

Hubungan Kepercayaan Interpersonal dengan Pengungkapan Diri *Online* Pengguna Akun Kedua Instagram

Hasna Farihatul J*, Endah Nawangsih

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

farihatuljannah@gmail.com, endah.nawangsih@unisba.ac.id

Abstract. The use of social media is in demand to connect online, ranging from personal relationships to business activities. A second Instagram account allows individuals to express themselves freely. This study investigated the relationship between Bandung residents aged 18-25 years who use a second Instagram account with online self-disclosure and interpersonal trust, using a quantitative correlational approach. The interpersonal trust measurement tool is based on Gita and Rottenberg, while self-disclosure is measured using the Leung scale. Of the 300 respondents, a small but positive relationship was found between interpersonal trust and online self-disclosure, with a p value <0.05 , a significant value of 0.000, and a Pearson correlation of 0.274. This means that the higher the interpersonal trust, the greater the online self-disclosure among respondents.

Keywords: : *Interpersonal Trust, Online Self-Disclosure, Age 18-25 years.*

Abstrak. Penggunaan media sosial diminati untuk terhubung secara *online*, mulai dari hubungan personal hingga aktivitas bisnis. Akun kedua Instagram memungkinkan individu mengungkapkan diri dengan bebas. Penelitian ini menyelidiki hubungan antara warga Bandung berusia 18-25 tahun yang menggunakan akun kedua Instagram dengan pengungkapan diri *online* dan kepercayaan interpersonal, menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Alat ukur kepercayaan interpersonal berdasarkan Gita dan Rottenberg, sementara pengungkapan diri diukur dengan skala dari Leung. Dari 300 responden, ditemukan hubungan kecil namun positif antara kepercayaan interpersonal dan pengungkapan diri *online*, dengan nilai $p < 0.05$, nilai signifikan 0.000, dan korelasi Pearson 0.274. Artinya, semakin tinggi kepercayaan interpersonal, semakin besar pengungkapan diri *online* di kalangan responden.

Kata Kunci: *Kepercayaan Interpersonal, Pengungkapan Diri Online, Usia 18-25 tahun.*

A. Pendahuluan

Pemahaman yang benar-benar dimiliki bersama adalah tujuan akhir dari komunikasi, yang merupakan proses di mana dua atau lebih individu berinteraksi dan berbagi informasi (Mukarom, Z, 2020). Dengan memperkenalkan diri, bercakap-cakap, berkolaborasi, berbagi, dan berbicara dengan pengguna lain, orang dapat berpartisipasi dalam kegiatan sosial online dan menciptakan hubungan virtual melalui media sosial. Selain itu, dengan memungkinkan individu untuk menjadi produsen konten, media sosial telah memainkan peran penting dalam mendemokratisasi akses terhadap informasi. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat diminati karena memungkinkan individu terhubung secara online dalam berbagai aspek, mulai dari hubungan pribadi, politik, hingga bisnis (Pradiani, T, 2017).

Instagram adalah platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dari semua platform yang dapat mereka akses, dengan 30. Saat ini Instagram termasuk dalam kategori media sosial terpopuler di Indonesia. Fenomena akun kedua sendiri dilakukan oleh mereka dengan maksud dan alasan tertentu, mereka akan menyampaikan informasi yang berbeda berdasarkan motivasi yang mereka miliki. Penggunaan akun kedua di Instagram menjadi fenomena sosial yang menarik untuk diteliti karena beberapa pengguna akun kedua mulai mengurangi pengungkapan diri mereka di akun kedua Instagram dikarenakan mendapatkan komentar negatif dari followers mereka, namun beberapa dari mereka berusaha untuk tetap mem-posting meskipun followers mereka bukan merupakan orang terdekat yang dipercaya (Salsabila Auliannisa & Muhammad Ilmi Hatta, 2022)

Sebagaimana penelitian yang dilakukan sebelumnya (Taddicken, M, 2014), mengatakan bahwa individu cenderung mengungkapkan informasi pribadi meskipun memiliki kekhawatiran tentang privasi dan ketidakpercayaan. Studi ini menemukan bahwa faktor kepribadian dan konteks sosial memainkan peran penting dalam keputusan pengungkapan diri, bahkan penerima merupakan orang yang tidak dipercaya. Ketika identitas seseorang tidak diketahui atau tidak terikat pada reputasi offline mereka, mereka cenderung lebih berani dan terbuka dalam berbagi informasi pribadi, bahkan kepada orang yang tidak dipercayai. Namun pada fenomena saat ini, tidak semua pengguna akun kedua Instagram memalsukan identitas mereka, meskipun username yang ditampilkan tidak berkaitan dengan identitas asli, tetapi konten yang di posting masih sangat berkaitan dengan kehidupan mereka di dunia nyata. Pengungkapan diri online dapat didefinisikan sebagai proses memberikan informasi pribadi kepada orang lain, dapat mencakup komunikasi non-verbal, termasuk foto-foto yang diunggah, yang kemungkinan merupakan mekanisme sadar yang digunakan untuk mengekspresikan diri (Rizkiansyah & Qodariah, 2023)

Pengungkapan diri merujuk pada pemberian informasi pribadi atau rahasia tentang diri sendiri yang umumnya tidak diketahui dan tidak tersedia dari sumber lain (Gainau, M. B, 2009). Berdasarkan riset sebelumnya terhadap penelitian-penelitian yang membahas terkait pengungkapan diri online ditemukan bahwa adanya perbedaan antara keterbukaan diri online dan offline, menyoroti dampak faktor-faktor seperti pengaruh sosial, timbal balik, kepercayaan, dan keyakinan risiko privasi terhadap kesediaan individu untuk mengungkapkan informasi pribadi di komunitas online (Nasrullah R, 2021). Pengungkapan diri online mengacu pada perilaku di mana individu menggunakan berbagai cara untuk mengirimkan informasi kepada orang lain untuk menjaga komunikasi online atau memenuhi kebutuhan pribadi mereka. Menurut penelitian sebelumnya, kelompok usia 18-25 tahun merupakan kelompok yang aktif dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Aktivitas dalam penggunaan media sosial dapat diukur dari intensitasnya, yang dibagi menjadi tiga kategori: pengguna ringan (≤ 3 jam/hari), pengguna sedang (3-6 jam/hari), dan pengguna berat (≥ 6 jam/hari). Kelompok usia 18-25 tahun menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagikan pengalaman travelling, mengikuti tren baru, mencari informasi lebih mendetail melalui mesin pencari, serta mengunggah atau berbagi gambar, foto, dan video. Berikut ini adalah daftarnya secara berurutan: (Yusup, P. M, 2009) mengidentifikasi lima kategori kebutuhan yang mungkin dimiliki oleh individu: 1) Kognitif (untuk informasi tentang dunia luar); 2) Afektif (untuk pengalaman emosional); 3) Integratif Personal (untuk status, kepercayaan, dan loyalitas); 4) Integratif Sosial (untuk kebutuhan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain); dan 5) Fantasi (untuk hiburan atau sebagai sarana melepas penat).

Hasil pra-survey yang dilakukan melalui google form kepada 33 responden pengguna akun kedua di Instagram tentang alasan mereka menggunakan akun kedua diantaranya sebanyak 12 orang

(35.8%) menggunakan untuk membuat akun instagram yang lebih tertutup (privacy) dibandingkan first account, serta 2 orang (5. Berdasarkan survey sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa alasan penggunaan akun kedua Instagram adalah untuk memenuhi kebutuhan integrative pribadi, kebutuhan integratif sosial, dan kebutuhan untuk berimajinasi. Konten atau cara keterbukaan diri di ruang sosial online dapat menimbulkan emosi negatif terhadap calon pelaku intimidasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kemungkinan menjadi korban dunia maya. Beragam dampak negatif dari pemberlakuan pengungkapan diri online pada akun kedua Instagram, diantaranya timbulnya stres dan kecemasan yang diakibatkan karena terlalu banyak membagikan informasi pribadi, terutama jika informasi tersebut disalahgunakan (Adristiyani & Lilim Halimah, 2021)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Seberapa tinggi tingkat pengungkapan diri online pengguna akun kedua Instagram dalam kelompok usia 18-25 tahun?
2. Seberapa tinggi tingkat kepercayaan interpersonal pengguna akun kedua Instagram dalam kelompok usia 18-25 tahun?
3. Apakah terdapat hubungan positif antara kepercayaan interpersonal Dengan pengungkapan diri online pengguna akun kedua Instagram dalam kelompok usia 18-25 tahun?

B. Metode

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah usia 18-25 tahun yang aktif menggunakan akun kedua Instagram. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Convenience Sampling dengan minimal sampel yang dibutuhkan tabel perhitungan Lemeshow (Silalahi, Ulber, 2015) sebanyak 96 sampel. Diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 300 orang responden yang kemudian dilakukan pembersihan data untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria. Terdapat 18 orang responden yang tidak sesuai kriteria dan didapatkan 300 orang responden dari Bandung yang digunakan dalam penelitian ini. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media sosial Instagram, Telegram, Twitter, dan WhatsApp.

Pada penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur kepercayaan interpersonal yaitu alat ukur yang disusun oleh Gita (Asmaini, G., 2020) mengadopsi tiga dimensi kepercayaan interpersonal dari (Rottenberg, K. J., 2010). Kemudian untuk mengukur pengungkapan diri online peneliti menggunakan skala pengungkapan diri yang diadaptasi dari Revised Self-Disclosure Scale yang dikembangkan oleh Leung (Leung, L., 2012).

Data yang didapatkan melalui kuesioner diperiksa kembali dan dilakukan pembersihan data, hanya data-data yang sesuai kriteria yang kemudian diolah oleh peneliti. Peneliti menggunakan teknik analisis korelasi rank pearson untuk melihat hubungan antara kepercayaan interpersonal dengan pengungkapan diri online. Pengolahan data-data yang didapatkan nantinya akan diolah menggunakan software Statistical Package for Social Science (SPSS) untuk Windows.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan kepada 300 responden dewasa awal berusia 18-25 tahun di Bandung. Didapatkan mayoritas responden dalam penelitian adalah perempuan (82%). Dari keseluruhan responden dominan responden merupakan mahasiswa (98.3%). Mayoritas pengguna akun kedua menggunakan akun kedua Instagram untuk lebih bebas mengekspresikan diri (40.3%).

Tabel 1. Hasil Kategori Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Jenis Kelamin	
	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	54	18%
Perempuan	246	82%
Total	300	100%

Berdasarkan tabel 1 didapatkan bahwa jumlah responden perempuan merupakan mayoritas responden dengan persentase 82% dari total 300 mahasiswa pengguna akun kedua Instagram. Sedangkan laki-laki sebesar 18% dari total 300 responden. Perempuan cenderung lebih sering berbagi informasi yang lebih personal dan emosional, sedangkan laki-laki cenderung berbagi informasi yang lebih umum dan berfokus pada prestasi (Joinson, A. N., 2008).

Tabel 2. Hasil Kategori Sampel Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan		
Kategori	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	295	98,3%
Bekerja	5	1,6%
Total	300	100%

Berdasarkan tabel 2 didapatkan bahwa jumlah responden dengan persentase sebanyak 98.3% merupakan seorang mahasiswa, dan 1.6% merupakan seorang pekerja. Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak menggunakan akun kedua Instagram merupakan seorang mahasiswa. Status mahasiswa seringkali mempengaruhi tujuan yang mereka miliki saat menggunakan media sosial. Mahasiswa mungkin membagikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan akademis mereka, seperti pencapaian, magang atau proyek penelitian untuk membangun citra mereka (Joinson, A. N., 2008).

Tabel 3. Kategori Sampel Berdasarkan Alasan Penggunaan Akun Kedua Instagram

Alasan Penggunaan		
Kategori	Frekuensi	Persentase
Lebih bebas mengekspresikan diri	121	40.3%
Mengabadikan moment dan kegiatan sehari-hari	53	17.6%
Membagi kegiatan hanya untuk orang terdekat/tertentu saja	74	24.6%
Membuat akun Instagram lebih tertutup (<i>privacy</i>) dibandingkan <i>first account</i>	46	15.3%
Mengikuti akun Instagram idola	6	2.3%
Total	300	100%

Berdasarkan data yang diperoleh, dari 300 responden usia 18-25 tahun di Kota Bandung diketahui bahwa mayoritas dari responden sejumlah 121 orang (40.3%) menggunakan akun kedua Instagram untuk dapat lebih mengekspresikan diri.

Tabel 4. Hasil Kategorisasi Tingkat Kepercayaan Interpersonal

Kategorisasi	Rumus	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X \leq 57.68$	148	49.3%
Tinggi	$X > 57.68$	152	50.7%
Total		300	100%

Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan 148 dari 300 responden (49.3%) termasuk pada kategori tingkat kepercayaan interpersonal yang rendah, sedangkan 152 dari 300 responden (50.7%) berada pada kategori tingkat kepercayaan interpersonal yang tinggi. Para pengguna akun kedua Instagram dengan kelompok usia 18-25 tahun cukup tinggi dalam mengontrol keterandalan, emosi serta kejujuran yang dimiliki (Rottenberg, K. J, 2010). Kepercayaan memainkan peran penting dalam menentukan kapan kita memutuskan untuk membagikan informasi pribadi kepada orang lain dan kapan kita memilih untuk menyimpannya sebagai rahasia. Privasi *online* seringkali dibingkai sebagai kontributor terhadap kepercayaan dalam pengungkapan diri *online*. Dalam konteks privasi dan kepercayaan, ada kemungkinan bahwa pengaruh privasi terhadap perilaku dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan. Ketika kepercayaan rendah, privasi memiliki dampak signifikan terhadap perilaku. Namun, dalam lingkungan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, pengaruh privasi terhadap perilaku menjadi kurang berarti (Joinson et al., 2010)

Tabel 5. Rata-rata Kepercayaan Interpersonal Pada Rerponden Berjenis Kelamin, Usia & Status Pekerjaan.

		M	SD
Jenis Kelamin	Laki-laki	56.352	6.402
	Perempuan	57.972	5.444
Usia	18 tahun	56.667	5.033
	19 tahun	59.600	2.191
	20 tahun	57.771	5.364
	21 tahun	57.368	5.798
	22 tahun	57.949	5.801
	23 tahun	57.263	5.455
	24 tahun	54.667	3.512
	25 tahun	61.333	6.807
Status Pekerjaan	Mahasiswa	57.714	5.676
	Bekerja	55.500	5.447
	Tidak Bekerja	57.000	1.414

Berdasarkan tabel 5, dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan, berusia 25 tahun, dan masih menjadi mahasiswa menunjukkan tingkat kepercayaan interpersonal yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lain dalam penelitian ini. Usia 25 tahun menunjukkan rata-rata kepercayaan interpersonal tertinggi, diikuti oleh lebih muda seperti usia 19 dan 22 tahun. Meskipun perbedaannya kecil, responden perempuan cenderung memiliki kepercayaan interpersonal yang sedikit lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki. Sementara itu, responden yang masih menjadi mahasiswa menunjukkan rata-rata kepercayaan interpersonal yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang sudah bekerja atau tidak bekerja.

Pada dewasa muda, kepercayaan interpersonal sering kali diuji melalui hubungan keintiman, persahabatan, dan lingkungan kerja (Furman, W., & Buhrmester, D, 2009). Seiring bertambahnya usia dapat meningkatkan kepercayaan interpersonal karena mulai memiliki beragam pengalaman positif maupun negatif (Baumeister et al, 2001) selain itu semakin bertambahnya usia juga dapat membuat individu menjadi lebih berpengalaman dalam menilai karakter orang lain (Li, T., & Fung, H. H, 2013). Perempuan seringkali lebih berempati dan memiliki keterampilan komunikasi yang baik, yang dapat memfasilitasi terbentuknya kepercayaan (Gilligan, C, 1982). Keterlibatan dalam aktivitas organisasi juga mampu memperkuat kepercayaan interpersonal, dengan ini mahasiswa memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan berbagai individu dan membangun hubungan yang didasarkan pada kepercayaan (Kuh, G. D, 1995).

Tabel 6. Hasil Kategorisasi Tingkat Pengungkapan Diri *Online*

Kategorisasi	Rumus	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X \leq 29.7$	142	47.3%
Tinggi	$X > 29.7$	158	52.7%
Total		300	100%

Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan 142 dari 300 responden (47.3%) termasuk pada kategori tingkat pengungkapan diri *online* yang rendah, sedangkan 158 dari 300 responden (52.7%) berada ada kategori tingkat pengungkapan diri *online* yang tinggi. Hal ini berkaitan dengan tiga dari lima bagian dimensi pengungkapan diri *online* yaitu, ukuran pengungkapan diri (*amount*), tujuan dan maksud pengungkapan diri (*intention*) dan keakraban (*intimacy*). Artinya para pengguna akun kedua Instagram di kelompok usia 18-25 tahun mampu mengungkapkan diri mereka di era digital melalui durasi pesan atau konten yang memiliki sifat pribadi, mereka juga memiliki tujuan dan niat khusus dalam cara dia pengungkapan diri dan memiliki keinginan juga kesadaran untuk mengatur informasi yang akan disampaikan saat melakukan pengungkapan diri, serta mereka mampu untuk mengungkapkan diri mereka melalui tingkat keakraban dengan lawan komunikasinya.

Tabel 7. Rata-rata Pengungkapan Diri *Online* Pada responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia & Status Pekerjaan.

		M	SD
Jenis Kelamin	Laki-laki	27.815	4.972
	Perempuan	30.037	4.878
Usia	18 tahun	24.000	1.732
	19 tahun	31.200	4.550
	20 tahun	30.257	3.459
	21 tahun	29.693	4.516
	22 tahun	29.449	5.671
	23 tahun	29.895	5.763
	24 tahun	28.333	5.508
	25 tahun	30.333	1.528
Status Pekerjaan	Mahasiswa	29.667	4.986
	Bekerja	27.500	3.873
	Tidak Bekerja	29.500	3.536

Berdasarkan tabel 7, dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan, berusia 19 tahun, dan masih menjadi mahasiswa menunjukkan tingkat pengungkapan diri *online* yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lain dalam penelitian ini. Usia 19 tahun menunjukkan rata-rata pengungkapan diri *online* tertinggi, diikuti oleh lebih muda seperti usia 25 dan 20 tahun. Meskipun perbedaannya kecil, responden perempuan cenderung memiliki pengungkapan diri *online* yang sedikit lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki. Sementara itu, responden yang masih menjadi mahasiswa menunjukkan rata-rata pengungkapan diri *online* yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang sudah bekerja atau yang tidak bekerja. Remaja dan dewasa muda cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan diri mereka secara *online*. perempuan cenderung lebih sering berbagi informasi yang lebih personal dan emosional, sedangkan laki-laki cenderung berbagi informasi yang lebih umum dan berfokus pada prestasi (Joinson, A. N, 2008). Mahasiswa mungkin membagikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan akademis mereka, seperti pencapaian akademis, magang atau proyek penelitian untuk membangun citra mereka (Joinson, A. N, 2008).

Tabel 8. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov		
		Unstandardized Residual
N		300
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.77095870
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.038
Test Statistics		.040
Asymp. Sig (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel uji normalitas, nilai asymp. signifikansi yang diperoleh adalah 0.2, yang berarti nilai signifikansi > 0.05 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 9. Uji Korelasi *Pearson*

Correlations			
		Kepercayaan Interpersonal	Pengungkapan Diri <i>Online</i>
Kepercayaan Interpersonal	Pearson Correlation	1	.274**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	300	300
Pengungkapan Diri <i>Online</i>	Pearson Correlation	.274**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	300	300

Tabel di atas menginformasikan bahwa pengujian hubungan antara kepercayaan interpersonal dengan pengungkapan diri *online* pada pengguna *second account* di kalangan usia 18-25 tahun di Kota Bandung menghasilkan nilai signifikansi untuk hubungan antara kedua variabel adalah 0.000 yang berarti $p < 0.05$. Ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi atau hubungan antara kepercayaan interpersonal dan pengungkapan diri *online*. Sementara itu, nilai *pearson correlation* yaitu 0.274. Nilai tersebut menunjukkan adanya korelasi lemah maka dapat disimpulkan variabel kepercayaan interpersonal memiliki korelasi terhadap variabel pengungkapan diri *online*, mengindikasikan tingkat hubungan yaitu korelasi lemah dan bentuk hubungan ialah positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kepercayaan memainkan peran penting dalam memunculkan keterbukaan diri dalam interaksi sosial seseorang. Temuan dari penelitian sebelumnya mengenai kepercayaan dan keterbukaan diri dalam berbagai jenis hubungan antar individu, terutama dalam konteks pertemanan, menunjukkan adanya hubungan antara kedua aspek tersebut. Berdasarkan tabel 3 terkait alasan penggunaan akun kedua Instagram dapat mempengaruhi tingkat korelasi antar variabel sehingga mendapatkan hasil korelasi lemah. Terdapat lima alasan yaitu, lebih bebas mengekspresikan diri, mengabaikan moment dan kegiatan sehari-hari, membagikan kegiatan hanya untuk orang terdekat/tertentu saja, membuat akun Instagram lebih tertutup (*privacy*) dibandingkan akun pertama, dan mengikuti akun Instagram idola. Berbagai alasan untuk menggunakan akun kedua Instagram, sehingga dari beragamnya motif ini dapat mengurangi kekuatan korelasi antara kepercayaan interpersonal dan keterbukaan diri karena tidak semua motif penggunaan berkaitan langsung dengan tingkat kepercayaan interpersonal, seperti mengikuti akun idola. Selain itu, dengan penggunaan akun kedua Instagram beberapa pengguna mungkin lebih memilih untuk fokus menjaga privasi daripada membangun kepercayaan dengan orang

lain, sehingga tingkat kepercayaan interpersonal mereka tidak terlalu mempengaruhi seberapa terbuka mereka di platform tersebut.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan interpersonal pengguna akun kedua Instagram kelompok usia 18-25 tahun di Kota Bandung termasuk dalam kategori tingkat kepercayaan interpersonal yang tinggi. Tingkat pengungkapan diri *online* pada pengguna akun kedua Instagram kelompok usia 18-25 tahun di Kota Bandung termasuk dalam kategori tingkat yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan terdapatnya hubungan kepercayaan interpersonal dengan pengungkapan diri *online*, namun hubungan lemah dikarenakan adanya berbagai alasan untuk menggunakan akun kedua Instagram, sehingga dari beragamnya motif ini dapat mengurangi kekuatan korelasi antara kepercayaan interpersonal dan keterbukaan diri.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Endah Nawangsih, M.Psi., Psikolog, sebagai dosen pembimbing, serta kepada civitas akademika Fakultas Psikologi Unisba, para responden, keluarga, teman-teman, dan semua pihak yang telah memberikan bantuan, arahan, saran, dukungan, serta motivasi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Daftar Pustaka

- Adriyanti, N. A., & Lilim Halimah. (2021). Pengaruh Uses And Gratification terhadap Adiksi Instagram pada Emerging Adulthood di Kota Bandung. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1), 32–41. <https://doi.org/10.29313/jrp.v1i1.151>
- Asmaini, G. (2020). *Hubungan Antara Kepercayaan Interpersonal Dengan Intimacy Of Friendship Pada Remaja (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN SUSKA RIAU)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323-370.
- Gainau, M. B. (2009). Keterbukaan diri (self disclosure) siswa dalam perspektif budaya dan implikasinya bagi konseling. *Widya Warta: Jurnal ilmiah Universitas Katolik Widya Mandala Madiun*, 33(01), 95-112.
- Gilligan, C. (1982). *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*. Harvard University Press.
- Kuh, G. D. (1995). The other curriculum: Out-of-class experiences associated with student learning and personal development. *Journal of Higher Education*, 66(2), 123-155.
- Li, T., & Fung, H. H. (2013). Age differences in trust: An investigation across 38 countries. *Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 68(3), 347-355.
- Nasrullah, R. (2021) *Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Facebook* (Master's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Salsabila Auliannisa, & Muhammad Ilmi Hatta. (2022). Hubungan Social Comparison dengan Gejala Depresi pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(2), 147–153. <https://doi.org/10.29313/jrp.v1i2.561>
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Yusup, P. M. (2009). *Ilmu informasi, komunikasi, dan kepastakaan*. PT Bumi Aksara.