujur dan mencari orang lain untuk mengenal Anda lebih baik dengan mengungkapkan.
4. Masalah (*Problems*) Menekankan kejadian atau situasi yang bisa diringkankan melalui pengungkapan. Konflik, ketidaksepakatan dialami seseorang
5. Agama (*Religion*) Kemampuan seseorang untuk berbagi pengalaman, pikiran dan emosinya terhadap perasaannya akan Tuhan. Konsep, persepsi dan pandangan agama oleh individu mampu berbagi atau mengatasi dalam menghadapi orang lain
6. Seks (*Sex*) Sebagai cara berada di dunia pria dan wanita yang saat-saat hidupnya dihabiskan untuk bersama di dunia dengan cara yang berbeda. Kesiapan seseorang untuk mendiskusikan pengalaman, kebutuhan, dan pandangan seksualnya.
7. Rasa (*Taste*) Kesukaan dan ketidaksukaan seseorang dibuka untuk orang lain. Pandangan, perasaan, apresiasi seseorang, tempat atau benda.
8. Pikiran (*Thoughts*) Informasi dalam pikiran individu yang bersedia untuk berbagi dengan orang lain. Persepsi tentang suatu hal, atau situasi yang dibagikan dengan orang lain.

9. Pekerjaan / studi / prestasi (*Work/ study/ accomplishment*) Tugas orang saat ini yang diharapkan darinya. Tanggung jawab seseorang diharapkan oleh orang lain dan untuk dipenuhi dalam waktu tertentu

METODELOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dengan tujuan menguji pengaruh antara variabel *mediated – self disclosure* sebagai variabel *independent* dan variabel harga diri sebagai variabel *dependent*. Paradigma dalam penelitian adalah positivisme. Populasi dalam penelitian ini adalah Remaja Awal, Madya atau pertengahan, dan Akhir di kota Depok. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative (Sugiyono, 2018). Kriteria sampel dalam penelitian yaitu (a) Remaja dalam kategori awal, pertengahan, dan akhir. Pria dan Wanita dalam rentang usia 12 – 15 tahun (Remaja Awal); 16 – 18 tahun (madya); 19 – 22 tahun (Akhir). (b) Mempunyai akun Media Sosial Instagram (c) Individu yang pernah posting foto selfie / potret diri (diri sendiri, dengan teman, dengan keluarga) dalam akun instagram. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam hal ini angket atau kuesioner dengan penilaian skala. Kuesioner dalam penelitian terdiri dari dua skala alat ukur yaitu skala harga diri yang dikemukakan oleh Coopersmith (dalam Hidayat & Khoiruddin B., 2016) dan skala *self-disclosure* berdasarkan aspek – aspek yang dikemukakan oleh Magno et al. (1998) yang dinamakan *The Development of the Self-disclosure Scale*. Data penelitian akan diukur dengan menguji validitas menggunakan validitas isi melalui expert adjustment, uji realibilitas menggunakan *Alpha Cronbach*, uji daya diskriminasi aitem melalui analisis *item total correlation*, serta regresi linier sederhana dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini menyiapkan dua buah skala, yakni skala harga diri, dan *self-disclosure*. Skala harga diri diperoleh dari skala yang diadaptasi dari Coopersmith (dalam Hidayat & Khoiruddin B., 2016), sementara itu Skala *mediated self-disclosure* diukur dengan menggunakan kuesioner yang diadaptasi dari skala *self-disclosure* berdasarkan aspek – aspek yang dikemukakan oleh Magno et al. (1998) yang dinamakan *The Development of the Self-disclosure Scale*.

Proses penyebaran kuesioner dilakukan melalui *google docs* dan sebagian penyebaran dilakukan langsung oleh peneliti dengan memberikan langsung pada partisipan. Secara keseluruhan proses penyebaran kuesioner berlangsung cukup lancar. Dari 50 kuesioner fisik yang disiapkan oleh peneliti, 35 kuesioner terisi, sedangkan dari kuesioner online di dapat 117 kuesioner terisi. Sehingga jumlah keseluruhan kuesioner yang terisi adalah 152 kuesioner. Keseluruhan kuesioner layak dan memenuhi syarat untuk dianalisis.

Uji Daya Diskriminasi Item dan Realibilitas

Penelitian ini menggunakan metode try out terpakai, dimana data penelitian ini diperoleh dengan cara satu kali try out dalam penyebaran kuesioner sekaligus data langsung digunakan dalam penelitian ini.

a. Item pada Skala Harga Diri

Hasil uji daya diskriminasi item pada skala harga diri, didapatkan sebanyak 5 item gugur dengan reliabilitas alat ukur skala harga diri berada pada kisaran 0,868. Tersisa 25 item memiliki daya diskriminasi item baik berkisar antara 0,322 sampai 0,699. Koefisien reliabilitas alat ukur skala harga diri setelah item tidak valid dihilangkan adalah sebesar 0,907.

b. Item pada Skala *Self Disclosure*

Hasil uji daya diskriminasi item pada skala *Self Disclosure*, diketahui sebanyak 15 item gugur dengan reliabilitas alat ukur skala *Self Disclosure* berada pada kisaran 0,804. Tersisa 19 item yang memiliki daya diskriminasi item yang baik berkisar antara 0,401 sampai 0,637. Sedangkan koefisien reliabilitas alat ukur skala *Self Disclosure* setelah aitem tidak valid dihilangkan adalah sebesar 0,901.

Uji Normalitas dan Linearitas

Penelitian ini menggunakan program *SPSS 20.0 for windows* yaitu uji *kolmogorov smirnov*. Berdasarkan pengujian normalitas *kolmogorov smirnov* pada variabel harga diri diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,216 ($p \geq 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa sebaran skor variabel harga diri berdistribusi normal. Sedangkan pada variabel *Self Disclosure* diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,398 ($p \leq 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa sebaran skor variabel *mediated – self disclosure* berdistribusi normal. Hasil hitung ditunjukkan pada tabel 1. Hasil Uji Normalitas.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

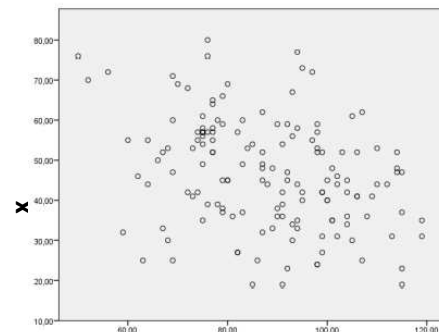
Variabel	Kolmorogro <i>v - Smirnov</i>	P	Keterangan
Harga Diri	0,216	$\geq 0,05$	Normal
<i>Mediated – Self Disclosure</i>	0,398	$\geq 0,05$	Normal

Sumber: Data Olahan Peneliti

Untuk uji linieritas diperoleh nilai F sebesar 20,478 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p \leq 0,05$), sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel *mediated – self disclosure* terhadap variabel harga diri. Selain itu, berdasarkan uji linearitas *Scatter/dot* yang digambarkan dengan gambar grafik terlihat bahwa variabel *self-disclosure* terhadap variabel harga diri yaitu linier. Hal ini dapat dibuktikan dengan letak titik pada grafik yang cenderung terpusat dan terlihat pola dari kiri atas ke kanan bawah. Hasil uji linieritas nilai F ditunjukkan pada tabel 2. Hasil Uji Linieritas Nilai F dan hasil uji linieritas *scatter/dot* digambarkan pada Gambar 1. Uji Linieritas *Scatter/Dot*.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas Nilai F

Variabel	Kolmorogr <i>ov - Smirnov</i>	P	Keterang an
<i>Mediated – Self</i>	0,398	$\geq 0,05$	Normal



Disclosure
dengan
Harga Diri

Sumber: Data Olahan Peneliti

Y

Gambar 1. Uji Linieritas
Scatter/Dot

Sumber: Data Olahan Peneliti

Uji Hipotesis

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa diperoleh nilai F sebesar 19,918 dan koefisien signifikansi sebesar 0,000 ($p \leq 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang diperoleh yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dari *Mediated – Self Disclosure* terhadap harga diri pelaku selfie pada remaja pengguna instagram. Dari hasil uji regresi diperoleh nilai R square sebesar 0,117 (11,7 %). Hal ini berarti bahwa variabel *Mediated – Self Disclosure* menyumbang kontribusi sebesar 11,7% kepada variabel harga diri. Sedangkan sisanya sebesar 88,3% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil uji regresi ditunjukkan pada tabel 3.

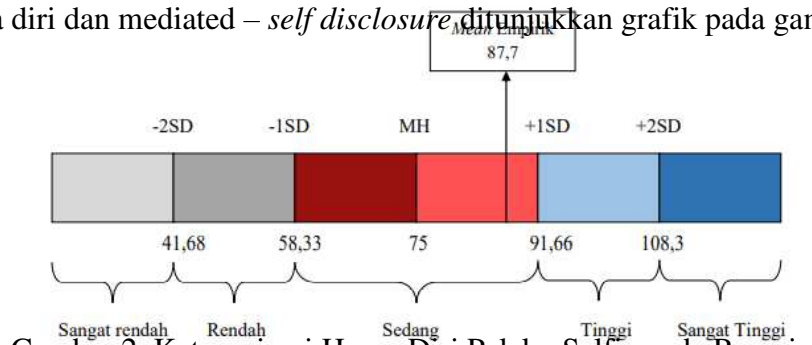
Tabel. 3. Hasil Uji Regresi Self Disclosure terhadap Harga diri

F	Sig.	R Square
19,918	0,000	0,117

Sumber: Data Olahan Peneliti

Kategorisasi Subjek Penelitian

Kategorisasi subjek yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan perbandingan *mean* hipotetik dan *mean* empirik. Hasil perhitungan *mean* hipotetik dan *mean* empirik pada variabel harga diri dan *mediated – self disclosure* ditunjukkan grafik pada gambar 2 dan 3.

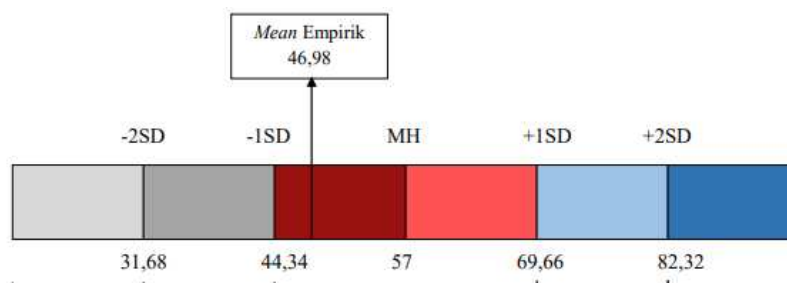


Gambar 2. Kategorisasi Harga Diri Pelaku Selfie pada Remaja

Pengguna instagram Kota Depok

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan gambar 2, dapat dilihat dan dijelaskan bahwa kategori harga diri pelaku selfie pada remaja pengguna instagram berdasarkan persebaran skala harga diri. Diketahui *mean* empirik pada skala harga diri sebesar 87,7. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga diri pelaku selfie pada remaja pengguna instagram khususnya kota Depok memiliki harga diri yang masuk ke dalam kategori sedang.



Gambar 3. Kategorisasi *Mediated – Self Disclosure* Pelaku Selfie pada Remaja Pengguna Instagram Kota Depok
Sumber: Data Olahan peneliti

Berdasarkan gambar 3, dapat dilihat dan dijelaskan bahwa kategori *Mediated – Self Disclosure* remaja kota Depok pelaku selfie pengguna Instagram berdasarkan persebaran skala *self disclosure*. Diketahui *mean* empirik sebesar 46,98. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Mediated – Self Disclosure* pelaku selfie pada remaja pengguna Instagram khususnya kota Depok memiliki harga diri yang masuk ke dalam kategori sedang.

***Mediated – Self Disclosure* Dan Harga Diri Remaja Pengguna Instagram**

Kontribusi *mediated – self disclosure* pada harga diri dapat dilihat dan dijelaskan dari hasil analisis variabel *mediated – self disclosure* dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap harga diri. Hasil regresi sederhana menunjukkan bahwa diperoleh nilai F sebesar 19,918 ($p \leq 0,05$) dan nilai R square sebesar 0,117 (11,7%). Hal ini berarti bahwa variabel *mediated – self disclosure* berkontribusi kepada variabel harga diri sebesar 11,7%. Sedangkan sisanya 88,3% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti: Penyesuaian diri (Barata & Umi A.I., 2013); Kontrol diri (Handayani, 2015). Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Forest dan Wood Forest & Joanne V.W. (2012) dari Kanada mengenai harga diri dengan pengungkapan diri di media sosial Facebook, studi tersebut menghasilkan bahwa orang – orang dengan harga diri rendah menganggap Facebook sebagai tempat yang aman dan menarik untuk melakukan pengungkapan diri, kenyamanan yang dirasakan oleh orang – orang dengan harga diri rendah menjadikan Facebook sebagai tempat yang tepat untuk memperkaya hubungan dan hal negatifnya adalah orang – orang yang memiliki harga diri rendah melakukan pengungkapan diri di Facebook dengan tinggi akan tetapi interaksi tatap muka secara langsung hanya dilakukan 24% dari interaksi mereka di kehidupan nyata.

Analisis tambahan Deskripsi subjek berdasarkan usia pada penelitian ini, peneliti membagi usia partisipan ke dalam tiga kategori, yakni remaja awal, madya, dan akhir, kategori usia memiliki skor *mean* harga diri yang berada pada kategori sedang (12 – 15 tahun ME= 80,38), (16 – 18 tahun ME= 77,58), (19 – 22 tahun ME= 84,72). Hal ini diasumsikan bahwa subjek dengan kategori usia remaja akhir lebih memiliki harga diri lebih tinggi dari remaja awal dan madya sehingga dapat mengontrol diri untuk melakukan pengungkapan diri dalam menggunakan Instagram. Deskripsi subjek berdasarkan pendidikan terakhir pada penelitian ini, peneliti membagi pendidikan terakhir partisipan ke dalam tiga kategori yaitu SD, SMP, SMA yang memiliki skor *mean* harga diri berada pada kategori rendah (SD, ME= 63,5), (SMP, ME= 76,5), (SMA, ME= 81,58). Dapat terlihat bahwa *mean* harga diri pada pendidikan terakhir SD adalah rendah sedangkan SMP dan SMA *mean* harga dirinya tinggi,

hal tersebut dikarenakan semakin tinggi pendidikan yang dimiliki oleh tiap individu maka semakin tinggi pula harga diri yang dimiliki oleh individu tersebut.

Deskripsi subjek dengan kategori jenis kelamin, peneliti membagi menjadi dua yaitu laki – laki dan perempuan, dengan pembagian (Laki – laki, ME= 80,7) dan (Perempuan, ME= 80,95). Diketahui bahwa perempuan memiliki *mean* empirik lebih tinggi daripada laki – laki, hal tersebut dapat terjadi dikarenakan faktor lingkungan dan keluarga dari individu tersebut. Dengan kata lain, hasil penelitian ini khususnya dilihat dari kategori subjek jenis kelamin yaitu perempuan lebih cenderung narsis dan melakukan pengungkapan diri secara online di media sosial sehingga mempengaruhi harga diri yang dimilikinya daripada laki – laki yang memiliki hasil nilai presentasi kecenderungan narsistik dan *mediated self-disclosure* lebih rendah mempengaruhi harga diri pada penggunaan media sosial. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang melihat perilaku mengungkapkan diri lebih banyak terjadi dikalangan perempuan dalam melakukan posting *selfie*, penelitian dilakukan oleh Sorokowski et al. (2015) bahwa perilaku postingan *selfie* lebih kuat di kalangan pria daripada wanita, kemudian di tahun 2016 penelitian kembali dilakukan oleh Sorokowski et al. (2015) dan kawan – kawan mengenai Perilaku Posting *Selfie* dikalangan perempuan usia 12 – 24 tahun. Penelitian tersebut menghasilkan adanya korelasi positif yang kuat antara perilaku *selfie* pada perempuan, sehingga mempengaruhi harga diri yang dimiliki oleh tiap individu yang melakukan posting *selfie*.

Kategori terakhir yaitu berdasarkan awal kepemilikan akun instagram. Peneliti membagi menjadi delapan bagian dimulai dari tahun 2010 hingga 2017 dikarenakan awal munculnya instagram pada tahun 2010, (2010, ME= 81,56), (2011, ME= 79,05), (2012, ME= 77,04), (2013, ME= 77,48), (2014, ME= 83,11), (2015, ME= 87,9), (2016, ME= 79,1), (2017, ME= 75). Dari hasil ME tersebut dapat dilihat bahwa individu yang memiliki akun instagram lebih lama atau sejak tahun 2010 memiliki mean harga diri lebih tinggi daripada individu yang baru memiliki akun instagram di tahun 2016 dan 2017 sehingga kecenderungan narsistik dan *mediated self-disclosure* pada penggunaan media sosial khususnya instagram lebih positif yang memiliki akun lebih lama daripada remaja yang baru menggunakan media sosial instagram.

Implikasi dari penelitian ini dibutuhkannya bimbingan dari orang tua dan lingkungan teman sebaya dalam membentuk harga diri remaja khususnya pada perkembangan teknologi internet dan kehadiran media sosial yang akan mengakibatkan dampak negatif yaitu timbulnya kecenderungan narsistik dan *mediated self-disclosure* pada pengguna instagram dan pelaku *selfie*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui penelitian ini maka didapat kesimpulan bahwa hipotesis diterima, yang berarti *mediated – self disclosure* memberikan kontribusi yang signifikan kepada variabel harga diri. Dalam penelitian ini, *Mediated – Self Disclosure* menyumbang pengaruh sebesar 11,7% terhadap harga diri remaja pelaku *selfie* pengguna instagram. Perilaku *mediated – self disclosure* pada diri remaja rendah, maka harga diri yang dimiliki remaja memiliki nilai yang tinggi, hal ini dibuktikan dengan hasil *mean* empirik pada harga diri yang berada pada kategori sedang cenderung mengarah ke kategori

tinggi. *Mediated – self disclosure* lebih banyak dimiliki dan dilakukan oleh remaja awal dan madya, dikarenakan pada masa remaja awal merupakan tahap dimana remaja masih merasa mengalami banyak perubahan dan kurangnya kendali terhadap ego yang dimiliki sedangkan berdasarkan jenis kelamin, *mediated – self disclosure* lebih banyak dimiliki dan dilakukan oleh remaja perempuan. Penelitian ini juga menunjukkan manfaat bagi individu khususnya remaja harus bijak dalam menggunakan teknologi digital seperti media sosial salah satunya Instagram, kegiatan *selfie* menjadi sangat bahaya ketika penggunaannya berlebihan karena akan menimbulkan *mediated – self disclosure* yang berlebihan sehingga faktor tersebut dapat terlihat harga diri individu terutama remaja di kota depok agar bisa memahami dan mengontrol diri dengan lingkungan dan perkembangan teknologi yang ada. Selain itu, remaja bisa memahami dan menerapkan perilaku *selfie* serta menggunakan instagram dengan baik dan bijak.

Masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat membuat penelitian yang lebih variatif terkait hal yang sama yaitu *online self-disclosure* pengaruhnya terhadap harga diri pengguna instagram, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi harga diri dalam perilaku *selfie* penggunaan instagram seperti, kontrol diri (Handayani, 2015), presentasi diri (Pangastuti, 2015), penyesuaian diri (Barata & Umi A.I., 2013), dan gender (Amurao & Castronuevo, 2016) serta *privacy paradox* (Taddicken, 2013).

REFERENSI

- Amurao, R. M., & Castronuevo, E. (2016). Selfie behavior and narcissism among selected females. *The Bedan Journal Of Psychology*, 1, 24–33.
- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022 Indonesian Internet Profile 2022*.
- Barata, M. S., & Umi A.I. (2013). Hubungan Antara Keterbukaan Diri dan Harga Diri Dengan Penyesuaian Diri Remaja Pondok Pesantren Persis Putri Bangil Pasuruan. *Jurnal Character*, 02(01).
- Devito, J. A. (2015). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education.inc.
- Dewi, E. (2009). *Hubungan Antara Harga Diri dengan Kecenderungan Metroseksual pada Pria Dewasa Awal*. Universitas Sanata Dharma.
- Forest, A. L., & Joanne V.W. (2012). When Social Networking Is Not Working: Individuals With Low Self – Esteem Recognize But Do Not Reap The Benefits Of Self – Disclosure On Facebook. *Psycological Science Research Article*.
- Handayani, N. (2015). *Hubungan antara kontrol diri dengan narsisme pada remaja pengguna facebook*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hidayat, K., & Khoiruddin B. (2016). *Psikologi Sosial: Aku, Kami dan Kita*. Erlangga.
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Edisi keli). Erlangga.
- Jemandu, L., & Prasty, D. (2022, October 1). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. Suara.Com.

<https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>

- Jihad, M. Rasyid, Noviawan. et all. 2022. *Komunikasi Verbal Pelatih dan Murid Perguruan Wingchun Harimau Besi dalam Meningkatkan Kemampuan Beladiri*. Jurnal Broadcasting Communication Vol 4 No 2 Oktober 2022.
- Kristanti, SA., & Eva, Nur. (2022). Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi* , 13(1).
- Kusuma, T. I. (2020). Hubungan Antara Self Esteem Dengan Self Disclosure Siswa SMA Pengguna Instagram di Surakarta Pada Masa Pandemi Covid 19. *Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Kuswandi, & Alfianto, Rian. (2022). *Alasan Foto Selfie Ghazali Everyday NFT Bisa Raup Uang Miliaran* . Jawapos.Com. 09/03/2023 <https://www.jawapos.com/oto-dan-teknologi/13/01/2022/alasan-foto-selfie-ghazali-everyday-nft-bisa-raup-uang-miliaran/?page=2>
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Prenadamedia Group.
- Magno, C., Sherwin. C., & Christine F. (1998). *The development of the self disclosure scale*. De La Salle University.
- Munthe, S. (2022). *Wali Kota Depok Raih Penghargaan Top Digital dan Top Leader Implementation*. Poskota.Co . <https://poskota.co/berita-utama/wali-kota-depok-raih-penghargaan-top-digital-dan-top-leader-implementation/>
- Murk, C. J. (2006). *Self-Esteem Research, Theory, and Practice Toward a Positive Psychology of Self-Esteem*. Springer Publishing Company, Inc.
- Mustajab, R. (2023, January 23). *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>
- Okviana, Lenie & Audrey, Shifa. 2021. *Pengaruh Komunikasi Verbal “Catcalling” terhadap Kepercayaan Diri Wanita Berjilbab di Kota Depok*. Jurnal Broadcasting Communication Vol 3 No 2 Oktober 2021.
- Pangastuti, H. (2015). *Hubungan antara narsisme dengan presentasi diri pada pengguna jejaring sosial facebook* . Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pearson, M. L. (1981). The effect of setting and gender on self – disclosure. *Group Organization Management*, 6, 334–340.
- Reis, H. T. (2012). *Encyclopedia of psychology*. Oxford University Press.
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Huk, A., & Pisanski, K. (2015). *Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men*. *Elsevier: Personality and Individual Differences* . 123–127.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Taddicken, M. (2013). The ‘privacy paradox’ in the social web: The impact of privacy concerns, individual characteristics, and the perceived social relevance on different forms of self-disclosure. *Journal of Computer Mediated Communication Institute of Journalism and Communication Research*.