

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Keterbukaan Diri Penggemar K-Pop

Azizatul Karimah*, Yulianti

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*Azizatulkarimah219@gmail.com, Yulianti@unisba.ac.id

Abstract. Twitter is a social media that facilitates its users to provide information about themselves or their experiences openly and freely through what they write in tweets. With the ease and high consumption of this media can trigger the emergence of an interpersonal communication in the form of a process of self-disclosure to others or vice versa. Currently, self-disclosure among k-pop fans tends to use Twitter as a social media. This study was conducted to determine whether there is an influence between the use of social media Twitter on self-disclosure. The theory in this study is the theory of new media and the theory of self-disclosure proposed by Joseph Luth and Harry called the Johari window. The method used is quantitative with a correlational approach. The sampling technique in this study used simple random sampling using the Taro Yamane formula. The data processing technique used descriptive analysis and simple regression analysis through IBM SPSS software version 25. The data collection technique used an online questionnaire which was distributed to 417 respondents who are followers of the @Blink_OFCINDO twitter account with the help of google forms. The results of the study show that the use of Twitter social media affects the self-disclosure of k-pop fans.

Keywords: *Influence, SocialMedia, Twitter, Self-Disclosure, K-pop Fans.*

Abstrak. Twitter merupakan media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk memberikan informasi mengenai diri sendiri atau pengalaman yang pernah di alaminya secara terbuka dan bebas melalui apa yang mereka tulis di tweets. Dengan kemudahan dan tingginya konsumsi media ini bisa memicu timbulnya sebuah komunikasi interpersonal berupa proses keterbukaan diri kepada orang lain atau sebaliknya. Saat ini Keterbukaan diri dikalangan penggemar k-pop cenderung menggunakan media sosial twitter. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh antara penggunaan media sosial twitter terhadap keterbukaan diri. Teori pada penelitian ini adalah teori new media dan teori keterbukaan diri yang dikemukakan oleh Joseph Luth dan Harry yang disebut dengan Johari window. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling dengan menggunakan rumus Taro Yamane. Teknik pengolahan data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana melalui software IBM SPSS versi 25. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online yang disebarakan kepada 417 responden yang merupakan followers dari akun twitter @Blink_OFCINDO dengan bantuan google form. Hasil Penelitian menunjukan bahwa penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap keterbukaan diri penggemar k-pop.

Kata Kunci: *Pengaruh, Media Sosial, Twitter, Keterbukaan Diri, Penggemar K-pop.*

A. Pendahuluan

Pada hakikatnya komunikasi atau interaksi tidak lepas pada aktivitas hidup seseorang. Komunikasi memiliki dampak yang kuat terhadap keberlangsungan hubungan antar manusia, ini bagian aspek penting serta kompleks dalam kehidupan manusia. Dengan berkomunikasi seseorang bisa mengelola dan menciptakan hubungan yang baik dengan orang lain, tanpa komunikasi suatu hubungan tidak akan pernah terjadi. Adanya hubungan di mulai dari seseorang yang menjalin suatu interaksi untuk pertama kalinya. Interaksi ialah suatu kebutuhan dimana jarak dan waktu bukan lagi penghalang (Yulianti, 2017:19). Kehidupan pergaulan antar manusia kini di tujukan dengan frekuensi, keintiman, jenis relasi dan interaksi antar individu, dalam menjalani suatu interaksi seseorang akan menyampaikan suatu informasi kepada orang lain. Pergaulan anantara manusia yakni bentuk komunikasi yang ada di masyarakat. Dengan komunikasi manusia bisa mengetahui identitas diri berupa kabar, keadaan maupun perasaan satu sama lain (Liliweri, 1997).

Berkembangnya teknologi internet di iringi juga oleh perkembangan dari media sosial yang semakin pesat. Kemudahan untuk mengakses internet pada saat ini yang menyebabkan peningkatan terhadap pengguna akun media sosial. Twitter menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan. Menurut Kusuma (2009: 10), Sejak mulai di luncurkan pada tahun 2006 dan pada tahun 2012 jejaring sosial twitter sudah memiliki 500 juta pengguna yang terregistrasi, twitter menjadi jejaring sosial yang mengalami perkembangan yang sangat pesat dan berdasarkan riset yang dilakukan oleh We Are Social bekerjasama dengan Hootsuite pada tahun 2022, diketahui bahwa jumlah pengguna twitter pada awal 2022 di laporkan sebanyak 18,45 juta pengguna di Indonesia, jangkauan iklan twitter di Indonesia 6,6% dari total populasi. Namun, twitter membatasi pengguna platformnya dimana hanya untuk orang-orang berusia 13 tahun keatas, jadi ada sebanyak 8,5% audiens yang dikatakan memenuhi syarat menggunakan twitter pada tahun 2022. Pengguna twitter di Indonesia bisa dibilang pengguna aktif hal itu di buktikan bahwa pengguna media sosial twitter menghabiskan waktunya sebanyak 42% untuk mengakses twitter (Tamaraya, 2020). Twitter menjadi salah satu aplikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan menjadi salah satu wadah untuk mencari dan mengenal banyak orang. Komunikasi yang digunakan pada umumnya saling bertukar pesan atau informasi berupa tweets (status). Selain itu fitur yang terdapat pada twitter yaitu tweets (status) hanya ada 280 katakter yang bisa digunakan untuk menuliskan sebuah informasi atau pesan, untuk membagikan gambar dan video lalu gift. fitur lain yang dapat digunakan juga seperti retweet, menyukai, berkomentar, trending topik.

Di dalam kehidupan keterbukaan diri tidak saja terjadi melalui interaksi langsung, tetapi bisa terjadi melalui perantara seperti media sosial. Informasi yang dibagikan di media sosial tersebut biasanya informasi mengenai diri sendiri yang tidak di ketahui orang lain seperti harapan, ketakutan, perasaan, pengalaman dan pikiran. Pengungkapan diri sangat penting pada komunikasi guna memudahkan orang lain memahami serta menilai kita dan berbagi yang kita rasakan. Keterbukaan diri erat kaitannya dengan komunikasi dimana keterbukaan diri ini adalah intimacy (intim), maksudnya adalah bisa dilihat dari suatu informasi itu yang menggambarkan seseorang secara personal (pribadi) ataupun. perasaan yang ada dari diri seseorang tersebut (Fisher, 1978). Derlega dan Grzelak (1979) mengungkapkan bahwa curhat di media sosial, keterbukaan diri dalam konteks ekspresi, terkadang juga kita mengungkapkan segala sesuatu tentang perasaan kita dengan cara seperti inilah kita dapat mengekspresikan perasaan kita. Menurut survei yang dilakukan oleh TV di Amerika Serikat jika ada 52 persen orang yang menggunakan media sosial sebagai tempat untuk Curhat agar bisa mendapatkan perhatian, dengan begitu artinya yang memakai media sosial sebagai tempat guna mencurahkan isi hati seseorang (Ningsih, 2015).

Berkembangnya fenomena hallyu wave (Gelombang Korea) atau K-pop dimana pada saat ini fenomena ini menjadi salah satu topik yang sangat digemari seluruh dunia termasuk Indonesia. Korean pop dapat membentuk budaya baru yang biasa di sebut sebagai “penggemar k-pop”. Saat ini keterbukaan diri yang terjadi di kalangan penggemar k-pop cenderung menggunakan media sosial salah satunya ialah twitter, semakin sering orang tersebut menggunakan twitter maka akan semakin banyak informasi yang di dapatkan sehingga akan

berdampak pada keterampilan komunikasi interpersonalnya. twitter sudah menjadi media yang memberikan ruang yang luas untuk berbagi dan berkreasi. Dengan begitu penggemar k-pop dapat melakukan keterbukaan diri secara bebas tanpa harus memikirkan identitasnya yang diketahui banyak orang. Penggemar k-pop cenderung menggunakan twitter, terlebih di dukung dengan fitur yang ada di twitter yang memungkinkan proses pertukaran informasi antara satu orang dengan orang yang lain yang memiliki umpan balik langsung. Dapat dilihat bahwa media sosial menjadi salah satu media komunikasi dan twitter menjadi media yang sangat dekat dengan penggemar k-pop dimana mereka akan mengakses twitter berinteraksi dengan sesama penggemar atau ingin berkeluh kesah mengenai sesuatu hal yang sedang terjadi atau sedang dialaminya, tentunya kehadiran media sosial ini bisa berdampak pada komunikasi interpersonal dari penggemar k-pop dan dapat dilihat dari aktivitas terbesar penggemar k-pop yang lebih sering menggunakan media sosial untuk berbagi informasi dan bahwa penggemar k-pop mengikuti perkembangan informasi terkini dari twitter. Dalam setiap kegiatan yang di lakukan penggemar k-pop tidak lepas dari publikasi atau dokumentasi ke media sosial.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Sejauhmana pengaruh penggunaan media sosial twitter terhadap keterbukaan diri penggemar k-pop pada followers akun @Blink_OFCINDO?”. Selanjutnya tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan variabel penggunaan media sosial (frekuensi, durasi dan fitur) dengan keterbukaan diri (amount, valence, honesty, intention dan intimacy) pada followers @Blink_OFCINDO.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan korelasional. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah followers @Blink_OFCINDO yang berjumlah 5.235 pengikut pengikut per tanggal 15 maret 2022. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu simpel random sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 372 followers twitter @Blink_OFCINDO. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linieritas, uji korelasi, uji koefisien determinasi dan analisis regresi sederhana.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Data Responden

Tabel 1. Data Responden

Kategori	N	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	30	7,2%
Perempuan	387	92,8%
Usia		
16-21 Tahun	264	63,3%
22-28 Tahun	163	36,7%
Berapa lama menggunakan twitter		
< 1 Tahun	66	15,8%
2-3 Tahun	108	25,9%
4-5 Tahun	214	51,3%
> 5 Tahun	29	7%
Pekerjaan		
Pelajar	155	37,2%
Mahasiswa/i	235	56,4%
Pegawai	27	6,5%
Tidak Bekerja	0	0%

Dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini 417 responden pengklasifikasian data sebagai berikut, responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 387 orang dari 417 orang responden dan sisanya merupakan responden laki-laki sebanyak 30 orang,

dengan mayoritas usia remaja akhir 16 – 21 tahun sebanyak 264 orang dan sisanya merupakan responden yang berusia dewasa awal 22 – 28 tahun sebanyak 153 orang. Lalu mayoritas responden sebagian besar telah 4 – 5 tahun menggunakan atau bergabung dengan media sosial twitter yaitu sebanyak 214 orang, 2 – 3 tahun sebanyak 108 orang, < 1 tahun sebanyak 66 orang dan > 5 Tahun sebanyak 29 orang. Kemudian mayoritas pekerjaan dari responden adalah seorang Mahasiswa/i sebanyak 235 orang, pelajar sebanyak 155 orang dan pegawai sebanyak 27 orang.

Analisis Data Penelitian

Tabel 2. Distribusi Indikator Penggunaan media sosial

Indikator	N	Minimum	Maximum	Jumlah	Rata-rata	Standar Deviasi
Frekuensi	417	1	4	6.726	3,23	0,888
Durasi	417	1	4	5.083	3,05	0,945
Fitur	417	1	4	7.387	2,95	0,855

Dalam penelitian ini, variabel penggunaan media sosial (X) dengan jumlah rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada Indikator frekuensi yaitu sebesar 3,23 dan dikategorikan baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden sering mengakses media sosial twitter lebih dari satu atau dua kali dalam sehari, hal itu bisa disebabkan karena responden kecanduan untuk membuka media sosial twitter dalam kesehariannya. Selanjutnya indikator durasi mendapatkan jumlah rata-rata (mean) sebesar 3,05 dikategorikan baik dan indikator Fitur mendapatkan jumlah rata-rata (mean) sebesar 2,95 dikategorikan baik.

Tabel 3. Distribusi Indikator Keterbukaan Diri

Indikator	N	Minimum	Maximum	Jumlah	Rata-rata	Standar Deviasi
<i>Amount</i>	417	1	4	9.320	2,48	0,948
<i>Valence</i>	417	1	4	8.535	2,92	0,911
<i>Honesty</i>	417	1	4	6.609	2,64	0,961
<i>Intention</i>	417	1	4	3.982	2,39	0,934
<i>Intimacy</i>	417	1	4	3.048	2,44	1,030

Dalam penelitian ini, variabel keterbukaan diri (Y) dengan jumlah rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada indikator valence sebanyak 2,92 dikategorikan baik. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri yang dilakukan responden dalam hal positif maupun negatif. Selanjutnya indikator amount mendapatkan jumlah rata-rata (mean) sebesar 2,48 dikategorikan cukup, kemudian indikator honesty mendapatkan jumlah rata-rata (mean) sebesar 2,64 dikategorikan baik, dilanjut oleh indikator intention mendapatkan jumlah rata-rata (mean) sebesar 2,39 dikategorikan cukup dan indikator intimacy mendapatkan jumlah rata-rata (mean) sebesar 2,44 dikategorikan cukup.

Pengaruh penggunaan media sosial terhadap keterbukaan diri

Tabel 4. Hasil Uji Variabel Penggunaan Media Sosial (X) terhadap Keterbukaan Diri (Y)

Variabel	Uji Normalitas	Uji Linieritas	Uji Korelasi	Koefisien Determinasi
Pengaruh Media sosial (X) terhadap Keterbukaan diri (Y)	0,101 > 0,05 Data Berdistribusi Normal	0,793 > 0,05 Adanya hubungan yang linear secara signifikan	0,600 Tingkat kekuatan hubungan yang "kuat"	R ² : 0,360 36%

Sesuai pengujian yang telah dilakukan hasil dari uji normalitas menggunakan rumus One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test didapatkan nilai pada Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,101. Berdasarkan nilai signifikansi dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini yaitu 0,101 > 0,05 yang berarti Ho di terima dan Ha ditolak, maka dapat disimpulkan data

berdistribusi normal. Selanjutnya hasil dari uji linearitas bahwa nilai signifikansi Deviation From Linearity antara penggunaan media sosial (X) dengan keterbukaan diri (Y) sebesar 0,793. dapat di ketahui bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan perbandingan f-hitung dari tabel di atas diperoleh 0,789. Nilai tersebut lebih kecil dari dari f-tabel (n=415) yaitu 3,86 artinya adanya hubungan yang linear secara signifikan diantara variabel independent dan variabel dependent.

Hasil uji korelasi pearson product moment menunjukkan hasil 0,600 yang artinya bernilai positif dan memiliki tingkat kekuatan hubungan yang kuat, dikarenakan mendapatkan nilai berkisar 0,60 – 0,799. Dan nilai uji koefisien determinasi atau R² yang mendapatkan angka 0,360. Berdasarkan nilai R² tersebut bahwa kontribusi penggunaan media sosial (X) memberikan pengaruh terhadap keterbukaan diri (Y) sebesar 36% dan sisanya sebesar 64% merupakan kontribusi yang didapatkan dari faktor-faktor lain. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana hipotesis utama didapatkan persamaan:

$$Y = 1,589 + 1.606X$$

Dari hasil persamaan diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari persamaan tersebut bernilai positif. Nilai yang positif menyatakan bahwa jika variabel penggunaan media sosial twitter meningkat maka keterbukaan diri juga meningkat, begitupun sebaliknya jika variabel penggunaan media sosial menurun maka keterbukaan diri akan menurun.

Tabel 5. Sub Hipotesis

No.	Sub Hipotesis	Analisis Regresi Sederhana	Sig.	t
1	Frekuensi terhadap <i>Amount</i>	$Y = 1,567 + 1,289X$	$0,00 < 0,05$	$11,768 > 1,965$
2	Frekuensi terhadap <i>Valence</i>	$Y = 4,666 + 0,980X$	$0,00 < 0,05$	$11,734 > 1,965$
3	Frekuensi terhadap <i>Honesty</i>	$Y = 3,133 + 0,788X$	$0,00 < 0,05$	$9,163 > 1,965$
4	Frekuensi terhadap <i>Intention</i>	$Y = 1,485 + 0,500X$	$0,00 < 0,05$	$9,560 > 1,965$
5	Frekuensi terhadap <i>Intimacy</i>	$Y = 2,328 + 0,309X$	$0,00 < 0,05$	$7,715 > 1,965$
6	Durasi terhadap <i>Amount</i>	$Y = 7,752 + 1,198X$	$0,00 < 0,05$	$11,303 > 1,965$
7	Durasi terhadap <i>Valence</i>	$Y = 9,718 + 0,882X$	$0,00 < 0,05$	$10,814 > 1,965$
8	Durasi terhadap <i>Honesty</i>	$Y = 6,757 + 0,746X$	$0,00 < 0,05$	$9,024 > 1,965$
9	Durasi terhadap <i>Intention</i>	$Y = 3,943 + 0,460X$	$0,00 < 0,05$	$9,101 > 1,965$
10	Durasi terhadap <i>Intimacy</i>	$Y = 3,440 + 0,317X$	$0,00 < 0,05$	$8,365 > 1,965$
11	Fitur terhadap <i>Amount</i>	$Y = 6,446 + 0,898X$	$0,00 < 0,05$	$11,095 > 1,965$
12	Fitur terhadap <i>Valence</i>	$Y = 7,448 + 0,735X$	$0,00 < 0,05$	$12,203 > 1,965$
13	Fitur terhadap <i>Honesty</i>	$Y = 5,918 + 0,561X$	$0,00 < 0,05$	$8,898 > 1,965$
14	Fitur terhadap <i>Intention</i>	$Y = 2,399 + 0,404X$	$0,00 < 0,05$	$10,869 > 1,965$
15	Fitur terhadap <i>Intimacy</i>	$Y = 2,823 + 0,253X$	$0,00 < 0,05$	$8,852 > 1,965$

Berdasarkan dari tabel di atas hasil analisis regresi sederhana 15 sub hipotesis menunjukkan hasil berpengaruh, dilihat dari koefisien regresi yang bernilai positif berdasarkan dari pengambilan nilai keputusan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai t lebih dari 1,965 dengan taraf kepercayaan 95%. Hasil penelitian hipotesis utama dan sub hipotesis ini mendukung penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai variabel penggunaan media sosial dan pengungkapan diri, dari penelitian tersebut didapatkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial snapchat dengan pengungkapan diri (Mailoor, 2017). Dapat dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima, semakin tinggi penggunaan media sosial snapchat maka semakin tinggi pengungkapan diri yang dilakukan.

Hasil penelitian dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori new media, teori ini menjelaskan adanya media baru yang membuat semua orang bisa saling terhubung satu sama lain kemudian akses yang digunakan oleh seseorang atau penerima pesan maupun pengirim sangat mudah interaksinya dan beberapa kegunaan yang beragam dan terbuka dengan sifatnya yang ada di mana-mana (McQuil, 2011:43). Seperti halnya media sosial lain, Twitter lahir dari hasil teknologi komunikasi yang dapat digunakan melalui smartphone sehingga disebut media komunikasi kapan saja dan di mana saja. Teori media baru ini juga menunjukkan bahwa media baru sebagai karakter terbuka memiliki kegunaan yang sangat beragam, ini sejalan dengan apa yang dimiliki oleh twitter yaitu memiliki fitur yang beragam

yang bisa menarik perhatian penggunanya untuk menggunakan twitter sebagai media komunikasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa generasi milenial hidup dalam lingkaran teknologi, sehingga penggemar k-pop mengadopsi media baru untuk sesuatu yang lebih pribadi. (Ghassani & Rini Rinawati, 2017:400).

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan teori Jendela Johari (Johari Window) followers @Blink_OFCINDO berada di kuadran tiga (hidden self) atau daerah tersembunyi yang merujuk kepada hal yang diketahui oleh diri sendiri, tetapi tidak diketahui oleh orang lain. Hal ini menunjukan kegiatan keterbukaan diri followers akun twitter @Blink_OFCINDO di media sosial adalah mengenai hal-hal yang hanya ingin di ungkapkan saja. Penggunaan media sosial twitter ternyata dapat memicu terjadinya keterbukaan diri pada penggemar k-pop. Keterbukaan diri dengan cara memberikan informasi mengenai dirinya sendiri dan menceritakannya kepada orang lain, biasanya sering dilakukan dengan melakukan komunikasi interpersonal dengan orang yang mereka anggap dekat dan dapat dipercaya dengan cara face to face, namun seiring perkembangan zaman teknologi komunikasi dan informasi keterbukaan diri dapat dilakukan menggunakan akun media sosial dengan begitu orang-orang yang berbeda akan dapat memberikan feedback secara langsung dari unggahan atau pesan yang sudah kita sampaikan. Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil penelitian bahwa penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap keterbukaan diri penggemar k-pop khususnya untuk followers akun twitter @Blink_OFCINDO dan sejauhmana tingkat dari keterbukaan diri penggemar k-pop dapat dijelaskan melalui tinggi dan rendahnya penggemar k-pop dalam menggunakan media sosial twitter.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penggunaan media sosial twitter dengan keterbukaan diri penggemar k-pop pada followers @Blink_OFCINDO. Kemudian kesimpulan yang di peroleh dari 15 sub hipotesis sebagai berikut:

1. Frekuensi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap amount keterbukaan diri. Kekerapan seseorang menggunakan twitter memicu seseorang untuk melakukan keterbukaan diri.
2. Frekuensi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap valence keterbukaan diri. Kekerapan seseorang pada saat menggunakan twitter, lebih cenderung menceritakan atau membagikan mengenai hal yang positif dibandingkan negatif.
3. Frekuensi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap honesty keterbukaan diri. Kekerapan seseorang menggunakan twitter, bisa saja membuat seseorang berkata jujur secara total atau bahkan melebih-lebihkan informasi mengenai dirinya.
4. Frekuensi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap intention keterbukaan diri. Kekerapan seseorang pada saat menggunakan twitter mengacu kepada seluas apa motif dan dorongan yang memicu seseorang melakukan keterbukaan diri.
5. Frekuensi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap intimacy keterbukaan diri. Kekerapan seseorang menggunakan twitter dan sering berinteraksi maka akan merasa semakin dekat dengan lawan komunikasinya.
6. Durasi penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap amount keterbukaan diri. Seseorang bisa menghabiskan waktunya di media sosial twitter untuk mengunggah apapun yang sedang dirasakan dan dialami.
7. Durasi penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap valence keterbukaan diri. Waktu yang digunakan lebih di manfaatkan untuk membagikan atau mengungkapkan sesuatu yang positif daripada negatif.
8. Durasi penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap honesty keterbukaan diri. Waktu yang diperlukan untuk melakukan keterbukaan diri dengan cara jujur secara total atau melebih-lebihkan informasi mengenai dirinya sendiri.
9. Durasi penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap intention keterbukaan diri. Waktu yang diperlukan untuk melakukan keterbukaan diri dengan memikirkan maksud dan tujuannya agar dapat mengontrol informasi yang akan di berikan kepada orang lain.

10. Durasi penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap intimacy keterbukaan diri. waktu yang digunakan pada saat mengakses twitter bisa menimbulkan kedekatan antar individu, maka ini dapat memicu keterbukaan diri.
11. Fitur penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap amount keterbukaan diri. fitur yang dapat digunakan seseorang untuk mengunggah informasi mengenai diri sendiri seperti membuat tweets, retweets, dan like.
12. Fitur penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap valence keterbukaan diri. Seseorang memanfaatkan fitur di twitter untuk membagikan mengenai hal positif daripada negatif.
13. Fitur penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap honesty keterbukaan diri. Menggunakan fitur di twitter untuk melakukan keterbukaan diri secara jujur ataupun terbuka.
14. Fitur penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap intention keterbukaan diri. fitur yang akan digunakan untuk melakukan keterbukaan di lihat dari maksud dan tujuannya, seseorang melakukan keterbukaan diri agar mendapatkan kelegaan dan kepuasan setelah melakukan pengungkapan diri.
15. Fitur penggunaan media sosial twitter berpengaruh terhadap intimacy keterbukaan diri. Twitter memiliki fitur yang dapat digunakan untuk menunjukkan keakraban dan keintiman, salah satu fitur tersebut seperti DM (Direct Message).

Acknowledge

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan artikel ilmiah ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya motivasi, bimbingan dan bantuan, baik yang bersifat moril maupun materil dan berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Yulianti, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan peneliti bimbingan, arahan dan pembelajaran dengan penuh kesabaran sehinggakan usulan penelitian ini berjalan dengan lancar.
2. Papa, Mama dan adik sebagai support system utama peneliti, terimakasih atas cinta, do'a dan kasih sayangnya selama ini kepada peneliti.
3. Okmy, Damianti dan Vio terimakasih telah menjadi sahabat yang selalu mendukung peneliti dari jauh selama 8 tahun ini semoga seterusnya.
4. Rizkia, Laily, Risma, Tyas dan Zhahara yang telah menjadi teman terbaik selama masa kuliah yang sudah 4 tahun ini, teman sharing tentang hal apapun tanpa kalian dunia perkuliahan peneliti akan sepi.
5. Cece Ellen, Fara, Mba Inggar dan Ka Ali yang selalu ada untuk peneliti selama 3 tahun terakhir ini dan selalu mendukung peneliti.
6. Ka Okky dan Mba Ajeng terimakasih banyak karena tanpa kalian berdua peneliti akan sulit menyelesaikan skripsi ini..

Daftar Pustaka

- [1] Anonim. 2022. Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth "Audience twitter media social indonesia", <http://wearesocial.com/digital-2022>.
- [2] Derlega, V.J & Grzelak J. 1979. Appropriateness of self disclosure. (G. J. Chelune, ed.) Self disclosure: origins, patterns, and implications of openness in interpersonal relationship. San Fransisco: Jossey Bass.
- [3] Fajrullah, Mochammad Rifky dan Yulianti. 2021. "Fungsi Media Sosial Instagram dan Penyajian Informasi Terkait Pandemi Covid-19", dalam Karya Ilmiah Universitas Islam Bandung. Vol 7, No. 1 Prosiding Manajemen Komunikasi Tahun 2021
- [4] Fisher, B Aubrey. 1978. Teori-Teori Komunikasi. Bandung: Remadja Karya. (hlm.261-262)
- [5] Ghassani, Destevania Nurul dan Rini Rinawati. 2017. "Konsep Diri Korean Role Play (Studi Fenomenologi pada Korean Role Player dalam Dunia Virtual Role Player World di Media Sosial Twitter)". dalam Karya Ilmiah Universitas Islam Bandung. Volume 3,

- No.2, Prosiding Manajemen Komunikasi Tahun 2017
- [6] Hasna, Afifah. 2019. “Hubungan antara keterbukaan diri dan komunikasi interpersonal siswa kelas viii a di smp negeri 3 ungaran tahun ajaran 2018/2019”. Skripsi. Universitas Negeri Semarang
 - [7] Horrigan, J. B. 2002. New Internet User: What They Do Online, What They Don’t, And Implication For The Net’s Future. Journal pew internet and american life project.
 - [8] Liliwari, Alo. 1997. Komunikasi Interpersonal. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
 - [9] Mailoor, Adrian. 2017. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat Terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”. dalam e-journal Acta Diurna. Vol VI, No. 1, Tahun 2017
 - [10] McQuail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa. Jakarta : Salemba Humanika
 - [11] Putri, Dian Miranti dan Yulianti. 2020. “Penerapan Karakteristik Konten Instagram @netflixid pada Followers”, dalam Karya ilmiah Universitas Islam Bandung. Vol 6, No. 2, Prosiding Manajemen Komunikasi Tahun 2020.
 - [12] Rakhmat, Jalaludin. 2005. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
 - [13] Tamaraya, Asasi. 2020. “Pengaruh Intensitas penggunaan twitter terhadap self disclosure mahasiswa”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
 - [14] Yulianti. 2017. Aktivitas Pemilik Akun Instagram di Kota Palu yang Mengunggah Foto dengan #ditunggudipalu. dalam Jurnal Online Kinesik. Volume 4, No. 1, Tahun 2017