



Pengaruh *Interpersonal Trust* dan *Intimate Friendship* Terhadap *Self-Disclosure* Generasi Z Pengguna Twitter

Athira Rafidha Firual[✉], Sugeng Hariyadi

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Keywords:

Self-disclosure, gen z, twitter, interpersonal trust, intimate friendship.

Abstrak

Twitter merupakan salah satu media sosial yang dapat berfungsi sebagai media perkembangan relasi dan eksistensi diri. Salah satu bentuk dari eksistensi diri adalah pengungkapan diri (*self-disclosure*). Terdapat dua hal yang menyebabkan sebagian individu tidak dapat melakukan *self-disclosure*, yakni *interpersonal trust* dan *intimate friendship*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *interpersonal trust* dan *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter*. Penelitian ini merupakan penelitian dengan teknik *sampling* yang digunakan yaitu *cluster random sampling* dengan taraf kesalahan 5%. Jumlah sampelnya 326 generasi Z pengguna *twitter*. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment*, sedangkan pengujian reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi ganda. Pada penelitian ini, diperoleh hasil analisis regresi ganda nilai F 21,630 dengan Sign. 0,000 maka hipotesis berbunyi “terdapat pengaruh *interpersonal trust* dan *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter*” diterima. Diketahui pula nilai R square sebesar 0,118 dimana variabel *interpersonal trust* dan *intimate friendship* secara bersama-sama mempengaruhi variabel *self-disclosure* sebesar 11,8%. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa: 1) *Self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter* berada pada kategori sedang mengarah ke tinggi; 2) *Interpersonal trust* generasi Z pengguna *twitter* berada pada kategori sedang; 3) *Intimate friendship* generasi Z pengguna *twitter* berada pada kategori sedang cenderung rendah

Abstract

Twitter is a social media that can be function as a relationship between media development and self-existence. One form of self-existence is self-disclosure. There are two factors that cause some individuals to not be able to do self-disclosure properly, namely interpersonal trust and close friendship. This study was conducted to determine the effect of interpersonal trust and friendship on self-disclosure of Generation Z twitter users. This quantitative research used a cluster random sampling with the error level of 5%. The obtained samples were 326 people of Z-generation as twitter users. The research validity was conducted using a product moment correlation technique, while the reliability test was conducted using Alpha Cronbach. The research data were then processed using a multiple regression analysis. In this research, the results of multiple regression analysis had the F-value of 21.630 with the Significance of 0.000. The hypothesis saying interpersonal trust and intimate friendship influenced self-disclosure of Z-generation as twitter users was accepted. Meanwhile, the value of R square was 0.118 in which interpersonal trust and intimate friendship jointly influenced self-disclosure by 11.8%. The research results show that: 1) Self-disclosure of Z-generation as twitter users was categorized into medium to high, 2) Interpersonal trust of Z-generation as twitter users was categorized into medium, and 3) Intimate friendship of Z-generation as twitter users was categorized into medium tending to low.

[✉] Alamat korespondensi:

Gedung A1 Lantai 2 FIP Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: athira.rafidha@students.unnes.ac.id

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupan sehari-harinya tidak akan lepas dari interaksi atau komunikasi dengan individu lainnya. Jalinan interaksi atau komunikasi saat ini telah mengalami perubahan, dimana masyarakat cenderung menjalin komunikasi melalui media sosial. Media sosial merupakan bentuk layanan internet yang difokuskan sebagai komunitas *online* bagi sebagian individu yang memiliki kesamaan pada aktivitas, ketertarikan dalam bidang tertentu, maupun kesamaan pada latar belakang tertentu. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana bersosialisasi, baik itu menjalin sebuah kerja sama atau membangun suatu hubungan pertemanan yang baru.

Survei yang dilakukan oleh lembaga *We Are Social* pada tahun 2021 menunjukkan hasil bahwa sebanyak 170 juta penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial. Selain itu, angka pengguna aktif media sosial juga mengalami peningkatan sekitar 6,3% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Adanya peningkatan tersebut mengindikasikan bahwa internet memberikan sebuah perubahan baru pada pola komunikasi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan hasil survei tersebut, *twitter* berada di bawah media sosial lainnya seperti *WhatsApp*, *Instagram*, maupun *Facebook*. Akan tetapi, *twitter* merupakan media sosial yang lebih berfokus pada tulisan-tulisan bukan keindahan visual sebagai bentuk ungkapan pengekspresian diri (Dewi & Delliana, 2020). *Twitter* menjadi media sosial yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, penyampaian dan penerimaan informasi menjadi sangat cepat, maupun dapat digunakan sebagai eksistensi diri dengan mencari relasi atau teman baru. Hal ini sejalan dengan penelitian Nurhadi (2017), dimana motivasi penggunaan *twitter* pada remaja di SMA Negeri Kecamatan Ciamis adalah sebagai forum yang baik untuk mengkomunikasikan keinginan, media observasi terhadap karakteristik manusia, motivasi pengembangan sosial, dan motif hiburan.

Berdasarkan data yang dirilis lembaga *We Are Social*, diketahui bahwa pengguna media sosial terbanyak kedua di Indonesia berada pada usia 18 hingga 24 tahun. Rentang usia tersebut termasuk ke dalam generasi Z. Bencsik & Machova (2016) mengklasifikasikan individu yang memiliki tahun kelahiran 1995 hingga 2010 termasuk ke dalam generasi Z. Generasi Z terlahir ketika akses terhadap informasi khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga membuat mereka menjadi lebih ahli dalam menggunakan jaringan internet seperti media sosial.

Twitter pada generasi Z digunakan sebagai media pengungkapan diri. Selain itu, generasi Z menganggap bahwa dirinya dapat menjadi pribadi yang lebih ekspresif ketika menggunakan media sosial *twitter* dibanding media sosial lainnya (Dewi & Delliana, 2020). DeVito (2011) *self-disclosure* merupakan pengungkapan mengenai informasi diri sendiri yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain. Dalam hal ini, informasi tersebut tidak selalu berkaitan dengan pernyataan individu mengenai dirinya, melainkan dapat berupa pandangan atau opini individu tersebut terhadap suatu hal.

Self-disclosure jika dilakukan secara baik dan benar tentunya akan memberikan beberapa manfaat. DeVito (2011) terdapat manfaat dari *self-disclosure*, yaitu: 1) dapat meningkatkan pengetahuan tentang diri, 2) meningkatkan kemampuan mengatasi kesulitan, 3) efisiensi komunikasi, 4) memperdalam suatu hubungan. Menurut Devi & Indryawati (2020), *self-disclosure* memberikan dampak negatif jika dilakukan secara berlebihan. Adapun dampak negatif tersebut yaitu: 1) pelanggaran privasi personal, 2) memunculkan kesalahpahaman dalam hubungan pertemanan, 3) munculnya *cyberbullying*, 4) penyalahgunaan informasi, 5) kasus penipuan. Salah satu contoh kasus *self-disclosure* yang negatif adalah kasus Revina VT. Kasus ini menjadi terkenal lantaran Revina menggunakan bahasa yang terlalu vulgar ketika menuliskan kekesalannya di *twitter* (wolipop.detik.com, diakses pada tanggal 22 Mei 2021). Dalam hal ini, bentuk kekesalan Revina dapat termasuk ke dalam *self-disclosure* yang dilakukan secara *online*.

Peneliti telah melakukan studi pendahuluan dengan cara menyebar kuesioner yang berlandaskan dimensi *self-disclosure* menurut Wheless & Grotz (1976), dimensi *interpersonal trust*

menurut Rotenberg (2010), dan dimensi *intimate friendship* menurut Sharabany (1994). Berdasarkan hasil studi pendahuluan diketahui sebagian besar generasi Z cenderung melakukan *self-disclosure* di *twitter*. Akan tetapi, terdapat suatu hal yang tidak dapat diungkapkan pada generasi Z, yaitu identitas diri. Generasi Z cenderung memakai nama samaran di *twitter*. Hal ini sesuai dengan teori Johari Window dimana pada dasarnya terdapat 4 daerah kesadaran diri pada individu yang digambarkan sebagai jendela. Salah satu area tersebut adalah daerah tersembunyi (*hidden area*), daerah ini mencakup semua hal yang diketahui individu tentang dirinya sendiri maupun tentang individu lain (DeVito, 2011). Menurut Rakhmat (2018:133), jika individu membuka daerah publik semakin luas maka akan meningkatkan keakraban hubungan yang sedang terjalin, maupun sebaliknya. Pada kenyataannya, generasi Z belum dapat sepenuhnya melakukan *self-disclosure* di *twitter*.

Self-disclosure pada generasi Z yang dilakukan di *twitter* dapat terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut adalah besar kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, kompetensi, kepribadian, topik, dan jenis kelamin (DeVito, 2011:65-67). Dari ketujuh faktor tersebut, salah satunya adalah *interpersonal trust*, dimana *interpersonal trust* termasuk ke dalam faktor perasaan menyukai. Hal ini sesuai dengan pernyataan Wheless & Grotz (1977, dalam DeVito, 2011:66) individu cenderung melakukan keterbukaan diri (*self-disclosure*) kepada mereka yang dipercaya olehnya.

Menurut Anderson & Sommer (dalam Sheldon & Pecchioni, 2014:2) kepercayaan sebagai dasar penting dalam membangun relasi keintiman serta komitmen yang baik dalam suatu hubungan percintaan maupun pertemanan secara *online* atau *offline*. Adapun yang dimaksud dengan *interpersonal trust* adalah suatu kondisi psikologis individu dimana terdapat niat untuk menerima kegiatan individu lain kemudian disertai dengan harapan bahwa individu lain akan melakukan suatu tindakan tertentu, terlepas dari kemampuan yang dimiliki untuk memantau atau mengendalikan individu lain (Mayer et al., 1995:172).

Apabila individu memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, dirinya akan berada dalam keadaan *acceptance* (menerima) sehingga akan mampu untuk mengemukakan spekulasi, gagasan-gagasan, perasaan, maupun reaksinya. Sebaliknya, jika tingkat kepercayaan individu rendah maka dirinya belum dapat mencapai keadaan *acceptance* (menerima) sehingga akan sulit untuk mengemukakan spekulasi, gagasan-gagasan, perasaan, maupun reaksinya (Andriani, Imawati & Umaroh, 2019). Maka, *trust* yang tinggi dapat mempengaruhi *self-disclosure* yang dilakukan seseorang.

Penelitian yang dilakukan Andri (2017) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan interpersonal (*interpersonal trust*) dengan pengungkapan diri (*self-disclosure*) pada remaja pengguna media sosial *online* di SMA Negeri 2 Kudus. Semakin tinggi tingkat *interpersonal trust* seorang individu, maka akan meningkatkan perilaku *self-disclosure* individu.

Selain *interpersonal trust*, *self-disclosure* juga dipengaruhi oleh *intimate friendship*. Dalam hal ini, *intimate friendship* juga termasuk ke dalam faktor perasaan menyukai. Hal ini sesuai dengan pernyataan Derlega dkk., (dalam DeVito, 2011:66) individu cenderung melakukan keterbukaan diri (*self-disclosure*) kepada orang yang kita sukai atau cintai, dalam hal ini kedua individu pada dasarnya sudah menjalin hubungan pertemanan atau percintaan yang cukup lama.

Adapun yang dimaksud dengan *intimate friendship* menurut Bickmore (1998, dalam Kartika, 2014) sebuah hubungan yang dapat memungkinkan antar individu untuk bergantung pada salah seorang teman dekatnya yang memiliki kesamaan dalam minat atau dalam hal apapun, kemudian kedua individu tersebut memiliki kualitas dalam *self-disclosure* yang dilakukan sehingga membuat keduanya dapat saling terbuka dalam membicarakan pemikiran maupun perasaannya masing-masing.

Terdapat penelitian terdahulu yang mengkaji tentang keterkaitan *intimate friendship* dengan *self-disclosure*. Penelitian Pohan & Dalimunthe (2017) menunjukkan hasil terdapat pengaruh dari *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* sebesar 13,8%. Selain itu, penelitian Febriani, Candra & Nastasia (2021) juga mengungkapkan adanya sumbangan efektif sebesar 3% dari variabel *intimate friendship* kepada variabel *self-disclosure*. Akan tetapi terdapat perbedaan dari kedua penelitian tersebut yang ditandai dengan jumlah persentase yang dihasilkan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di masyarakat, studi pendahuluan yang telah dilakukan, maupun penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *interpersonal trust* dan *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter*.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sugiyono (2019:15) metode kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dilakukan dengan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis penelitian. Variabel prediktor (X1) pada penelitian ini adalah *interpersonal trust* dan *intimate friendship*. Sedangkan variabel kriterium (Y) pada penelitian ini adalah *self-disclosure*.

Penelitian ini memiliki kriteria populasi, yaitu: 1) individu tahun kelahiran 1995-2010, 2) merupakan pengguna aktif *twitter* (minimal 1 tahun terakhir dan sering membuat *tweet* atau berinteraksi di *twitter*), 3) berdomisili Jawa Barat. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik *cluster random sampling*. Dengan ini, peneliti melakukan randomisasi terhadap wilayah yang akan dijadikan sampel. Peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebesar 50% dari jumlah kabupaten atau kota di Jawa Barat. Selain itu, peneliti juga memutuskan untuk menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 5%. Hingga diketahui jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 326.

Pada penelitian ini, *self-disclosure* dapat diukur melalui skala *self-disclosure* yang telah dimodifikasi dari *Self-Disclosure Scales* menurut Wheless & Grotz (1976, dalam Posey et al., 2010). Terdapat 16 item dari 5 dimensi. Variabel *self-disclosure* pada penelitian ini dapat diukur dari dimensi *intent to disclose*, *amount of disclosure*, *positive-negative nature of disclosure*, *honest-accuracy of disclosure*, dan dimensi *control general depth*.

Interpersonal trust pada penelitian ini diukur melalui skala *interpersonal trust* dengan berdasarkan tiga dimensi *interpersonal trust* yang dicetuskan oleh Rotenberg (2010). Terdapat 16 item dari 3 dimensi. Adapun dimensi dari *interpersonal trust* pada penelitian ini adalah keterandalan (*reliability*), emosi (*emotional*), dan kejujuran (*honesty*).

Variabel *intimate friendship* pada penelitian ini diukur melalui skala *intimate friendship* dengan berdasar pada delapan dimensi yang dikemukakan oleh Sharabany (1994). Terdapat 18 item dari 8 dimensi. Adapun delapan dimensi tersebut adalah kejujuran dan spontanitas, kepekaan dan pengertian, kelektakan, eksklusivitas, memberi dan berbagi, penerimaan dan pengorbanan, kegiatan yang sama, serta dimensi kepercayaan dan kesetiaan.

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa 2 item pada skala *self-disclosure* dinyatakan tidak valid karena signifikansinya $> \alpha = 0,05$ serta koefisien korelasi yang negatif. Pada skala *interpersonal trust*, diketahui 1 aitem dinyatakan tidak valid karena koefisien korelasinya negatif. Selain itu, pada skala *intimate friendship* diketahui 2 item tidak valid karena nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa hasil koefisien *Alpha Cronbach* pada skala *self-disclosure* sebesar 0,682. Pada skala *interpersonal trust* diperoleh hasil koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0,717. Sedangkan pada skala *intimate friendship*, diperoleh hasil koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0,135. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas untuk skala *self-disclosure* termasuk ke dalam kategori sedang, nilai reliabilitas untuk skala *interpersonal trust* termasuk ke dalam kategori tinggi, dan nilai reliabilitas untuk skala *intimate friendship* termasuk ke dalam kategori rendah.

Perolehan data pada penelitian ini akan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan tujuan ingin menemukan besarnya pengaruh kedua variabel prediktor terhadap variabel kriterium.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh sejumlah 326 responden, jika digolongkan ke dalam generasi Z berdasarkan tahun kelahiran didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Data Generasi Z Berdasarkan Tahun Kelahiran

Tahun Kelahiran	Jumlah	%
1995	12	3,7
1996	6	1,8
1997	16	4,9
1998	32	9,8
1999	53	16,3
2000	59	18,1
2001	62	19
2002	44	13,5
2003	30	9,2
2004	6	1,8
2005	5	1,5
2006	1	0,3
2007	-	-
2008	-	-
2009	-	-
2010	-	-

Tabel di atas menunjukkan bahwa generasi Z didominasi oleh individu yang memiliki tahun kelahiran 2001. Jika digolongkan berdasarkan jenis kelamin, didapatkan hasil sebanyak 281 orang berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 45 orang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan generasi Z pada penelitian ini didominasi oleh perempuan.

Analisis Inferensial

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *interpersonal trust* dan *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter*. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui nilai F sebesar 21,630 dengan sig 0,000. Selain itu, juga diketahui nilai R square sebesar 0,118. Atau dapat dikatakan *interpersonal trust* dan *intimate friendship* memberikan sumbangan efektif kepada *self-disclosure* sebesar 11,8%. Dengan ini, hipotesis yang berbunyi “terdapat pengaruh *interpersonal trust* dan *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter*” diterima. Hasil tersebut mendukung penelitian terdahulu yang telah mengkaji hubungan antara *interpersonal trust* dengan *self-disclosure* maupun hubungan antara *intimate friendship* dengan *self-disclosure*.

Penelitian Tazkia & Nawangsih (2021) terdapat hubungan positif yang signifikan antara *interpersonal trust* dengan *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna aplikasi *tinder* di Kota Bandung sebesar 43,4%. Selain itu, penelitian Steel (1991) menunjukkan adanya hubungan antara *interpersonal trust* dengan *self-disclosure* yang ditandai oleh nilai korelasi sebesar $r = 0,236$. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Rizal & Rizal (2021), diketahui bahwa terdapat hubungan signifikan antara *intimate friendship* dengan *self-disclosure*. Hubungan yang diperoleh bersifat positif sebesar 50,5%. Penelitian Agustin & Ilyas (2019) juga mengungkapkan hal yang sama, dimana *intimacy* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *self-disclosure* sebesar 43,2%.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel *interpersonal trust* maupun *intimate friendship* sama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *self-disclosure*. Jika *interpersonal trust* dan *intimate friendship* yang dimiliki generasi Z berada pada kategori tinggi, maka hal ini juga akan meningkatkan *self-disclosure* yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh DeVito (2011:66) bahwa individu yang disukai serta yang telah dipercaya. Disukai disini memiliki makna bahwa jika target *self-disclosure* menyenangkan,

dapat membuat kita merasa nyaman, atau bahkan dapat membangkitkan semangat, maka peluang individu untuk melakukan *self-disclosure* akan semakin tinggi.

Berdasarkan hasil analisis, diketahui persamaan garis regresi pada penelitian ini yaitu $Y = 0,332 X_1 + 0,249 X_2 + 13,975$. Koefisien regresi sebesar 0,332 memiliki arti bahwa setiap peningkatan (karena adanya tanda +) 1 unit pada variabel *interpersonal trust* maka diprediksi *self-disclosure* juga akan mengalami penambahan sebesar 0,332, dan sebaliknya. Berdasarkan peningkatan tersebut dapat dikatakan bahwa *interpersonal trust* memiliki pengaruh positif terhadap *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter*.

Harris (1980, dalam Devi & Indryawati, 2020) berpendapat bahwa seseorang yang memiliki keinginan untuk melakukan *self-disclosure* pada suatu grup maka dirinya merupakan pribadi yang percaya pada dirinya sendiri maupun kepada orang lain, terbuka pada dirinya sendiri dan berkenan terbuka kepada orang lain, mau mengambil risiko dan memandang grup sebagai suatu yang dapat memberikan kebebasan diri, serta adanya rasa memiliki yang kuat terhadap individu di dalam grup tersebut.

Penelitian Nurul (2017) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan *self-disclosure* siswa kelas XI jurusan teknik komputer dan jaringan di SMK Negeri 2 Tarakan tahun pelajaran 2017/2018. Dalam hal ini, *self-disclosure* menandakan bahwa siswa berinteraksi dengan orang lain. Atau singkatnya, proses dimana siswa mencoba untuk mengungkapkan situasi atau perasaannya kepada siswa lain yang melibatkan kepercayaan diri (Nofembri, Fitria & Radyuli, 2021). Dengan demikian, siswa yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi juga akan memiliki kemampuan *self-disclosure* yang baik sehingga pada akhirnya mampu menjalani interaksi yang baik di lingkungan sosial. Begitu pula sebaliknya, jika siswa memiliki kepercayaan yang rendah maka mereka cenderung akan menghindar dari interaksi sosial karena takut akan pandangan buruk orang lain terhadap dirinya (Andini, Widiastuti & Pratama, 2019). Ketidakpercayaan diri tersebut yang dapat membatasi individu dalam melakukan *self-disclosure* kepada orang lain.

Kemudian, jika ditinjau dari persamaan garis regresi $Y = 0,332 X_1 + 0,249 X_2 + 13,975$ diketahui koefisien regresi dari *intimate friendship* sebesar 0,249. Hal ini mengandung arti bahwa setiap peningkatan 1 unit pada variabel *intimate friendship*, maka diprediksi *self-disclosure* juga akan mengalami penambahan sebesar 0,249, dan sebaliknya. Berdasarkan peningkatan tersebut dapat dikatakan bahwa *intimate friendship* memiliki pengaruh positif terhadap *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter*.

Kartika (dalam Riska & Widyastuti, 2019) mengemukakan bahwa *intimate friendship* pada remaja dapat meningkat karena adanya komitmen yang lebih mendalam, dimana para remaja biasanya mencari kedekatan secara psikologis serta hubungan pengertian timbal-balik di sahabatnya. Ketika generasi Z berada pada kelompok pertemanan yang baik, maka dirinya akan cenderung terhindar dari permasalahan-permasalahan diri seperti kecemasan, kesepian, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, teman yang baik akan selalu memberikan dukungan kepada diri individu. Santrock (dalam Putri & Afriani, 2017) dorongan yang diberikan oleh teman dapat membantu remaja untuk membentuk sebuah gambaran diri yang positif.

Bagi remaja teman sebaya dapat dijadikan tempat bersangga dimana teman-temannya dapat memberikan umpan balik mengenai pandangan mereka terhadap dirinya serta bagaimana dirinya jika dibandingkan secara relatif dengan teman-teman lainnya. Lebih lanjut dijelaskan umpan balik berupa dukungan teman sebaya dapat berupa kepedulian, perhatian, ketersediaan diri untuk berbagi, keterikatan secara emosional, rasa menghormati, menghargai satu sama lain, atau dapat berupa kritik dan saran.

Analisis Deskriptif

Gambaran umum *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Kategori *Self-Disclosure* Generasi Z Pengguna Twitter

Kategori	Interval	<i>Self-Disclosure</i>	
		F	%
Tinggi	$X \geq 42$	71	22
Sedang	$28 \leq X < 42$	235	72
Rendah	$X < 28$	20	6,1
			3
Jumlah		326	100

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter* berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar generasi Z telah melakukan *self-disclosure* di *twitter*. Sedangkan berdasar hasil analisis deskriptif secara khusus, jika dilihat dari nilai *mean* empirik per-dimensi, yang paling memberikan pengaruh adalah dimensi *intent to disclose*. Hal ini dikarenakan terdapat kecenderungan individu melakukan *self-disclosure* jika dirinya mendapatkan imbalan sosial (Hasanah & Minerty, 2018). Dalam hal ini, individu sedang dalam kondisi membutuhkan dukungan maupun perhatian orang lain. Akan tetapi kenyataannya masih banyak individu yang merasa kesulitan dalam mengungkapkan permasalahan dirinya secara verbal (Baqi, 2015). Kesulitan tersebut yang pada akhirnya membuat individu beralih menggunakan media sosial guna melakukan *self-disclosure* atau sebagai bentuk pengekspresian rasa emosinya.

Penelitian Affandi & Setiadi (2020) mengungkapkan bahwa mahasiswa lebih senang melakukan self-disclosure di facebook. Mereka beralasan bahwa dirinya mendapat dukungan dari teman-teman facebook-nya ketika mereka menulis sebuah status. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan sosial atau interaksi yang terjalin di facebook mahasiswa mendukung dirinya untuk melakukan self-disclosure. Mendukung dalam artian teman-teman facebook-nya tidak akan menjatuhkan mahasiswa tersebut.

Kemudian gambaran umum interpersonal trust generasi Z pengguna twitter dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Kategori *Interpersonal Trust* Generasi Z Pengguna Twitter

Kategori	Interval	<i>Interpersonal Trust</i>	
		F	%
Tinggi	$X \geq 45$	119	36,5
Sedang	$30 \leq X < 45$	203	62,2
Rendah	$X < 30$	4	1,2
Jumlah		326	100

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa *interpersonal trust* generasi Z pengguna *twitter* berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z pengguna *twitter* dianggap memiliki tingkat kepercayaan yang cukup kepada teman-teman *twitter*-nya. Sedangkan berdasar hasil analisis deskriptif secara khusus, jika dilihat dari nilai *mean* empirik per-dimensi, yang paling memberikan pengaruh adalah dimensi emosi (*emotional*). Penelitian S & Permatasari (2021) memperoleh hasil bahwa dukungan sosial dapat mempengaruhi self-disclosure pada remaja di Panti Asuhan Tenggarong sebesar 24,7%. Melalui penelitian tersebut dapat diketahui bahwa semua remaja di panti asuhan harus mengikuti seluruh kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama. Kegiatan tersebut justru meningkatkan kualitas *self-disclosure* para remaja di panti asuhan. Hal ini dikarenakan ketika kedua remaja atau lebih memiliki intensitas berkomunikasi dalam waktu yang lama, pastinya mereka akan berbagi cerita satu sama lain. Melalui proses berbagi cerita tersebut remaja dapat saling

memberikan dukungan emosional yang berupa pemberian semangat, membenarkan perasaan emosi yang sedang dirasakan, dan lain sebagainya.

Selanjutnya gambaran umum *intimate friendship* generasi Z pengguna *twitter* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Kategori *Intimate Friendship* Generasi Z Pengguna Twitter

Kategori	Interval	<i>Intimate Friendship</i>	
		F	%
Tinggi	$X \geq 45$	119	36,5
Sedang	$30 \leq X < 45$	203	62,2
Rendah	$X < 30$	4	1,2
Jumlah		326	100

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa *intimate friendship* generasi Z pengguna *twitter* berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z dianggap memiliki hubungan pertemanan yang sudah cukup dekat dengan teman-teman *twitter*-nya. Sedangkan berdasarkan hasil analisis deskriptif secara khusus *intimate friendship* jika dilihat dari nilai mean empirik per-dimensi, yang paling berpengaruh adalah dimensi kegiatan yang sama.

Menurut Kurniawati (dalam Darmawan, Silvana, Zaenudin, & Effendi, 2019) tahap persahabatan biasanya baru terbentuk ketika adanya kesamaan dan minat yang terjalin selama menjalani suatu hubungan. Hubungan pertemanan yang didasari oleh kesamaan minat akan memunculkan perasaan antusias maupun memberikan kebahagiaan tersendiri bagi para remaja, kemudian hubungan pertemanan tersebut akan berkembang menjadi hubungan yang berkualitas dan intim serta dapat menumbuhkan rasa saling percaya satu sama lain (Salsabila & Maryatmi, 2019).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa *interpersonal trust* dan *intimate friendship* secara bersama-sama mempengaruhi *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan maupun keintiman hubungan pertemanan dapat mendorong individu untuk terus melakukan *self-disclosure*, walaupun *self-disclosure* dilakukan secara *online*.

Self-disclosure generasi Z pengguna *twitter* pada penelitian ini berada di kategori sedang, dimana sebagian besar generasi Z telah melakukan *self-disclosure* di *twitter*. Adapun dimensi yang paling memberikan pengaruh *self-disclosure* generasi Z pengguna *twitter* adalah *intent to disclose*. Sementara, *Interpersonal trust* generasi Z pengguna *twitter* pada penelitian ini berada di kategori sedang, dimana generasi Z dianggap memiliki tingkat kepercayaan yang cukup kepada teman-teman *twitter*-nya. Adapun dimensi yang paling memberikan pengaruh kepada *interpersonal trust* generasi Z pengguna *twitter* adalah dimensi emosi (*emosional*). Kemudian, *Intimate friendship* generasi Z pengguna *twitter* pada penelitian ini berada di kategori sedang, atau dapat dikatakan generasi Z dianggap sudah memiliki hubungan pertemanan yang cukup dekat dengan teman-teman *twitter*-nya. Adapun dimensi yang paling memberikan pengaruh adalah kegiatan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, M., & Setiadi, T. (2020). Self Disclosure Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial. *Jurnal ATSAR UNISA*, 1(2), 67-76.
- Agustin, A. W., & Ilyas, A. (2019). Relationship Intimacy and Self Disclosure Young Married Couple. *Jurnal Neo Konseling*, 1(1), 1-9.

- Ananda, D. R., & Sawitri, D. R. (2015). Konsep Diri Ditinjau Dari Dukungan Teman Sebaya Pada Remaja di Panti Asuhan Qosim Al-Hadi Semarang. *Jurnal Empati*, 4(4), 298-303.
- Andini, R. N., Widiastuti, R., & Pratama, M. J. (2019). Hubungan Kepercayaan Diri dengan Komunikasi Interpersonal. *ALIBKIN (Jurnal Bimbingan Konseling)*, 7(2), 1-15.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2020, Juni 25). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 [Q2]*. Retrieved Juni 2, 2021, from apjii.or.id: <https://apjii.or.id/survei>
- Azwar, S. (2019a). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. (2019b). *Penyusunan Skala Psikologi: Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. (2019c). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management. *International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016* (pp. 42-54). Russia: Academic Conferences and Publishing International Limited.
- Bevan-Dye, A. L., & Akpojivi, U. (2015). South African Generation Y Students' Self-Disclosure on Facebook. *South African Journal of Psychology*, 46(1), 114-129.
- Devi, E., & Indryawati, R. (2020). Trust dan Self-Disclosure Pada Remaja Putri Pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi*, 13(2), 118-132.
- Dewi, A. P., & Delliana, S. (2020). Self-Disclosure Generasi Z di Twitter. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 62-69.
- Febriani, S., Candra, I., & Nastasia, K. (2021). Hubungan Antara Intimate Friendship dengan Self-Disclosure Pada Siswa Kelas XI SMA N 4 Kota Padang Pengguna Media Sosial Instagram. *Psyche 165 Journal*, 14(2), 130-138.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kemp, S. (2021, Februari 11). *Digital 2021: Indonesia*. Retrieved Mei 12, 2021, from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Purwanto, D. E. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti: Journal of Economics & Business*, 9(2), 123-134.
- Putri, A. D., & Afriani. (2017). Kualitas Pertemanan dan Bullying Victimization Pada Remaja SMP di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 5(2), 176-185.
- Rakhmat, D. J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.