

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *SELF DISCLOSURE* PADA MAHASISWA ANGKATAN 2024 PENGGUNA INSTAGRAM DI JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO

Fatimah Henik Nur¹, Indrawati Endang Sri²

¹Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275

heniknurfatimah@gmail.com

ABSTRAK

Di era digital yang terus berkembang, media sosial khususnya Instagram telah menjadi bagian penting untuk mengekspresikan diri dan melakukan interaksi sosial. Salah satu bentuk interaksi sosial di media sosial adalah *self disclosure* atau keterbukaan diri. *Self disclosure* di duga berkaitan dengan bagaimana cara seorang individu menilai dan memandang dirinya yang disebut sebagai harga diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan *self disclosure* pada mahasiswa angkatan 2024 pengguna Instagram di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Subjek penelitian berjumlah 155 partisipan yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Alat ukur penelitian berupa skala harga diri (25 aitem $\alpha = 0,915$) dan skala *self disclosure* (25 aitem $\alpha = 0,910$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan *self disclosure* ($r = 0,274$, $p < ,001$). Semakin tinggi harga diri maka akan semakin tinggi pula *self disclosure*.

Kata Kunci: Harga diri, *Self disclosure*, Instagram, Mahasiswa

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF ESTEEM AND SELF DISCLOSURE
IN STUDENTS OF CLASS 2024 INSTAGRAM USERS IN THE
DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCE DIPONEGORO
UNIVERSITY**

Fatimah Henik Nur¹, Indrawati Endang Sri²

¹Faculty of Psychology, Diponegoro University
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275

heniknurfatimah@gmail.com

ABSTRACT

In the growing digital era, social media, especially Instagram, has become an important part of self-expression and social interaction. One form of social interaction on social media is self-disclosure. Self disclosure is thought to be related to how an individual assesses and views himself or herself which is referred to as self-esteem. This study aims to determine the relationship between self-esteem and self-disclosure in class 2024 students who use Instagram in the Department of Communication Science, Diponegoro University. The research subjects totaled 155 participants who were taken with purposive sampling technique. The research measuring instrument is a self-esteem scale (25 items $\alpha = 0.915$) and a self-disclosure scale (25 items $\alpha = 0.910$). The results showed that there is a significant positive relationship between self-esteem and self-disclosure ($r = 0.274$, $p < .001$). The higher the self-esteem, the higher the self-disclosure.

Keywords: Self-esteem, Self-disclosure, Instagram, College Students

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman perkembangan teknologi terus mengalami kemajuan yang semakin cepat begitu pula dengan penggunaan internet. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) data pengguna internet menunjukkan bahwa angka penggunaan internet di Indonesia pada 2024 telah meningkat secara signifikan jika dibandingkan dengan tahun 2022-2023. Pada 2024 terdapat sebanyak 221.56 juta jiwa di Indonesia yang menggunakan internet dan hal ini meningkat sebanyak 1.4% dari tahun sebelumnya yaitu 215.63 juta pengguna internet (APJII, 2024). Dengan semakin meningkatnya penggunaan internet setiap individu menjadi lebih mudah dalam melakukan interaksi dan komunikasi dengan orang lain seperti keluarga, teman, dan orang terdekat salah satunya melalui media sosial (Faturtama & Abidin, 2023).

Laporan digital tahun 2024 yang dirilis oleh *We Are Social* menyatakan bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sebanyak 7.5 jam setiap harinya untuk mengakses internet. Dari total waktu tersebut, masyarakat Indonesia paling banyak menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial. Pada 2024 masyarakat Indonesia telah menghabiskan waktu rata – rata 3 jam 11 menit untuk berselancar di media sosial. Terdapat tiga alasan utama masyarakat Indonesia menggunakan media

sosial yaitu untuk mengisi waktu luang, berinteraksi dengan keluarga atau teman dari jarak jauh, dan untuk mengetahui tren apa yang sedang terjadi. Keberadaan media sosial telah membuat interaksi antar individu dapat terjadi dimana saja dan kapan saja secara lebih fleksibel dan mudah untuk dilakukan (Jati & Rahayu, 2023).

Penggunaan media sosial di Indonesia di dominasi oleh beragam *platform* jejaring media sosial yang sudah sangat familiar dengan masyarakat Indonesia seperti Instagram, Tiktok, Facebook, Whatsapp, dan Youtube. Semua *platform* jejaring media sosial yang disebut memegang peranan penting dalam penggunaan jaringan internet di Indonesia. Berdasarkan laporan terbaru dari RRI (2024) penggunaan media sosial di Indonesia telah mencapai tingkat yang signifikan dengan total pengguna internet sebanyak 242 juta orang atau 93,4% dari populasi. Berdasarkan jumlah tersebut, sebanyak 191 juta orang merupakan pengguna media sosial, di mana 122 juta di antaranya aktif menggunakan Instagram yang menjadikannya platform kedua paling populer setelah YouTube (RRI, 2024). Persentase pengguna aktif Instagram mencapai 47,3% dari populasi nasional, melampaui platform lain seperti Facebook (45,9%) dan WhatsApp (45,2%).

Di Indonesia usia 18 – 25 tahun yang merupakan sebaran demografi terbesar dari penggunaan aplikasi Instagram yaitu sebesar 38% dari total jumlah pengguna (Gulo & Ambarita, 2023). Data ini menunjukkan bahwa Instagram memainkan peran penting sebagai ruang interaksi sosial digital, khususnya bagi generasi muda yang cenderung memanfaatkan *platform* ini

untuk berbagi momen, mengekspresikan diri, hingga membangun identitas personal. Usia 18-24 tahun masuk ke dalam kategori dewasa awal. Santrock (2011) menyatakan usia dewasa awal (dewasa muda) merupakan tahap seorang individu untuk berkesperimen dan melakukan eksplorasi identitas. Eksplorasi identitas merupakan masa dimana seorang individu mulai berusaha membentuk hubungan jangka panjang dengan orang lain baik dalam hubungan romantis, pertemanan, maupun hubungan profesional. Untuk membangun setiap hubungan tentunya seorang individu akan membangun citra diri yang menurutnya sesuai dengan tipe hubungan yang ingin dibangun (Salvatore, 2018).

Dalam membangun citra diri, pada masa sekarang dapat dilakukan secara *online* melalui media sosial. Membangun citra diri secara *online* memudahkan seseorang untuk menjangkau orang lain yang jauh darinya sehingga hal tersebut membuatnya mudah untuk memberikan kesan ke banyak orang tanpa harus bertemu secara langsung. Saat membangun citra diri, seseorang cenderung akan memperlihatkan sisi sempurna dan ideal sesuai dengan ekspektasi orang yang melihatnya (Iksandy, 2022). Seorang individu memiliki dua sisi yaitu *front stage* dan *backstage*. Sisi *front stage* merupakan sisi yang telah diatur yang ingin diperlihatkan seorang individu kepada individu lain. Sedangkan *backstage* adalah sisi apa adanya yang hanya diperlihatkan di depan beberapa orang saja. Untuk menunjukkan sisi *backstage* secara leluasa di media sosial, seorang individu membuat akun pribadi yang bersifat privat dengan sedikit pertemanan yang berisi orang-orang yang

dianggapnya dekat dan akrab (Jati & Rahayu, 2023). Membagikan informasi tentang diri merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk membangun citra diri (Cindy & Sari, 2019). Kegiatan membagikan informasi disebut sebagai *self disclosure*. Informasi diri terbagi menjadi dua jenis yaitu deskriptif dan evaluatif. Informasi diri dalam bentuk deskriptif yaitu individu mengungkapkan fakta yang ada pada dirinya seperti usia, alamat, dan pekerjaan. Sedangkan informasi diri evaluatif yaitu berupa perasaan atau pendapat pribadi individu tentang apa yang disukai maupun tidak disukai (Septiani dkk., 2019). Menurut Desjarlais (2020), seiring berkembangnya zaman, *self disclosure* yang dulunya hanya dapat dilakukan secara tatap muka sekarang setelah adanya media sosial, *self disclosure* dapat dilakukan secara tidak langsung atau yang juga dikenal dengan nama *online self disclosure*.

Popularitas Instagram dapat dikaitkan dengan karakteristik platform ini yang memungkinkan pengguna berbagi momen secara visual melalui foto dan video. Generasi muda, terutama mahasiswa, sering memanfaatkan Instagram untuk menunjukkan sisi personal mereka, seperti berbagi cerita kehidupan, opini, hingga pengalaman unik. Popularitas Instagram yang sangat besar ini juga mencerminkan bagaimana media sosial telah menjadi media utama bagi individu untuk melakukan pengungkapan diri (Fadlia & Casmini, 2024). Dalam proses ini, pengungkapan diri tidak hanya menjadi bentuk komunikasi, tetapi juga strategi untuk menciptakan *self branding*. Boyd (2021) menyebutkan bahwa media sosial memungkinkan individu untuk menyusun narasi personal yang mencerminkan kepribadian

mereka. Tren ini mengarah pada perubahan mendasar dalam bagaimana individu membangun hubungan dan menyampaikan identitas di era digital.

Bargh, McKenna, dan Fitzsimons menyatakan bahwa kegiatan *self disclosure* berupa baik informasi positif maupun negatif dari diri sendiri dapat mendorong individu untuk saling berempati dan dapat memahami satu sama lain (Astuti, 2017). Hubungan yang melibatkan pengungkapan diri akan menghasilkan bentuk hubungan timbal balik yang positif yang dapat membuat individu merasa aman, dapat menerima dan mengenali diri sendiri secara lebih mendalam, dan mampu mengatasi permasalahan hidup (Utomo & Lksmiwati, 2019). Individu yang dapat mengungkapkan diri dengan baik akan lebih mampu untuk bersikap terbuka, beradaptasi, mandiri, berpikir dan bersikap positif, serta memiliki sikap percaya diri yang tinggi (Rubiyanti & Widyana, 2012).

Self disclosure di media sosial tidak dapat dipisahkan dari faktor psikologis yang mendasarinya, satu diantaranya adalah harga diri. Hal ini sejalan dengan teori humanistik Carl Rogers (1959) menyatakan bahwa individu dengan harga diri yang positif akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman baru dan dapat mengungkapkan dirinya kepada individu lain secara apa adanya. Rosenberg (1965) menjelaskan harga diri merupakan suatu evaluasi subjektif individu terhadap nilai dirinya sendiri. Dalam interaksi digital, harga diri dapat memengaruhi sejauh mana seseorang bersedia membuka diri kepada orang lain. Individu dengan harga diri tinggi cenderung lebih percaya diri dalam membagikan informasi pribadi, sedangkan individu

yang memiliki harga diri rendah sering kali membatasi pengungkapan diri karena takut terhadap penilaian negatif (Lidkk., 2012).

Survei awal melalui media *booklet* yang telah dilakukan peneliti kepada lima mahasiswa jurusan ilmu komunikasi angkatan 2024 menunjukkan hasil bahwa mereka merasa kurang nyaman untuk berbagi momen yang bersifat pribadi ke instagram. Mahasiswa ilmu komunikasi sebagian besar yang mengisi survei pendahuluan menyatakan sering menghapus atau membatalkan unggahan yang di rasa terlalu bersifat pribadi. Selain itu banyak dari mereka yang menjawab akan menghindari berbagi informasi pribadi ke Instagram apabila mendapat tugas *personal branding*. Mereka akan membuat konten yang berisi informasi yang bersifat lebih umum dan menghindari detail yang bersifat pribadi. Mahasiswa juga terkadang memilih untuk menunda bahkan membatalkan postingan di instagram dikarenakan khawatir akan penilaian dari orang lain. Selain itu mahasiswa ilmu komunikasi juga menunjukkan perbedaan perilaku yaitu ketika merasa percaya diri maka mereka akan semakin terbuka untuk berbagi cerita akan tetapi ketika merasa kurang percaya diri mereka akan cenderung menyembunyikan banyak hal tentang diri mereka. Lima mahasiswa yang berpartisipasi dalam survei awal juga menyatakan bahwa mereka memiliki akun kedua (*second account*) instagram yang memiliki pengikut lebih sedikit dibandingkan di akun instagram pertama mereka. Mahasiswa merasa lebih bebas untuk memposting sesuatu dikarenakan mahasiswa merasa lebih dekat dnegan pengikut di akun kedua. Perasaan dekat yang dirasakan tersebut disebabkan oleh rasa percaya yang

sudah terbentuk sebelumnya. Rasa percaya yang sudah terbentuk ini dibuktikan dari pernyataan mahasiswa yang akan saling mengikuti (*follow*) saat mereka sudah merasa cukup dekat.

Hasil survei diatas sesuai dengan penelitian milik Hasibuan (2023) yang menemukan bahwa pengguna media sosial, khususnya mahasiswa, sering menghadapi dilema antara keinginan untuk berbagi dengan kecemasan terhadap tanggapan sosial. Penelitian milik Wahyuni (2012) mengungkapkan bahwa mahasiswa dengan harga diri tinggi lebih terbuka dalam mengungkapkan diri di Instagram yang sering mereka gunakan sebagai media komunikasi mengekspresikan diri untuk lebih dikenal oleh individu lain secara positif dan mendapatkan pengakuan yang dapat meningkatkan harga diri dari individu tersebut. Studi ini sejalan dengan temuan Kristanti dan Eva (2022), yang menunjukkan adanya hubungan positif antara harga diri dengan pengungkapan diri pada generasi Z sebagai pengguna aktif media sosial yang menggunakan *platform* ini tidak hanya untuk pengekspresian diri tetapi juga untuk mengelola citra diri mereka secara strategis dengan cara membagikan sisi positif dari pengalaman yang dialami dan tetap menyimpan informasi yang bersifat personal, hal ini dilakukan untuk menghindari tanggapan negatif dan untuk mendapatkan kesan yang baik dari individu lain. Hasil survei awal dalam konteks penggunaan *second account* instagram sejalan dengan hasil observasi awal yang dilakukan oleh Maulidya dkk. (2024), yang menyatakan bahwa responden merasa lebih leluasa untuk membagikan konten yang bersifat personal kepada pengikutnya. Hasil penelitian Maulidya dkk. (2024) juga

sejalan dengan hasil observasi awal yang telah dilakukan, selain itu responden juga memberikan alasan munculnya perasaan bebas untuk mengunggah konten disebabkan mereka telah mengenal para pengikut baik secara fisik maupun mental. Lebih lanjut Kamilah (2020) memaparkan bahwa individu menyeleksi siapa saja yang dianggap dekat dan dipercaya yang dapat mengikuti dan melihat konten di akun kedua dengan cara mengaturnya menjadi akun privat yang memerlukan izin dari pemilik akun. Adanya pengikut yang telah diseleksi ini membuat individu merasa bebas untuk mengekspresikan dirinya yang sebenarnya melalui konten yang dibagikan.

Kecenderungan ini tidak hanya menunjukkan pentingnya media sosial sebagai sarana pengungkapan diri, tetapi juga kompleksitas interaksi digital yang melibatkan berbagai faktor psikologis. Dengan semakin meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia, memahami fenomena ini menjadi penting, terutama untuk mengidentifikasi dinamika antara harga diri dan pengungkapan diri. Boyd (2021) menekankan bahwa meskipun media sosial menawarkan peluang besar untuk mengekspresikan diri, platform ini juga dapat menjadi sumber tekanan sosial yang menghambat keterbukaan individu. Oleh karenanya, studi lebih lanjut dibutuhkan untuk mengeksplorasi hubungan ini, khususnya dalam konteks mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2024 yang aktif menggunakan Instagram sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka.

Hubungan antara harga diri (*self esteem*) dan pengungkapan diri (*self disclosure*) telah menjadi fokus berbagai penelitian, terutama dalam konteks

media sosial. Harga diri memainkan peran penting dalam menentukan sejauh dan sedalam apa individu merasa nyaman untuk berbagi informasi yang bersifat pribadi. Rosenberg (1965) mendefinisikan harga diri sebagai evaluasi individu terhadap nilai dirinya, yang dapat memengaruhi kepercayaan diri mereka dalam membuka diri kepada orang lain. Pada konteks digital, individu yang memiliki harga diri tinggi lebih merasakan kepercayaan diri untuk membagikan aspek personal mereka melalui media sosial, termasuk Instagram (Wahyuni, 2021). Sebaliknya, individu dengan harga diri rendah sering kali membatasi pengungkapan diri karena kekhawatiran terhadap penilaian negatif (Hasibuan, 2023).

Meskipun hubungan antara kedua variabel ini cenderung signifikan, terdapat faktor-faktor lain yang turut memengaruhi pola pengungkapan diri. Kristanti dan Eva (2022) menunjukkan bahwa dukungan sosial dari lingkungan sekitar, seperti teman dan keluarga, dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam mengungkapkan diri secara lebih terbuka. Selain itu, kecemasan sosial juga menjadi salah satu hambatan utama bagi individu dengan harga diri rendah untuk berbagi informasi pribadi (Lestari, 2022).

Faktor demografi, seperti usia dan gender, juga memiliki pengaruh penting. Wahyuni (2021) menemukan bahwa mahasiswa perempuan cenderung lebih aktif dalam pengungkapan diri dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Hal ini menandakan bahwa selain harga diri, terdapat faktor interseksionalitas yang memperkuat atau menghambat pengungkapan diri di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi

kompleksitas tersebut dalam konteks mahasiswa, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang interaksi digital di era modern.

Penelitian yang berkaitan dengan hubungan antara harga diri dan *self disclosure* telah dilakukan di berbagai konteks, tetapi hasilnya tidak selalu konsisten. Wahyuni dan Anggraeni (2021) menemukan bahwa harga diri berhubungan secara positif dan signifikan dengan pengungkapan diri pada mahasiswa pengguna Instagram. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya individu dengan harga diri yang tinggi cenderung lebih terbuka dalam berbagi informasi pribadi. Namun, penelitian lain oleh Hasibuan (2023) menunjukkan bahwa meskipun hubungan ini ada, pengaruhnya dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti tingkat kecemasan sosial dan dukungan lingkungan.

Selain itu, studi oleh Kristanti dan Eva (2022) menyoroti pentingnya faktor generasi dalam pola pengungkapan diri, khususnya pada generasi Z, tetapi penelitian ini tidak mendalami konteks budaya digital di Indonesia. Penelitian oleh Lestari (2022) juga menunjukkan bahwa faktor demografi, seperti usia dan dukungan sosial, dapat menjadi variabel mediasi yang memengaruhi hubungan antara harga diri dan *self disclosure*. Hasil penelitian dari Fatarani (2020) menunjukkan adanya hubungan yang negatif antara harga diri dengan *self disclosure*. Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Forest & Wood (2012) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki harga diri rendah cenderung memiliki tingkat *self disclosure* yang tinggi di media sosial tertentu karena merasa resiko yang mungkin akan dialami dari *self disclosure* memiliki skala yang lebih kecil. Inkonsistensi ini menunjukkan celah penelitian yang

perlu diisi, terutama dalam konteks mahasiswa Indonesia sebagai pengguna aktif Instagram.

Urgensi penelitian ini juga terletak pada relevansi media sosial sebagai *platform* yang terus berkembang dan menjadi bagian penting dalam kehidupan generasi muda. Penetrasi media sosial yang tinggi di Indonesia (RRI, 2024), memahami dinamika harga diri dan pengungkapan diri menjadi semakin penting untuk mengidentifikasi faktor yang mendukung atau menghambat interaksi sosial digital. Harapan kedepannya penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mengisi kekosongan literatur dan memberikan wawasan baru dalam memahami pola pengungkapan diri mahasiswa di era digital.

Indonesia memiliki konteks unik dalam studi media sosial, terutama karena tingginya tingkat penetrasi internet dan pengguna aktif platform digital. Berdasarkan data RRI (2024), Indonesia mencatat 191 juta pengguna media sosial, dengan 122 juta di antaranya aktif di Instagram. Angka ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga platform utama untuk interaksi sosial di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Dalam konteks ini, mahasiswa menjadi subjek yang relevan untuk penelitian karena mereka berada pada tahap kehidupan yang penuh dinamika, termasuk dalam hal pencarian identitas diri dan pengembangan hubungan interpersonal.

Mahasiswa Indonesia menggunakan Instagram sebagai ruang untuk mengekspresikan diri dan membangun citra personal. Mahasiswa sering

memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk berbagi momen penting, menampilkan pencapaian, atau bahkan menjalin hubungan sosial (Wahyuni, 2021). Akan tetapi, tingkat keterbukaan mahasiswa di platform ini tidak homogen dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk harga diri. Pemilihan harga diri sebagai variabel X dan *self disclosure* sebagai variabel Y didasarkan pada berbagai penelitian yang telah mengemukakan bahwa harga diri memiliki hubungan yang cukup erat dengan *self disclosure*. Menurut Forest dan Wood (2012) tingkat *self esteem* yang berada dalam kategori tinggi menyebabkan pengguna media sosial cenderung mempercayai media sosial sebagai media pengungkapan diri guna menimbulkan citra diri positif dan pengungkapan ekspresi terhadap orang lain. Harvey dan Boynton (2021) juga mengungkapkan bahwa proses pengungkapan diri cenderung mampu memprediksi harga diri yang lebih besar dimana individu dengan harga diri rendah cenderung tidak mampu melakukan pengungkapan informasi mengenai diri sendiri dan cenderung pemalu. Berdasarkan teori tersebut peneliti tertarik untuk meneliti harga diri sebagai variabel X dan *self disclosure* sebagai variabel Y.

Pemilihan mahasiswa Ilmu Komunikasi Undip angkatan 2024 sebagai fokus penelitian juga didasarkan pada relevansi budaya digital lokal. Kristanti dan Eva (2022) menyoroti bahwa generasi Z di Indonesia memiliki pola interaksi digital yang unik, di mana *self disclosure* sering kali dipengaruhi oleh faktor seperti dukungan sosial dan kecemasan terhadap penilaian publik. Selain itu, Hasibuan (2023) menunjukkan bahwa konteks geografis dan budaya

memengaruhi bagaimana pengguna media sosial, termasuk mahasiswa, memanfaatkan platform digital seperti Instagram.

Penelitian ini dilakukan dengan fokus pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2024 untuk mengidentifikasi bagaimana harga diri memengaruhi pengungkapan diri mereka di Instagram. Pemilihan kancha ini tidak hanya relevan karena tingginya tingkat penggunaan media sosial di Indonesia, tetapi juga karena belum ada studi yang mendalami hubungan antara harga diri dan pengungkapan diri di konteks mahasiswa ilmu komunikasi Undip angkatan 2024. Pemilihan dengan fokus pada populasi ini, diharapkan kedepannya penelitian ini dapat memberikan wawasan baru mengenai dinamika interaksi digital dalam budaya Indonesia yang semakin berkembang.

Berdasarkan uraian yang dibahas di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab celah dalam literatur mengenai hubungan antara harga diri dan *self disclosure*, khususnya di kalangan mahasiswa pengguna Instagram di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro khususnya angkatan 2024 dengan mempertimbangkan konteks budaya digital yang unik di Indonesia dan tingkat penggunaan Instagram yang signifikan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan di bidang akademik yang relevan serta menawarkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pola pengungkapan diri di era digital. Penelitian ini juga memiliki potensi untuk memberikan wawasan praktis bagi pengembang platform media sosial

dan pemangku kebijakan dalam mendukung interaksi digital yang sehat dan bermakna.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan permasalahan yang diangkat oleh peneliti adalah apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan *self disclosure* pada mahasiswa pengguna Instagram di Jurusan ilmu komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2024?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan pengujian dan mengetahui hasil secara empiris tentang hubungan antara harga diri dengan *self disclosure* pada mahasiswa pengguna instagram di jurusan ilmu komunikasi undip angkatan 2024.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil temuan dari pelaksanaan penelitian yang telah didapatkan, secara teoritis diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya referensi tentang topik harga diri dan *self disclosure* pada lingkup mahasiswa yang menggunakan media sosial sehingga diharapkan mampu memberikan kebermanfaatan dalam ilmu psikologi yang terus berkembang terkhusus pada psikologi sosial dan psikologi komunikasi.

2. Manfaat Praktis

a. Subjek

Diharapkan dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan dari hasil penelitian mengenai pembahasan hubungan antara harga diri dengan *self disclosure* pada pengguna media sosial khususnya pengguna Instagram sehingga subjek dapat menggunakan media sosial dengan lebih bijak.

b. Instansi

Diharapkan hasil dari penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memahami perilaku *self disclosure* mahasiswa di media sosial yang berkaitan dengan tingkat harga diri yang dimiliki sehingga dapat digunakan untuk menyusun strategi pembelajaran untuk mendukung perilaku yang lebih positif dan bertanggung jawab di media sosial.

c. Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan untuk pembandingan dengan penelitian sebelumnya maupun selanjutnya mengenai harga diri dan *self disclosure*.