

# Motivation, *Self Disclosure* dan *Psychological Well Being* pada Perempuan Dewasa Muda Ibu Kota melalui Media Sosial Instagram

## *Motivation, Self-Disclosure, and Psychological Well-Being in Young Adult Women in the Capital City Via Instagram Social Media*

Derira Harahap\*, Hendriyani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi,  
Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

Diterima: 20 Oktober 2023; Direview: 22 Oktober 2023; Disetujui: 19 November 2023

\*Corresponding Email: [derira.tarisa@ui.ac.id](mailto:derira.tarisa@ui.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh antara *Motivation* (motivasi), *Self Disclosure* (pengungkapan diri), dan *Psychological Well-Being* (kesejahteraan psikologis) pada wanita dewasa muda di ibu kota melalui platform media sosial Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi motivasi pengguna Instagram dalam melakukan *self-disclosure* dan untuk mengkaji dampak *self-disclosure* terhadap *psychological well-being*. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan explanatory, dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden wanita dewasa muda di Ibukota Jakarta. Pengolah data menggunakan SEM PLS. Studi ini memberikan pemahaman yang lebih spesifik tentang pengaruh motivasi seseorang dalam melakukan *self-disclosure* dan dampaknya terhadap kesejahteraan psikologis. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa individu dengan tingkat motivasi tinggi untuk melakukan *self-disclosure* cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang positif. Dengan kata lain, individu yang memiliki motivasi kuat untuk berbagi tentang diri mereka sendiri dan secara aktif mengekspresikan diri mereka cenderung mengalami kesejahteraan psikologis yang positif.

**Kata Kunci:** Motivation; Self Disclosure; Psychological Well-Being.

### Abstract

*This study analyzes the influence between Motivation, Self Disclosure, and Psychological Well-Being in young adult women in the capital city through the social media platform Instagram. The purpose of this study is to explore Instagram users' motivation for self-disclosure and to examine the impact of self-disclosure on psychological well-being. This study used a descriptive quantitative research design with an explanatory approach, by distributing questionnaires to 200 young adult female respondents in the capital city of Jakarta. Using PLS SEM as a data processing tool. This study provides a more specific understanding of the influence of one's motivation for self-disclosure and its impact on psychological well-being. The results of this study indicate that individuals with a high level of motivation to self-disclose tend to have positive psychological well-being. In other words, individuals who have a strong motivation to share about themselves and actively express themselves to a high degree tend to experience positive psychological well-being.*

**Keywords:** Motivation; Self Disclosure; Psychological Well-Being

**How to Cite:** Harahap, D. & Hendriyani. (2023). Motivation, *Self Disclosure* dan *Psychological Well Being* pada Perempuan Dewasa Muda Ibu Kota Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 6 (2): 744 -759.



## PENDAHULUAN

Penggunaan platform media sosial, seperti Instagram, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari banyak individu, termasuk perempuan dewasa muda yang tinggal di Ibukota. Fenomena ini tidak hanya menciptakan platform untuk berbagi momen, tetapi juga menjadi alat penting untuk melakukan *self-disclosure*, yaitu pengungkapan diri melalui berbagai jenis konten seperti foto, cerita, dan catatan pribadi. *Self-disclosure* di media sosial telah menjadi sebuah tren yang semakin berkembang, dimana pengguna secara aktif membagikan aspek-aspek dari kehidupan pribadi mereka, termasuk emosi, pemikiran, dan pengalaman.

Pentingnya *self-disclosure* dalam konteks media sosial adalah karena hal ini dapat memberikan wadah bagi pengguna untuk mengungkapkan diri mereka, menghadapi dukungan sosial, dan menciptakan konektivitas dengan orang lain (Makhmuro & Nurcahya, 2023). Namun, seiring dengan manfaatnya, *self-disclosure* juga dapat berdampak pada psychological well-being pengguna, baik positif maupun negatif. Penting untuk memahami motivasi di balik *self-disclosure* di platform seperti Instagram dan dampaknya terhadap *psychological well-being*, terutama bagi perempuan dewasa muda di Ibukota. Namun, pertanyaan mendasar yang masih memerlukan jawaban adalah: "Apa yang mendorong mereka untuk melakukan *self-disclosure* di Instagram, dan bagaimana tindakan ini memengaruhi kesejahteraan psikologis mereka?". *Self-disclosure*, sebagai bentuk pengungkapan diri, telah menjadi semakin umum dalam konteks media sosial, dengan banyak individu berbagi detail pribadi mereka secara daring. Namun, meskipun popularitas *self-disclosure* semakin meningkat, masih ada banyak pertanyaan yang membutuhkan pemahaman lebih mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan kunci tentang motivasi di balik *self-disclosure* di platform Instagram dan bagaimana tindakan ini memengaruhi psychological well-being pengguna perempuan dewasa muda yang tinggal di Ibukota.

Internet saat ini seakan telah menjadi kebutuhan primer masyarakat Indonesia. Penggunaan internet yang masif di tengah masyarakat Indonesia, karena hampir segala aspek kehidupan ditunjang oleh jaringan internet. Seseorang bisa dengan cepat dan mudah berkomunikasi secara elektronik melalui internet.

Proliferasi aplikasi adalah alasan utama mengapa orang terus menggunakannya (Efendi et al., 2017). Internet punya efek magis pada penggunanya, membuat mereka menjadi kecanduan (Sadasri, 2019). Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2022-2023, pengguna internet di Indonesia hingga 215,63 juta orang. Akses internet yang mudah, memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses segala informasi (Sadya, 2023).

Survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) padatahun 2022 kepada 10 ribu responden yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia, menyatakan bahwa terdapat 3 aktivitas yang paling sering dilakukan masyarakat saat menggunakan internet. Aktivitas yang paling sering dilakukan saat menggunakan internet, yaitu berkomunikasi melalui pesan singkat (91,2%), mengakses media sosial (67,6%), dan *browsing* (59,7%). (Kominfo, 2022)

Mengakses media sosial menjadi aktivitas kedua yang sering dilakukan oleh masyarakat saat menggunakan internet. Pengguna aktif media sosial di Indonesia terus naik dari tahun ke tahun, disadur melalui *We Are Social*, pengguna internet pada Januari 2014 sebanyak 62 juta, angkanya terus naik hingga mencapai 191 juta orang pada Januari 2022 (metadigital, 2023). Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, komunikasi antar personal, personal ke group, dan komunikasi antaragroup menjadi lebih mudah. Hal yang sering dijumpai di sosial media adalah pernyataan seseorang tentang aktivitas hariannya, pengalaman serta penilaian seseorang mengenai sesuatu hal yang selanjutnya menarik perhatian pengguna lain. Selain berupa pernyataan, pengguna sosial media dimudahkan untuk membagikan momen atau kegiatan hariannya, melalui fitur yang disediakan sosial media berupa foto dan video. Hal tersebut menjadi salah satu alasan meningkatnya penggunaan sosial media.

Berdasarkan website *We Are Social*, tiga media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Sosial media Whatsapp menjadi media sosial yang sering digunakan untuk bertukar pesan singkat. Sosial media kedua yang sering digunakan selanjutnya adalah Instagram. Disadur melalui dataindonesia.id, Napoleon Cat mencatat pengguna Instagram di Indonesia mencapai 106,72 juta pada Februari 2023. Angka tersebut naik sebanyak 12,9% yang sebelumnya pengguna Instagram sebanyak 94,54 juta

pengguna pada Januari 2023. Sedangkan, rentang usia pengguna Instagram terbanyak adalah pada kelompok umur 18-24 tahun sebanyak 37,8%, selanjutnya kelompok umur 25-34 tahun sebanyak 29,7%. Pengguna Instagram didominasi oleh perempuan sebanyak 53%, sisanya sebanyak 47% adalah pengguna laki-laki. (Rizaty, 2023)

Hamzah & Putri (2020) menyatakan bahwa terdapat pergeseran fungsi media sosial, yang sebelumnya menjadi pengganti interaksi langsung, sekarang fungsinya menjadi tempat pengungkapan diri (*Self disclosure*). Kegiatan *Self disclosure* juga didukung oleh fitur yang disediakan oleh platform Instagram yang kompleks. Pengguna Instagram tidak hanya bertukar pesan singkat (*messenger*), namun juga membagikan kegiatannya melalui fitur berbagi foto dan video, yang ditunjang dengan *stories, feeds, reels* dan IGTV. Dari berbagai fitur yang disediakan Instagram, penggunaannya dapat menjadikan sebagai media pengungkapan diri (*Self disclosure*).

Fenomena *Self disclosure* mulai berjamur dengan munculnya selebgram (selebriti Instagram). Selebgram ini banyak membagikan tentang kegiatan kesehariannya, hingga menyampaikan opini serta pengalamannya mengenai sesuatu yang menarik perhatian pengguna lain. Y. Harahap et al. (2021) menyebutkan kemunculan selebgram yang menceritakan perjalanan hidupnya, sehingga menginspirasi kalangan muda untuk mengikuti jejak kesuksesannya. Adanya ketertarikan tersebut, seseorang menjadi perhatian pengguna lain, sehingga mampu meningkatnya jumlah pengikut, *like, comment* dan *share* terhadap konten yang dibagikan. Tentu saja kegiatan *Self disclosure* ini selanjutnya juga diikuti oleh pengguna Instagram lainnya. Selain adanya dorongan tersebut, banyak lagi motivasi lain yang mendorong pengguna Instagram melakukan *Self disclosure*.

Berinteraksi melalui media sosial secara aktif dapat meningkatkan hubungan antar pribadi yang berkontribusi positif pada kesejahteraan psikologis (H.-T. Chen & Li, 2017). Oleh karena itu, kesejahteraan psikologis merupakan faktor kunci yang memengaruhi kesehatan mental individu (Choi & Noh, 2020). *Self disclosure* dinilai dapat digunakan untuk menurunkan kecemasan yang ada pada diri seorang individu, hubungan negatif antara *Self disclosure* dengan kecemasan (Sasongko & Nurtjahjanti, 2017). Dari hasil tersebut dapat dijelaskan semakin tinggi *Self disclosure* maka kecemasan yang dialami akan semakin rendah, begitu pula dengan sebaliknya jika *Self disclosure*nya rendah maka kecemasan yang dialaminya.

Masifnya penggunaan sosial media Instagram di tengah masyarakat mampu mempengaruhi keadaan psikologi seseorang. *Self disclosure* pada media sosial, khususnya perempuan dewasa muda bisa mempengaruhi *psychological well-being*-nya. Hal ini berangkat dari asumsi bahwasanya aktivitas penggunaan media sosial perempuan dewasa muda khususnya dalam *self disclosure* yang dilaksanakan berbentuk unggahan foto, video, cerita, ataupun komentar serta interaksi dengan orang lain di akun Instagram bisa mempengaruhi kondisi mental individu.

(Mackson et al., 2019) menemukan bahwa pengguna Instagram melaporkan tingkat kecemasan, depresi, dan kesepian yang lebih rendah, serta tingkat harga diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang bukan pengguna. Namun, ketika pengguna Instagram mengalami kecemasan di Instagram atau terlibat dalam perbandingan sosial, hal itu dikaitkan dengan hasil psikologis yang lebih buruk. Sementara, (Luo & Hancock, 2020) menyoroti hubungan dua arah antara *self-disclosure* di media sosial dan *psychological well-being*, dengan menekankan mekanisme *self-disclosure* yang dapat memengaruhi *psychological well-being*. (Sheldon & Bryant, 2016) mengeksplorasi motif penggunaan Instagram dan menemukan bahwa pengguna termotivasi oleh pengawasan, dokumentasi, kesejukan, dan kreativitas. (Ponnusamy et al., 2020) menyelidiki kecanduan Instagram dan menemukan bahwa pengakuan dan kebutuhan sosial memengaruhi kecanduan, dengan kesejahteraan psikologis yang memoderasi hubungan antara kebutuhan sosial dan kecanduan. Meta-analisis (Chu et al., 2023) menunjukkan bahwa valensi dan kejujuran *self-disclosure* di media sosial berhubungan positif dengan *psychological well-being*. Kuantitas pengungkapan diri, di sisi lain, tidak secara signifikan memengaruhi *psychological well-being*.

Beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan motivasi *Self disclosure*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Luo & Hancock, 2020) perbedaan motivasi dan mekanisme yang digunakan pengguna sosial media, memberikan dampak yang berbeda pada *Self disclosure* dan *psychological well-being*. Mekanisme menggunakan anonim (bukan nama sebenarnya) pada sosial media memberikan keleluasaan pada pengguna untuk melakukan *Self disclosure*. Motivasi pengguna agar *Self disclosure* yang dilakukannya tidak diketahui pasti oleh pengguna lain yang

mengenalnya di dunia nyata. Pengungkapan diri pada dasarnya dilakukan untuk mendapatkan dukungan dan bantuan secara sosial maupun moral. Dilakukan oleh seseorang untuk dapat memberitahukan tentang diri kepada orang terdekat, seperti kepada keluarga dan teman terdekat (Vangelisti & Perlman, 2018).

Penelitian (H.-T. Chen & Li, 2017) menyatakan motif penggunaan media sosial seluler, memberikan hubungan positif pada motif komunikatif dan pertemanan. Namun hal tersebut tidak membuat pengguna lain menjadi melakukan pengakuan diri. Hal tersebut juga disampaikan oleh (Liu et al., 2019) penggunaan SNS dianggap memberikan dampak buruk, karena hanya membuang waktu dengan melihat postingan pengguna lain. Pengungkapan diri yang memberikan dampak positif dianggap lebih efektif melalui komunikasi secara interpersonal, seperti telepon. Selain membuang waktu pengungkapan diri juga menjadi tidak mengkhawatirkan privasi pengguna.

*Self disclosure* yang dilakukan oleh pengguna sosial media didorong oleh variabel demografi yang terdiri dari umur dan gender, pada penelitian yang dilakukan (Latifa et al., 2019), hal utama yang berpengaruh adalah umur pengguna sosial media. Hal ini didukung oleh penelitian (Oduba, 2017), bahwasannya *Self disclosure* yang terlalu terbuka melalui media sosial, akan memberikan efek buruk bagi mereka. Sehingga dalam penggunaannya wanita Nigeria menggunakan kode tidak langsung dalam pengungkapan diri di sosial media. Penelitian (Prihantoro et al., 2020) menyatakan bahwa generasi muda menggunakan *second account* untuk melakukan *Self disclosure* di sosial media. Penggunaan *second account* ini memberikan kemudahan bagi generasi muda untuk mengendalikan siapa saja yang dapat melihat konten yang pengguna bagikan. Pengguna menjadi lebih leluasa untuk melakukan *Self disclosure*, karena penontonnya dipilih yang terdekat saja. (Perkasa, 2022) juga menyatakan hal yang sama bahwa hubungan *Self disclosure* terhadap *psychological well-being* pengguna sosial media yang memiliki *second account*, menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Self disclosure* yang dilakukan oleh pengguna, maka akan berbanding lurus terhadap *psychological well-being* seseorang.

Sejalan dengan hal tersebut, Dhir et al. (2021) menyebutkan bahwa motif-motif seperti memperoleh pengakuan dan dukungan sosial, meningkatkan citra diri, dan mengekspresikan diri adalah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan *Self disclosure*. Tujuan dalam melakukan *Self disclosure* menjadi pendorong seseorang melakukan pembukaan diri di sosial media. Hal ini disampaikan oleh Seidman (2013) menyatakan bahwa *Self disclosure* dapat mendorong pengguna untuk mengungkapkan informasi pribadi untuk tujuan *self presentation* dan *sense of belongingness*. Bazarova & Choi (2014) juga menyebutkan bahwa *self expression* dan validasi sosial adalah dua alasan utama yang mendorong *Self disclosure* online. Selain itu, Hollenbaugh & Ferris (2014) menemukan bahwa menjadi bagian dari komunitas virtual dan menemukan teman di Facebook adalah prediktor penting dari *Self disclosure* online.

Dari permasalahan diatas, penelitian bertujuan guna membuktikan model pengaruh antara Motivasi terhadap *Self disclosure*, dan *Self disclosure* terhadap *Psychological Well Being*. Studi yang dilakukan pada penelitian ini, difokuskan pada pengguna sosial media Instagram perempuan dewasa muda yang bertempat tinggal di Ibukota.

## METODE PENELITIAN

Dalam studi ini, peneliti memakai perspektif positivistik. Menurut paradigma positivistik (fakta sosial), fenomena sosial dipahami dari sudut pandang eksternal dengan memakai teori-teori yang sudah mapan. Paradigma penelitian berusaha membantu tujuan penelitian yang sudah ditetapkan. Paradigma positivistik ini memiliki asumsi bahwa fenomena yang terjadi dalam kehidupan tidak terbatas. Untuk menjelaskan fenomena sosial dan masalah sosial yang terjadi tentunya berlandaskan pada keteraturan dan perubahan dalam masyarakat. Dengan melihat realitas sosial yang terjadi sebagai sesuatu yang dapat diobservasi secara nyata. Menggunakan paradigma positivistik peneliti berharap dapat memahami hubungan *motivation*, *Self disclosure*, dan *psychological well being* yang dilakukan oleh wanita dewasa muda yang bertempat tinggal di Kota Jakarta melalui sosial media Instagram.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik yang mengacu pada studi kuantitatif yang menganalisis fenomena secara empiris dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini tergolong *explanatory research* sebab dipakai untuk membangun hubungan sebab akibat antara variabel dengan menguji hipotesis. Dalam *explanatory*

research, peneliti mengumpulkan informasi tentang suatu topik yang diketahui dan punya gambaran yang jelas serta berusaha mencari sebab dan alasan mengapa sesuatu itu terjadi. Tujuan dari bentuk *explanatory* adalah guna menggambarkan perbedaan ataupun efek dari satu variabel pada variabel lainnya. Dalam studi ini variabel bebasnya adalah motivasi dan *self disclosure*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Psychological Well Being*.

Dalam studi ini variabel bebasnya adalah motivasi dan *self disclosure*. Sementara variable dependen dalam penelitian ini adalah *Psychological well being*.

### 1. Motivasi *Self disclosure* (X1)

Definisi operasional dari motivasi dari pengguna Instagram adalah pemicu utama untuk mencapai sesuatu keinginan yang maksimal ataupun baik, seperti untuk memperlihatkan momen-momen penting dalam hidup mereka, mengekspresikan konsep diri mereka, dan menampilkan hubungan pribadi dengan menampilkan individu dengan orang lain yang penting. variabel motivasi dalam penelitian ini diduga mempengaruhi variabel *self disclosure*.

### 2. *Self disclosure* di Instagram (X2)

Definisi operasional dari pengungkapan diri ataupun *self disclosure* yakni kapasitas individu untuk memberi orang lain emosi, jawaban, ataupun informasi tentang diri mereka sendiri ataupun keadaan yang mereka hadapi.

### 3. *Psychological well being* (Y)

*Psychological well being* dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram bisa didefinisikan secara operasional sebagai kondisi psikologis dan fungsi mental saat mengakses media sosial dimana mencakup perasaan positif yang didasarkan aktualisasi diri, fungsi manusia yang penuh, individuasi, dan kedewasaan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari responden melalui pengadaan survey lapangan dengan menggunakan alat pengumpulan data tertentu yang dibuat secara khusus (Sugiyono, 2021). Dengan demikian data primer diharapkan dapat mengumpulkan informasi yang akurat berasal dari sumber terpercaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah studi lapangan dengan teknik pengisian kuesioner. Kuesioner disebarakan secara online dengan target para pelanggan yang telah melakukan pembelian di KFC cabang Salemba. Kuesioner yang digunakan berisi pernyataan dan pertanyaan yang memiliki skala pengukuran variabel, menggunakan skala likert. Skala ini dibuat untuk menggambarkan sikap, pendapat, dan persepsi responden mengenai suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2021). Instrumen skala likert dalam penelitian ini menggunakan skala 1 sampai 5.

**Tabel 1. Instrumen Skala likert**

Alternatif Jawaban	Skala
Selalu/ Sangat percaya/ Sangat nyaman/ Sangat membantu/ Sangat merasa	5
Sering/ Percaya/ Nyaman/ Membantu/ Merasa	4
Kadang-kadang/ Netra	3
Jarang/ Kurang percaya/ Kurang nyaman/ Kurang membantu/ Kurang merasa	2
Tidak pernah/ Tidak percaya/ Tidak nyaman/ Tidak membantu/ Tidak merasa	1

Sumber : (Sugiyono, 2021).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang sudah ada untuk mengumpulkan data dari responden. Variabel Motivasi mengacu pada penelitian (Rahma & Rani, 2022) dengan dimensi variabel yang digunakan adalah tempat pelarian dari pengalaman buruk, mencari dukungan emosional, tempat sharing, media dokumentasi, media penjernihan diri, dan ekspresi diri. Instrumen variabel *Self disclosure* mengacu pada penelitian (Wheless & Grotz, 1976) dengan dimensi variabel keadaan emosional diri dan hubungan interpersonal, perihal pribadi dan masalah, agama, seks, rasa dan pikiran, serta tugas dan pekerjaan. Sedangkan instrumen variabel *Psychological well being* mengacu pada penelitian (Luo & Hancock, 2020) dengan dimensi variabel otonomi, penguasaan lingkungan, pengembangan diri, hubungan positif dengan orang lain, tujuan dalam hidup, penerimaan diri, dan *anxiety*.

Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian ini memerlukan subjek perempuan usia dewasa muda awal dengan rentang usia 18-30 tahun. Perempuan yang berdomisili di Jakarta, aktif menggunakan instagram dan melakukan *Self disclosure*. Oleh karena itu, populasi pada penelitian

ini adalah jumlah jiwa perempuan DKI Jakarta tahun 2022 yaitu, sebanyak 1.686.404 jiwa. Penelitian ini menggunakan 200 orang responden sebagai sampel, dengan metode sampling *convenience sampling*. Adapun syarat dari responden yang diperlukan pada penelitian ini, adalah sebagai berikut: Perempuan; Berusia 18-30 Tahun; Pengguna aktif Instagram dan Bertempat tinggal di Jakarta

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*, yang tidak memberikan peluang yang sama bagi semua elemen atau anggota populasi untuk menjadi sampel. Khususnya, penelitian ini menggunakan *convenience sampling*, yang diambil berdasarkan padaketersediaan elemen dan kemudahan dalam mengaksesnya. Peneliti menggunakan *Convenience sampling* karena lebih efisien dalam hal waktu dan biaya karena peneliti dapat dengan cepat mengumpulkan data dari orang-orang yang mudah dijangkau. Metode ini dapat digunakan dalam situasi di mana populasi target sulit diakses atau diidentifikasi dengan mudah. Dalam *convenience sampling*, peneliti akan mendekati responden yang mudah diakses. Ini bisa berarti bahwa peneliti mengambil sampel dari individu atau kelompok yang mudah ditemukan atau dihubungi, seperti penduduk di daerah tertentu.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini akan mengalami pengujian sebelum digunakan, termasuk pengujian validitas dan reliabilitas, yang akan dijalankan menggunakan metode SEM PLS. Uji validitas merupakan ciri yang harus dimiliki oleh instrumen pengukuran karena berhubungan langsung dengan dapat tidaknya data dipercaya kebenarannya (Sugiyono, 2019). Terdapat dua kriteria untuk menilai apakah outer model (model pengukuran) memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif, yaitu: (1) loading harus di atas 0,7 dan (2) nilai p signifikan (Hair et al., 2017). Namun dalam beberapa kasus, sering syarat loading di atas 0,7 sering tidak terpenuhi khususnya untuk kuesioner yang baru dikembangkan. Oleh karena itu, loading antara 0,40-0,70 harus tetap dipertimbangkan untuk dipertahankan (Sholihin & Ratmono, 2021). Sedangkan Reliabilitas menunjukkan tingkat kehandalan yang berarti dapat dipercaya (Arikunto, 2013). Nilai CR yang disarankan adalah di atas 0,7 (Sholihin & Ratmono, 2021). Diketahui seluruh nilai CR > 0,7, yang berarti telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan CR. Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas berdasarkan nilai cronbach's alpha (CA)

Data dari penelitian ini akan diolah secara kuantitatif menggunakan menggunakan persamaan struktural atau *Structural Equation Model* (SEM) dengan perangkat lunak Lisrel. Adapun tahap analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Uji Kecocokan Model Pengukuran (*Goodness of Fit*).

Suatu model dianggap cocok apabila memenuhi beberapa syarat. Menghitung Chi-Square dan p-value, untuk menguji kesesuaian model persamaan struktural. Adapun syarat yang perlu dipenuhi adalah sebagai berikut: (Hair Jr et al., 2014)

- a. Hubungan yang signifikan: T-value > dari T-tabel, T-value berwarna hitam pada path diagram, dan nilai yang muncul adalah  $\leq -1,96$  atau  $\geq 1,96$ .
- b. Hubungan yang tidak signifikan ditandai dengan: T-value yang berwarna merah pada path diagram dengan nilai  $-1,96 \leq T\text{-value} \leq 1,96$ .

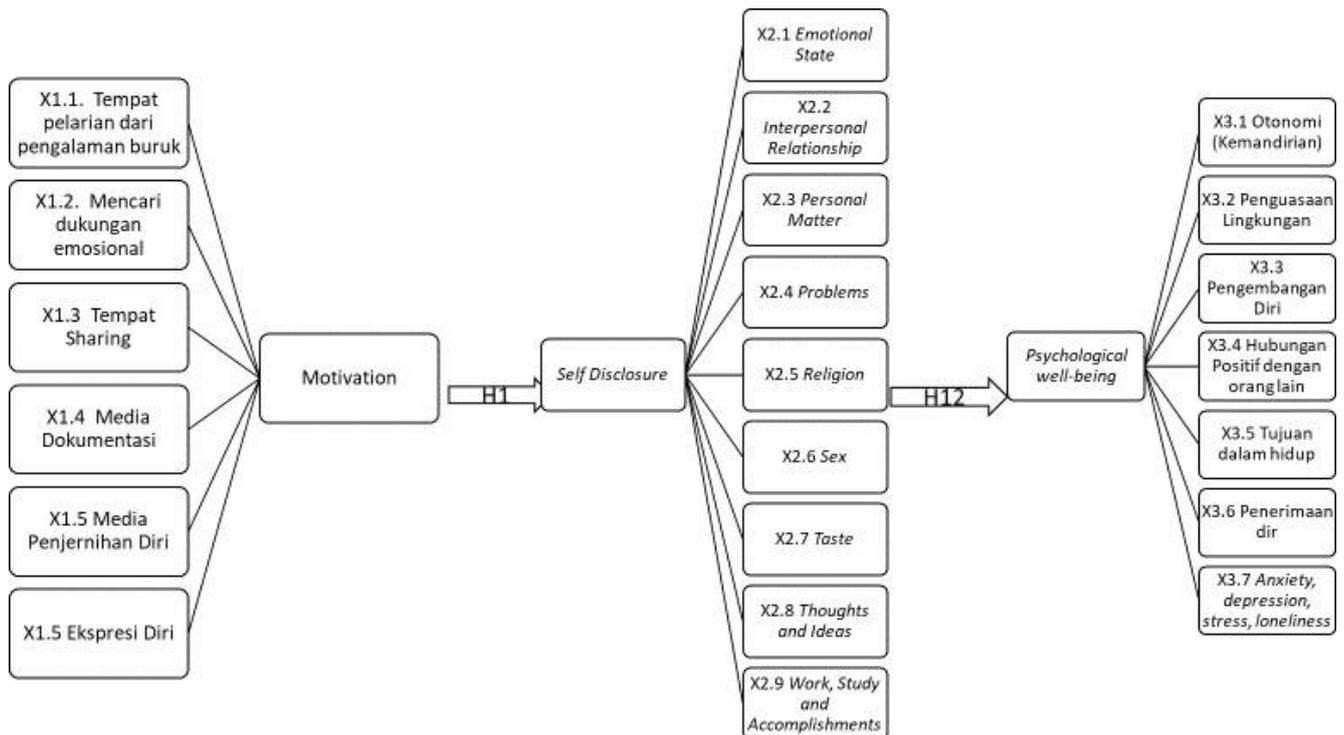
2. Uji Kecocokan Model Struktural.

Uji kecocokan model struktural dilakukan terhadap koefisien persamaan struktural dengan menspesifikasikan tingkat signifikan tertentu. Maka nilai t dari persamaan struktural harus > 1,96 untuk mendapatkan tingkat signifikansi yang baik. Sebagai ukuran menyeluruh terhadap persamaan struktural, *overall coefficient of determination* ( $R^2$ ) dievaluasi seperti pada regresi berganda. Sementara untuk melihat hubungan (pengaruh/efek) dalam persamaan struktural (*structural equations*) yang mendefinisikan seluruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen, maka akan terlihat dari besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Makin besar  $R^2$  atau makin mendekati 1, berarti hubungan (pengaruh/efek) persamaan struktural tersebut semakin kuat. (Hair Jr et al., 2014)

3. Uji Hipotesis. Penelitian ini membuat 3 Hipotesis, dua hipotesis akan dihitung melalui pengujian ini.

- a. Uji hipotesis deskriptif, digunakan untuk menguji dugaan terhadap suatu variabel mandiri, tidak dibandingkan dengan variabel lain.

b. Uji hipotesis asosiatif, digunakan untuk menguji hubungan antara 2 variabel atau lebih.



Gambar 1. Kerangka Konsep

### Hipotesis Penelitian

H1: *Motivation* perempuan dewasa muda ibu kota melalui media sosial Instagram, mempengaruhi tingkat *Self disclosure*

Ho: *Motivation* perempuan dewasa muda ibu kota melalui media sosial Instagram, tidak mempengaruhi tingkat *Self disclosure*

H2: *Self disclosure* perempuan dewasa muda ibu kota melalui media sosial Instagram, berpengaruh pada *Psychological Well Being* yang dirasakan.

Ho: *Self disclosure* perempuan dewasa muda ibu kota melalui media sosial Instagram, tidak berpengaruh pada *Psychological Well Being* yang dirasakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil perolehan data melalui kuesioner, terdapat 200 orang responden yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan pada penelitian. Wanita usia dewasa muda awal, berumur dari 20 tahun hingga 30 tahun aktif menggunakan Instagram dan bertempat tinggal di Jakarta. Sehingga sebanyak 200 data jawaban kuesioner tersebut, digunakan sebagai data, yang selanjutnya diolah. Berikut adalah data responden berdasarkan keaktifan menggunakan Instagram.

Tabel 2. Data Keaktifan Responden Menggunakan Instagram

Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Jumlah Responden	Persentase
Usia	20-24 Tahun	95	47,5%
	25-30 Tahun	101	50,5%
	31-40 Tahun	4	2%
<b>Total</b>		<b>200</b>	<b>100%</b>
Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk bersosialmedia instagram dalam sehari?	Lebih dari 3-4 jam	133	66,5%
	Lebih dari 4 jam	67	33,5%
<b>Total</b>		<b>200</b>	<b>100%</b>
	Kurang dari 6 Bulan	30	15%
	6-11 Bulan	32	16%

Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Jumlah Responden	Persentase
Sudah berapa lama andamemiliki akun Instagram	1-5 Tahun	77	39%
	6-10 Tahun	42	21%
	Lebih dari 10 Tahun	19	10%
<b>Total</b>		<b>200</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data olah kuesioner, 2023

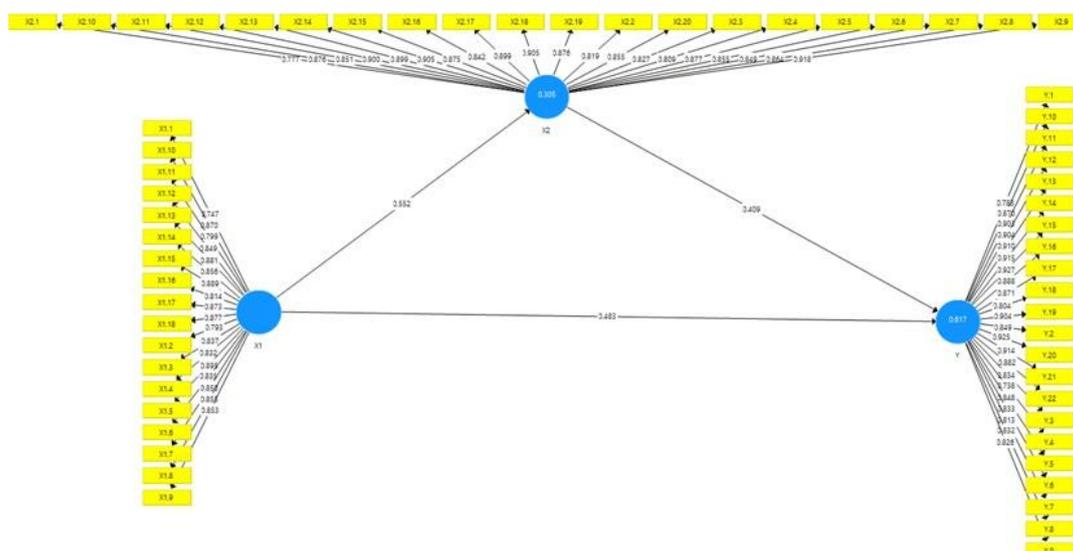
Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 101 orang responden berusia 25-30 orang, sedangkan yang berusia 20-24 tahun sebanyak 95 orang, sisanya 4 orang responden, berusia 31-40 tahun. Selanjutnya, mengenai jumlah waktu yang dihabiskan untuk menggunakan instagram, sebanyak 133 orang responden menghabiskan waktu lebih dari 3-4 jam sehari, yaitu sebanyak 66,5%. Selanjutnya, sebanyak 70% responden, telah memiliki Instagram lebih dari 1 tahun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa 200 responden yang digunakan, aktif menggunakan Instagram. Sehingga selanjutnya, jawaban dari responden diolah secara deskriptif dan kuantitatif.

### Pengujian Validitas

Tabel 3. Pengujian Validitas Berdasarkan Outer Loading

	X1	X2	Y	X1	X2	Y	X1	X2	Y.13	0,910
X1.1	0,747		X1.7	0,850		X2.20	0,855		Y.14	0,915
X1.10	0,870		X1.8	0,855		X2.3	0,827		Y.15	0,927
X1.11	0,799		X1.9	0,853		X2.4	0,809		Y.16	0,888
X1.12	0,849		X2.1		0,777	X2.5	0,877		Y.17	0,871
X1.13	0,881		X2.10		0,876	X2.6	0,855		Y.18	0,804
X1.14	0,856		X2.11		0,851	X2.7	0,849		Y.19	0,904
X1.15	0,889		X2.12		0,900	X2.8	0,864		Y.2	0,849
X1.16	0,814		X2.13		0,899	X2.9	0,918		Y.20	0,925
X1.17	0,873		X2.14		0,905	Y.1		0,783	Y.21	0,914
X1.18	0,877		X2.15		0,875	Y.10		0,870	Y.22	0,882
X1.2	0,793		X2.16		0,842	Y.11		0,903	Y.3	0,834
X1.3	0,837		X2.17		0,899	Y.12		0,904	Y.4	0,738
X1.4	0,832		X2.18		0,905	Y.11		0,903	Y.5	0,848
X1.5	0,895		X2.19		0,876	Y.12		0,904	Y.6	0,833
X1.6	0,835		X2.2		0,819				Y.7	0,813

Berikut adalah model yang digunakan pada penelitian ini, serta nilai validitas tiap pernyataan yang digunakan. Ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Pengujian Validitas Berdasarkan Outer Loading

Berdasarkan pengujian berdasarkan Outer Loading dapat disimpulkan bahwa semua dimensi lolos uji validitas.

### Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat kehandalan yang berarti dapat dipercaya (Arikunto, 2002:154). Nilai CR yang disarankan adalah di atas 0,7 (Mahfud dan Ratmono, 2013:67). Diketahui seluruh nilai CR > 0,7, yang berarti telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan CR. Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas berdasarkan nilai cronbach's alpha (CA). Berikut adalah hasil pengujian dimensi, ditampilkan pada tabel 4.

**Tabel 4. Pengujian Reliabilitas Berdasarkan Cronbach's Alpha (CA)**

	Cronbach's Alpha
X1	0,976
X2	0,982
Y	0,984

Nilai CA yang direkomendasikan adalah di atas 0,7, sesuai dengan Mahfud dan Ratmono (2013:67). Dalam penelitian ini, semua nilai CA > 0,7, menunjukkan bahwa kriteria reliabilitas berdasarkan Cronbach's alpha telah terpenuhi. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian validitas diskriminan dengan menggunakan pendekatan Fornell-Larcker.

### Pengujian Kecocokan Model

**Tabel 5. Pengujian Goodness of Fit Model**

	Estimated Model
SRMR	0.059

Diketahui berdasarkan hasil pengujian goodness of fit SRMR, nilai SRMR = 0,059 < 0,1, maka disimpulkan model telah FIT.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS). PLS adalah metode structural equation modelling (SEM). Evaluasi model dalam PLS pada penelitian ini ada 1 yaitu Inner Model. Penelitian ini menguji signifikansi pengaruh antar variabel.

**Tabel 6. Uji Hipotesis**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1 -> X2	0,552	0,554	0,083	6,674	0,000
X1 -> Y	0,483	0,487	0,105	4,615	0,000

Berdasarkan tabel 6, dinyatakan bahwa:

- X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap X2, dengan nilai koefisien (kolom *Original Sample*) = 0,552, dan *P-Values* = 0,000 < 0,05 (**Hipotesis Diterima**). Maka, *motivation* penggunaan Instagram yang dimiliki perempuan dewasa muda awal, mempengaruhi tingkat *Self disclosure*
- X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y, dengan nilai koefisien (kolom *Original Sample*) = 0,409, dan *P-Values* = 0.000 < 0.05 (**Hipotesis Diterima**). Maka, *Self disclosure* yang dilakukan oleh perempuan dewasa muda ibu kota melalui media sosial Instagram, berpengaruh pada *Psychological Well Being* yang dirasakan.

Inner model merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Inner model meliputi nilai latent *variable correlations* (valid ketika  $r > 0,05$ ), *path coefficients* (jika  $r$  valid, maka *path coefficients* signifikan), dan R square (R2 mengartikan keragaman konstrak-konstrak eksogen secara serentak).

Tabel 7. R-Square

	R Square
X2	0,305
Y	0,617

Diketahui nilai R-Square dari *Self disclosure* (X2) adalah 0,305 yang berarti motivasi (X1) mampu mempengaruhi variabel *Self disclosure* (X2) sebesar 30,5%. Diketahui nilai R-Square dari *Psychological Well Being* (Y) adalah 0,617, yang berarti *Self disclosure* mampu mempengaruhi variabel *Psychological Well Being* sebesar 61,7%. Dianggap, terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi *Self disclosure* dan *Psychological Well Being*, yang tidak termasuk ke dalam variabel penelitian ini.

## Pembahasan

Pengaruh motivasi terhadap *Self disclosure* menjadi hipotesis pertama dalam penelitian ini, menurut hasil uji bootstrapping menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap *Self disclosure*, yaitu sebanyak 30,5%. Selanjutnya, dari 6 dimensi yang digunakan pada variabel motivasi, yaitu sebagai tempat pelarian dari pengalaman buruk, mencari dukungan emosional, tempat berbagi, media dokumentasi, media penjernihan diri, dan sebagai tempat ekspresi diri. Enam dimensi tersebut diuraikan menjadi 18 pernyataan, responden menjawab motivasi mana yang sesuai.

Berdasarkan 3 pernyataan yang memiliki skor aktual tertinggi, menunjukkan responden memiliki motivasi menggunakan Instagram sebagai tempat pelarian dari pengalaman buruk, tempat sharing, dan mencari dukungan emosional. Sosial media sebagai tempat sharing (berbagi) menjadi sebuah perilaku yang membentuk pengguna sosial media. Motivasi merupakan aspek dari *Self disclosure* yang mendorong seseorang untuk mengungkapkan dirinya. Dorongan dapat berupa dari dalam dan luar. Berdasarkan berbagai literatur menunjukkan bahwa faktor pribadi menjadi faktor signifikan, perilaku seseorang untuk berbagi informasi pada media sosial (Hapsari, 2020). Dorongan dari dalam diri seseorang memiliki ikatan erat dengan hal yang ingin dicapai seseorang untuk melakukan *Self disclosure*.

Motivasi seseorang menjadikan media sosial sebagai tempat pelarian dari kejadian buruk didukung oleh penelitian H. Harahap (2019), media sosial dijadikan sebagai tempat pelarian seseorang yang merasa tidak diterima dari lingkungannya, sehingga mencari tempat pelarian yang dapat menerimanya, sosial media membuat seseorang bisa membuat identitas baru, sehingga orang lain, bisa menerimanya. Halimah (2020), juga menyampaikan pada hasil penelitiannya bahwa penggunaan sosial media digunakan sebagai tempat pelarian seseorang yang sulit menjalin hubungan dengan orang lain di dunia nyata. Dalam hal ini, penelitian ini menggunakan pernyataan bahwa responden sering membagikan konten yang berupa kegiatan menyenangkan. Responden terdorong melakukan pembukaan diri dengan membagikan kegiatan yang menyenangkan, sehingga dapat menjadi pengalihan hal negatif yang dirasakan. Dengan membagikan kegiatan menyenangkan, mendorong responden memberikan momen bahagia ke pengguna lain.

Kemudahan fitur yang dimiliki Instagram juga menjadikan motivasi pengguna, menjadikannya sebagai tempat sharing. Berdasarkan nilai rata-rata pada pernyataan, konten yang sering dibagikan berupa kutipan inspiratif. Hal ini menunjukkan bahwa responden terdorong melakukan pengungkapan dirinya melalui kutipan inspiratif, yang menggambarkan keadaannya. Dengan tujuan, dapat memberikan semangat kepada diri sendiri dan orang lain. Membagikan konten berupa kutipan inspiratif, sehingga pengungkapan diri mengenai perasaan yang sedang dirasakan ditampilkan secara tersirat. Hal tersebut menghindari reaksi negatif pengguna lain, saat melihat postingan tersebut. Sehingga, selain memberikan semangat kepada diri sendiri, kutipan inspiratif tersebut dapat memberikan dampak positif bagi pengguna lain saat melihatnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, *motivation* perempuan dewasa muda ibu kota melalui media sosial Instagram, akan mempengaruhi tingkat *Self disclosure*. Hal tersebut didasari oleh hipotesis pertama yang menjelaskan X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap X2, dengan nilai koefisien = 0,552, dan P-Values = 0,000 < 0,05.

Berdasarkan perhitungan rata-rata skor pernyataan kuesioner pada variabel motivasi, terdapat dimensi yang memiliki total rata-rata tertinggi, yaitu pada dimensi tempat sharing. Adapun pernyataan yang memiliki skor rata-rata tertinggi yaitu pada pernyataan mengenai “membagikan konten Instagram berupa cerita inspiratif orang-orang yang telah sukses, pemikiran positif dan motivasi”. Dimensi tertinggi lainnya terdapat pada dimensi mencari dukungan emosional dan tempat pelarian dari pengalaman buruk. Sedangkan untuk dimensi ekspresi diri, memiliki nilai rata-rata terendah. Terdapat pada pernyataan mengenai “membagikan konten Instagram yang menunjukkan karya seni yang dibuat sendiri, seperti hasil lukisan, lagu, puisi atau video kreatif yang dibuat oleh diri sendiri”.

Hal tersebut menunjukkan bahwa motivasi terbesar seseorang menggunakan Instagram adalah sebagai tempat sharing, dengan membagikan cerita inspiratif, pemikiran positif dan motivasi. Hal ini bertujuan, agar pengguna lain merasakan vibes positif atas apa yang dibagikan. Adapun motivasi lainnya adalah sebagai tempat mencari dukungan sosial dan sebagai tempat perlindungan dari pengalaman buruk.

Steijn & Schouten (2013) melakukan penelitian tentang motivasi self-disclosure pada remaja di Facebook. Menyatakan bahwa salah satu motivasi utama remaja untuk melakukan *self disclosure* di Facebook adalah sebagai tempat untuk berbagi pengalaman, cerita, dan informasi dengan teman-teman mereka. Shamim et al. (2016) melakukan penelitian tentang motivasi *self disclosure* di media sosial pada kalangan dewasa muda, menyebutkan motivasi yang kuat untuk *self disclosure* adalah sebagai tempat untuk berbagi ide, gagasan, dan pandangan mereka dengan orang lain di media sosial. Choi & Noh (2020) melakukan penelitian tentang motivasi *self disclosure* di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa motivasi *self disclosure* di Instagram adalah sebagai tempat untuk berbagi momen hidup, kegiatan, dan minat pribadi dengan pengikut mereka. Motivasi *Self disclosure* lainnya adalah sebagai tempat untuk mendapatkan dukungan emosional. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Joinson (2008) melakukan penelitian tentang motivasi pengguna media sosial untuk melakukan *self disclosure*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor pendorong seseorang untuk melakukan *self disclosure* di media sosial adalah untuk memperoleh dukungan emosional. Hal yang sama disebutkan juga oleh Zhao et al. (2008) bahwa salah satu motivasi utama untuk *self disclosure* di media sosial adalah memperoleh dukungan sosial. W. Chen & Lee (2013) melakukan penelitian tentang motivasi *self disclosure* di situs jejaring sosial. Menemukan bahwa beberapa faktor motivasi meliputi keinginan untuk memperoleh validasi diri, membangun reputasi online, dan mencari dukungan sosial. Motivasi utama dalam melakukan *Self disclosure* adalah keinginan untuk berbagi pengalaman dan menjadi tempat pelarian dari pengalaman buruk. Temuan ini juga menunjukkan bahwa *Self disclosure* yang tinggi berkaitan dengan aspek pribadi, masalah yang dihadapi, dan agama. Selain itu, *Self disclosure* juga sering berkaitan dengan tugas dan pekerjaan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya Waters & Ackerman (2011) yang menunjukkan motivasi pengguna Facebook dalam melakukan *Self disclosure*, yaitu untuk membagikan aktivitas menyenangkan kepada orang lain atau sharing. Penelitian lain mengungkapkan hubungan motivasi terhadap *Self disclosure*, Houghton, D. J., et al. (2018) menemukan bahwa individu yang memiliki motivasi untuk mencari dukungan emosional, berbagi masalah pribadi cenderung memiliki tingkat keterbukaan diri yang lebih tinggi di media sosial. Hal senada juga disampaikan oleh Zhang, Y., & Sun, Y. (2019) motivasi individu untuk berbagi pengalaman pribadi di media sosial, berkaitan dengan tingkat keterbukaan diri yang lebih tinggi di media sosial. Berdasarkan point dari penelitian yang telah dilakukan, keterbukaan terbesar yang dilakukan oleh pengguna Instagram adalah mengenai pribadi dan masalah yang sedang dialami. Penelitian lain juga menyatakan hal yang sama, dengan melakukan penelitian *Self disclosure* pada platform yang berbeda. Keterbukaan pengguna sosial media, adalah dengan menyampaikan mengenai diri pribadi dan masalah yang sedang dialami. Keterbukaan tertinggi pada pengguna Twitter adalah mengenai masalah pribadi seperti kesehatan, keuangan, dan emosi (Sheldon, 2013). Pengguna Facebook melakukan *self disclosure* terbanyak di Facebook adalah dengan mengungkapkan masalah pribadi, termasuk masalah kesehatan, kehidupan cinta, atau masalah pribadi lainnya di status atas postingan mereka (Burke et al., 2010).

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keterbukaan seseorang mengenai agama, cukup besar. Tania (2016), menemukan fenomena mengenai keterbukaan seseorang atas agama atau kepercayaan yang dipercayai, terdapat hubungan antara keharmonisan antar individu yang secara

terbuka menyampaikan kepercayaannya, sebaliknya seseorang yang menutup diri dari kepercayaan atau agama yang dianut merasa renggang kepada orang lain. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden sering membagikan kegiatan keagamaan yang dianut. Hal tersebut memungkinkan, pengguna Instagram mendapatkan kelompok baru yang memiliki kepercayaan atau agama yang sama.

Dimensi selanjutnya adalah keterbukaan mengenai tugas dan pekerjaan. Seseorang akan lebih nyaman membicarakan mengenai hobi dan pekerjaan yang sedang dilakukannya, dibanding membicarakan mengenai kehidupan seksual atau mengenai perekonomian (Joseph A. Devito, 2016). Penelitian ini menggunakan responden yang memiliki umur produktif, sehingga pengungkapan diri mengenai tugas dan pekerjaan yang saat ini dilakukan, sangat lazim dilakukan.

*Self disclosure* pada psychological well-being sangat bergantung pada peristiwa pemicu. *Self disclosure* perempuan dewasa muda, cenderung masuk ke kategori rendah (Fauzia et al., 2019). Individu yang memiliki tingkat self disclosure yang rendah cenderung lebih berhati-hati ketika berbagi informasi tentang diri mereka di media sosial. Mereka mungkin hanya akan membagikan hal-hal yang bersifat impersonal atau terbatas pada topik tertentu saja, sesuai dengan penelitian oleh Widiyastuti (2016). Self disclosure dapat dikategorikan sebagai kegiatan evaluatif, yang mencakup ungkapan pendapat atau perasaan individu mengenai sesuatu yang mereka sukai atau tidak sukai kepada orang lain yang sebelumnya tidak mengetahuinya (Dayakisni, 2003).

Berjalannya waktu penggunaan sosial media tidak dapat terlepas dari kehidupan, sehingga perempuan dewasa muda perlu memenuhi kebutuhan untuk berafiliasi dengan cara menggunakan jejaring sosial untuk berkomunikasi secara online (Halim & Dariyo, 2016). Usia dewasa muda diharapkan mampu memilih dengan bijak segala hal pengungkapan dirinya di sosial media. Santrock (2003) dalam penelitiannya menyebutkan, seseorang yang mulai memasuki usia dewasa muda awal mulai melalui tahap transisi, meliputi transisi secara fisik, intelektual, dan juga transisi peran sosial. Pada masa dewasa awal ini, seseorang perlu menentukan relasi atau hubungan kepada orang lain, sehingga mampu membentuk dan membina jaringan sosial yang baik.

Berdasarkan uji hipotesis, terdapat pengaruh yang signifikan antara pengungkapan diri terhadap *Psychological Well Being*, sebanyak 61,7%. Dimensi pengungkapan diri tertinggi yang dilakukan responden adalah berupa perihal pribadi dan masalah yang sedang dihadapi, agama; rasa dan pikiran; dan tugas dan pekerjaan. DeVito & DeVito, (2007) mendefinisikan pengungkapan diri sebagai tindakan memberikan informasi mengenai diri seseorang, termasuk pemikiran, perasaan, dan perilaku. Intinya, self disclosure melibatkan berbagi informasi yang sebelumnya tidak diketahui oleh penerima. Pengungkapan diri ini dapat mencakup berbagai topik, seperti informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang ada dalam diri individu yang bersangkutan. Dalam konteks penelitian ini, pengungkapan diri remaja milenial melalui Instastory merupakan fokus kajian. Pengungkapan diri yang dilakukan melalui sosial media, akan berpengaruh kepada kesejahteraan psikologi seseorang. Saat konten pengungkapan diri dibagikan, maka akan banyak reaksi pengguna lain. Adapun reaksi negatif, akan membuat pengguna menjadi memperbaiki tingkah lakunya. Selain itu reaksi positif yang diterima juga akan berpengaruh atas kesejahteraan psikologi seseorang. Individu menjadi merasa mendapatkan dukungan sosial, dari hasil pengungkapan diri mengenai masalah yang dihadapi. Hal ini mampu memberikan gambaran kepada perempuan dewasa muda awal sehingga dapat berkembang dengan optimal dan memiliki pandangan positif terhadap kehidupan.

Sedangkan pada variabel *Psychological Well Being*, dimensi otonomi, penguasaan lingkungan, hubungan positif dengan orang lain, *self disclosure*, anxiety, depression, stress dan loneliness. Kesejahteraan psikologi yang dirasakan oleh responden menggambarkan bahwa, pembukaan diri mengenai hal-hal yang ada pada dirinya, seperti kemandirian yang dimiliki (otonomi), mengenai perasaan yang dirasakan (penguasaan lingkungan), hubungan interpersonal kepada orang terdekat (hubungan positif dengan orang lain), *self disclosure* dari hal baik maupun buruk dan rasa cemas, depresi, stres dan kesepian menjadi lebih mampu diatasi. Berbagai alasan yang dimiliki seseorang untuk melakukan pengungkapan diri.

Temuan pada penelitian ini, menyebutkan bahwa dimensi otonomi mendapat nilai rata-rata tertinggi. Dimensi otonomi yang dimaksud adalah bahwa terdapat kontrol dan kebebasan dalam kehidupan individu dalam mengambil keputusan. Otonomi menjadi kebutuhan dasar seseorang yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan perubahan di berbagai aspek. Seseorang

yang dapat memutuskan keinginannya sendiri, tentu akan mendapatkan kesejahteraan psikologi yang lebih baik, dibandingkan seseorang yang tidak dapat mengontrol dirinya sendiri (Sheldon, 2013).

Terdapat hubungan positif antara *self disclosure* terhadap kesejahteraan psikologis seseorang. Individu yang memiliki tingkat *self disclosure* yang tinggi cenderung memiliki tingkat kepuasan hidup yang lebih tinggi, tingkat stres yang lebih rendah, dan tingkat depresi yang lebih rendah. *self disclosure* juga berhubungan dengan peningkatan kualitas hubungan interpersonal, peningkatan kepercayaan diri, dan peningkatan motivasi untuk mencapai tujuan (Sheldon, 2013).

*Self disclosure* yang tinggi juga memiliki hubungan yang positif dengan hubungan interpersonal yang sehat (Neff & Vonk, 2009). Individu yang menerima diri mereka dengan baik cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan orang lain. Mereka cenderung lebih empati, lebih mampu mengungkapkan kasih sayang, dan lebih mampu memahami dan menghargai perbedaan orang lain. *Self disclosure* yang tinggi juga dapat mengurangi tingkat konflik interpersonal dan meningkatkan kepuasan dalam hubungan (Sowislo & Orth, 2013).

Individu yang mengungkapkan depresi di media sosial, merasa terbantu karena mendapatkan dukungan dari pengguna lain, dan juga dapat mengalihkan perasaan buruk yang dialami (De Choudhury et al., 2013). Psychological well-being memiliki peran yang cukup tinggi dengan tingkat kecemasan dan stres yang lebih rendah.

Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa dengan melakukan *self disclosure*, seseorang mampu mengapresiasi kemandirian dirinya, berbagi atas apa yang dirasakan, baik itu berupa perasaan baik maupun buruk, menunjukkan hubungan yang baik kepada orang-orang terdekat, serta menjadi mampu mengatasi rasa cemas, depresi, stress dan kesepian yang dialami. Responden merasa bahagia membagikan *self disclosure* mengenai hal-hal tersebut.

Derlega et al. (1979), menyampaikan bahwa *self disclosure* yang dilakukan seseorang, bertujuan agar mendapatkan penerimaan sosial dari orang lain, untuk mengawali sebuah hubungan, mendapatkan solusi dari permasalahan yang ditunjukkan, serta sebagai alat kontrol sosial. Milyavskaya & Koestner (2011) melakukan penelitian tentang hubungan antara *self disclosure* dan kontrol diri dengan kesejahteraan psikologis. Studi ini menemukan bahwa tingkat *self disclosure* yang lebih tinggi, terutama dalam hal pengungkapan masalah pribadi, berhubungan dengan tingkat kontrol diri yang lebih tinggi dan kesejahteraan psikologis yang lebih baik.

*Self disclosure*, kontrol diri, dan kesejahteraan psikologis, menyebutkan bahwa remaja yang lebih terbuka dalam pengungkapan masalah pribadi, memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi, sehingga cenderung memiliki tingkat kesejahteraan psikologis yang lebih baik. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat motivasi untuk *Self disclosure* yang tinggi, bersama dengan tingkat *Self disclosure* yang tinggi, dapat berdampak positif pada tingkat kesejahteraan psikologis seseorang. Dengan kata lain, individu yang memiliki motivasi tinggi untuk berbagi tentang diri mereka dan secara aktif mengungkapkan diri pada tingkat yang tinggi, cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang positif (Adiratnasari, 2021).

Implikasi dari penelitian ini terutama untuk para perempuan dewasa muda di Ibu Kota, adalah pentingnya menyadari peran media sosial, khususnya Instagram, dalam membentuk motivasi dan pengungkapan diri mereka. Dengan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana media sosial memengaruhi kesejahteraan psikologis, perempuan dewasa muda dapat lebih bijak dalam menggunakan platform ini, menghindari perbandingan sosial yang merugikan, dan memaksimalkan manfaatnya dalam membangun dukungan sosial dan kesejahteraan psikologis. Dalam konteks penelitian selanjutnya, ada beberapa bidang yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Pertama, dapat diperluas untuk melibatkan kelompok yang lebih beragam dalam segi usia, latar belakang budaya, dan geografis untuk memahami bagaimana variabel-variabel tersebut berinteraksi dengan motivasi, self-disclosure, dan psychological well-being. Kedua, penelitian lebih mendalam tentang jenis konten yang diposting dan dikonsumsi di Instagram dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang dampaknya. Selain itu, mengidentifikasi strategi pengelolaan media sosial yang efektif untuk meningkatkan well-being dapat menjadi subjek penelitian yang menarik. Terakhir, penelitian masa depan dapat lebih mendalam ke dalam peran dukungan sosial dalam konteks media sosial dan bagaimana perempuan dewasa muda dapat membangun dan memelihara hubungan yang mendukung secara online untuk meningkatkan kesejahteraan psikologis mereka. Dengan demikian, penelitian ini memiliki potensi untuk

memberikan wawasan berharga dalam upaya meningkatkan kualitas hidup perempuan dewasa muda di tengah penggunaan media sosial yang semakin meluas.

## SIMPULAN

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa, motivasi penggunaan Instagram yang dimiliki perempuan dewasa muda awal, mempengaruhi tingkat *Self disclosure*. Tingkat motivasi untuk mengungkapkan diri yang tinggi, bersama dengan tingkat pengungkapan diri yang tinggi, dapat berdampak positif pada *psychological well-being*. Dengan kata lain, individu yang memiliki motivasi tinggi untuk berbagi tentang diri sendiri dan secara aktif melakukan *Self disclosure* akan cenderung memiliki *psychological well-being* yang positif. Adapun motivasi yang menonjol adalah sebagai tempat pelarian dari pengalaman buruk, menjadi tempat *sharing*, dan menjadi tempat dokumentasi. *Self disclosure* yang dilakukan oleh perempuan dewasa muda ibu kota melalui media sosial Instagram, berpengaruh pada *Psychological Well Being* yang dirasakan. *Self disclosure* yang paling menonjol dilakukan oleh responden adalah perihal pribadi dan masalah yang sedang dihadapi, agama, rasa dan pikiran, dan tugas dan pekerjaan. Selanjutnya pengungkapan diri yang dilakukan mempengaruhi *psychological well-being* yang termasuk ke dalam dimensi otonomi, penguasaan lingkungan, hubungan positif dengan orang lain, dan mampu mengurangi rasa kesepian yang dirasakan sebelumnya oleh responden.

Temuan ini memiliki implikasi penting dalam psikologi dan penggunaan media sosial. Motivasi tinggi untuk self-disclosure dan aktif melakukan pengungkapan diri bisa meningkatkan kesejahteraan psikologis individu. Ini menunjukkan bahwa berbagi pengalaman dan merasa diterima dalam komunitas online dapat membantu individu merasa lebih baik secara emosional dan psikologis. Pengungkapan diri yang melibatkan aspek pribadi, masalah yang dihadapi, agama, rasa, dan pikiran dapat memperkuat aspek-aspek kesejahteraan seperti otonomi, penguasaan lingkungan, hubungan positif dengan orang lain, dan mengurangi rasa kesepian. Hal ini juga relevan dalam konteks perempuan dewasa muda di ibu kota yang menggunakan Instagram. Temuan ini dapat membantu mereka lebih memahami manfaat dan risiko dari self-disclosure di platform ini. Mereka dapat belajar bahwa dengan memilih untuk berbagi pengalaman yang positif dan merasa lebih diterima oleh komunitas online, mereka dapat memperkuat kesejahteraan psikologis mereka. Namun, penting juga untuk memahami batasan dan risiko potensial dari self-disclosure yang berlebihan atau tidak tepat.

Temuan ini relevan dalam konteks perempuan dewasa muda di ibu kota yang menggunakan Instagram karena memberikan wawasan tentang bagaimana aktivitas online ini dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis mereka. Ini juga dapat membantu para pengguna lebih bijak dalam penggunaan media sosial, mengingat potensi dampak positifnya jika digunakan dengan benar. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pelajaran bahwa motivasi individu dalam self-disclosure dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis mereka, dan ini dapat menjadi informasi berharga bagi para profesional dalam bidang psikologi dan media sosial untuk mendukung individu yang terlibat dalam aktivitas ini.

Penelitian ini terbatas hanya menggunakan 200 orang responden berkelamin perempuan, berusia 18-30 tahun, dan bertempat tinggal di Jakarta. Hasil penelitian ini akan berbeda apabila menggunakan responden yang lebih spesifik dengan memperhatikan jenjang pendidikan, pekerjaan dan suku budaya yang dimiliki. Sehingga masih perlu, penelitian lanjutan mengenai kriteria responden yang lebih spesifik. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan pandangan kepada seseorang bahwa pentingnya mengontrol motivasi atau dorongan melakukan *Self disclosure*, serta konten seperti apa yang dibagikan, sehingga akan mempengaruhi *psychological well-being* seseorang. Lebih lanjut, diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dan referensi bagi peneliti di masa mendatang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adiratnasari, A. (2021). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN KECENDERUNGAN PERILAKU BULLYING PADASISWAKELAS XI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI 6 BANDARLAMPUNG TAHUN AJARAN 2020/2021.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.
- Bazarova, N. 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.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1909–1912.
- Chen, H.-T., & Li, X. (2017). The contribution of mobile social media to social capital and psychological well-being: Examining the role of communicative use, friending and self-disclosure. *Computers in Human Behavior*, 75, 958–965.
- Chen, W., & Lee, K.-H. (2013). Sharing, liking, commenting, and distressed? The pathway between Facebook interaction and psychological distress. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 728–734.
- Choi, D.-H., & Noh, G.-Y. (2020). The influence of social media use on attitude toward suicide through psychological well-being, social isolation, and social support. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1427–1443.
- Chu, T. H., Sun, M., & Crystal Jiang, L. (2023). Self-disclosure in social media and psychological well-being: A meta-analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, 40(2), 576–599.
- Dayakisni, T. (2003). Hudaniah.(2009). Psikologi Sosial. Malang, Umm Press.
- De Choudhury, M., Counts, S., & Horvitz, E. (2013). Social media as a measurement tool of depression in populations. *Proceedings of the 5th Annual ACM Web Science Conference*, 47–56.
- Derlega, V. J., Grzelak, J., & Chelune, G. J. (1979). Self-disclosure: Origins, patterns, and implications of openness in interpersonal relationships. *Appropriateness of Self-Disclosure*, 151–176.
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., Budhiraja, S., & Islam, N. (2021). The dark side of social media: Stalking, online self-disclosure and problematic sleep. *International Journal of Consumer Studies*, 45(6), 1373–1391.
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis pengaruh penggunaan media baru terhadap pola interaksi sosial anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12–24.
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh tipe kepribadian terhadap self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial instagram di kota bandung. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), 151–160.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second Edition. In California: Sage.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. European Business Review.
- Halim, C. F., & Dariyo, A. (2016). Hubungan psychological well-being dengan loneliness pada mahasiswa yang merantau. *Jurnal Psikogenesis*, 4(2), 170–181.
- Halimah, D. N. (2020). Studi Deskriptif Mengenai Happiness pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Bandung.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Analisis Self-Disclosure & Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 221–229.
- Harahap, H. (2019). Pengaruh Alienasi Terhadap Penggunaan Media Sosial. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2).
- Harahap, Y., Ginting, R., & Khairani, L. (2021). Fenomena Keterbukaan Diri Selebgram Perempuan di Kota Medan Sebagai Cermin Budaya Populer di Media Sosial Instagram. *PERSPEKTIF*, 10(2), 754–762.
- 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.
- Joinson, A. N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1027–1036.
- Joseph A. Devito. (2016). *The Interpersonal Communication Book*.
- Kominfo. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*.
- Latifa, R., Charunnisa, I. S., Durachman, Y., & Maman, U. (2019). Self-Disclosure in Indonesian Social Media User: What Leads People to Self-Disclose in Social Media? *Journal of Engineering and Applied Science*, 14(2), 8047–8054.
- Liu, D., Baumeister, R. F., Yang, C., & Hu, B. (2019). Retracted: Digital Communication Media Use and Psychological Well-Being: A Meta-Analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(5), 259–273.
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110–115.

- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. *New Media & Society*, 21(10), 2160–2182.
- Makhmuro, A., & Nurcahya, Y. A. (2023). Literature Review Of Audit Investigation Role And Whistleblowing System In Efforts To Fraud Disclosure. *CASHFLOW: Current Advanced Research on Sharia Finance and Economic Worldwide* ANCE AND ECONOMIC WORLDWIDE, 2(2), 360–365.
- metadigital. (2023). Pengguna Sosial Media Di Indonesia capai 191 Juta Orang Pada 2022. *Mdindonesia.Id*.
- Milyavskaya, M., & Koestner, R. (2011). Psychological needs, motivation, and well-being: A test of self-determination theory across multiple domains. *Personality and Individual Differences*, 50(3), 387–391.
- Neff, K. D., & Vonk, R. (2009). Self-compassion versus global self-esteem: Two different ways of relating to oneself. *Journal of Personality*, 77(1), 23–50.
- Oduba, F. A. (2017). Self-disclosure and motivation in social media use among nigerian women. *Texas A&M University-Corpus Christi*.
- Perkasa, N. R. (2022). Hubungan Antara Self- Disclosure Dengan Psychological Well-Being Pada Pemilik Second Account Di Instagram. *Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Ponnusamy, S., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Hyun, S. S. (2020). Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator. *Computers in Human Behavior*, 107, 106294.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self disclosure generasi milenial melalui second account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312–323.
- Rahma, N., & Rani, C. A. (2022). Motivasi Self Disclosure Mahasiswa Melalui Instagram Story. *Journal Communication Specialist*, 1(2), 164–178.
- Rizaty, M. A. (2023). Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023. *DataIndonesia.Id*.
- Sadasri, L. M. (2019). Selebritas Politik dan Gaya Komunikasi Joko Widodo di Media Baru *Political Celebrity and Communication Style Joko Widodo on New Media*. *Jurnal Pekommas*, 4(1), 75–84.
- Sadya, S. (2023). APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023. *DataIndonesia.Id*.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: perkembangan remaja*.
- Sasongko, C. P., & Nurtjahjanti, H. (2017). Hubungan Antara Self Disclosure dengan Kecemasan Menghadapi Pensiun pada Pegawai PT. PLN (Persero) Wilayah Semarang. *Jurnal Empati*, 6(1), 54–60.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402–407.
- Shamim, A., Balakrishnan, V., Tahir, M., & Ahsan Qureshi, M. (2016). Age and domain specific usability analysis of opinion visualisation techniques. *Behaviour & Information Technology*, 35(8), 680–689.
- Sheldon, P. (2013). Examining gender differences in self-disclosure on Facebook versus face-to-face. *The Journal of Social Media in Society*, 2(1).
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis. *Penerbit Andi*.
- Sowislo, J. F., & Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 139(1), 213.
- Steijn, W. M. P., & Schouten, A. P. (2013). Information sharing and relationships on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(8), 582–587.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Tania, Y. (2016). Self disclosure anak yang pindah agama kepada orang tua. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1).
- Vangelisti, A. L., & Perlman, D. (2018). *The Cambridge handbook of personal relationships*. Cambridge University Press.
- Waters, S., & Ackerman, J. (2011). Exploring privacy management on Facebook: Motivations and perceived consequences of voluntary disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 101–115.
- Wheless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. *Human Communication Research*, 2(4), 338–346.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816–1836.

