

BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesis peneliti melakukan uji asumsi pada hasil dari data penelitian. Uji asumsi terdiri dari dua macam, yaitu uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah penyebaran data tersebut normal atau tidak dengan menggunakan uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov Z*. Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linear atau tidaknya hubungan antar variabel.

5.1.1.1 Uji Normalitas

Pada uji normalitas nilai signifikansi berpaku pada angka 0,05. Data dapat dikatakan normal apabila memiliki nilai taraf signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$). Berikut penjelasan dari hasil normalitas penelitian ini:

1. *Self Disclosure*

Hasil uji normalitas skala *self disclosure* memperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,126 ($p > 0,05$). Dilihat dari data tersebut dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

2. Kebutuhan Afiliasi

Hasil uji normalitas skala kebutuhan afiliasi memperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,147 ($p > 0,05$). Dilihat dari data tersebut dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

5.1.1.2 Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan linear antara dua variabel penelitian. Berdasarkan hasil uji linearitas variabel *self disclosure* dengan

kebutuhan afiliasi diperoleh nilai $F_{\text{linear}} = 46,067$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) maka dapat dikatakan kedua variabel tersebut memiliki hubungan linear.

5.1.2 Hasil Analisis Data

Setelah uji asumsi dilakukan, selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Hasil dari uji hipotesis hubungan antara *self disclosure* dengan kebutuhan afiliasi yaitu $r_{xy} = 0,665$ dengan nilai signifikansi $0,000$ ($p < 0,01$). Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan *self disclosure*.

5.2 Pembahasan

Melihat hasil analisis data maka hipotesis yang diajukan diterima, yaitu adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan *self disclosure* dewasa awal pengguna media sosial. Semakin tinggi kebutuhan afiliasi maka semakin tinggi *self disclosure* seseorang di media sosial dan begitu juga sebaliknya. Kebutuhan afiliasi berhubungan secara positif dengan *self disclosure* di media sosial. *Self disclosure* dilakukan guna membantu individu memenuhi keinginannya menjalin komunikasi dengan orang lain sehingga tercipta sebuah relasi yang erat. Salah satu alasan individu terdorong untuk melakukan *self disclosure* di media sosial karena ingin membina hubungan baru ataupun mempertahankan relasi interpersonal dengan teman (Minanti, 2016). Pernyataan yang serupa dari hasil penelitian Yoseptian (2010) yang menyampaikan bahwa kebutuhan afiliasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *self disclosure*. Siswa dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung menggunakan fitur-fitur media sosial (*facebook*) untuk melakukan *self disclosure*. Hal tersebut

guna untuk mencari dan menjalin hubungan pertemanan yang lebih luas serta sebagai pembanding, penilai, dan bahan untuk mengevaluasi diri. *Self disclosure* dianggap mampu membantu seseorang untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya.

Berdasarkan aspek-aspek *self disclosure* menurut Devito (1997) dan aspek-aspek kebutuhan afiliasi menurut McClelland (dalam Faiza, 2018) dapat diuraikan bahwa individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan senang bertemu orang lain dan cenderung untuk memulai sebuah hubungan baru bersamaan dengan mempertahankan hubungan lama. Sedangkan individu yang memiliki kebutuhan afiliasi rendah cenderung menghindari pertemuan dengan orang lain dan cukup dengan kehadiran dirinya sendiri. Walgito (2004) juga berpendapat bahwa dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi dapat membuat individu terus menerus mencari teman dan berusaha membina hubungannya yang sudah terjalin dengan orang lain, sedangkan dengan kebutuhan afiliasi yang lemah akan membuat individu menolak dan menghindari untuk membangun hubungan dengan orang lain serta membiarkan hubungan yang sudah ada tidak berkembang.

Individu yang memiliki perasaan senang berkumpul yang tinggi akan melakukan *self disclosure* di media sosial dengan rutin memberikan komentar terhadap temannya dan tidak ketinggalan untuk membagi kegiatan sehari-hari. Hal ini dilakukan dengan harapan mendapatkan umpan balik yang sama dengan apa yang diungkapkan dan menciptakan suasana pertemanan yang ramai dan nyaman.

Individu yang suka berinteraksi dengan orang lain juga akan terdorong untuk melakukan *self disclosure* di media sosial melalui cerita, ide dan pandangan yang dibagikan di media sosial dan diharapkan mendapat komentar timbal balik dari pengguna media sosial lainnya. Individu tersebut juga senang mencari orang-

orang baru di media sosial. Sesuai dengan pendapat Lansing dan Heyns (dalam Baron & Byrne, 2012) bahwa individu dengan kebutuhan afiliasi tinggi akan menulis lebih banyak surat dan menelpon orang lain lebih banyak. Artinya individu tersebut akan membagikan banyak cerita, ide dan pendapat serta memberikan komentar kepada orang lain di media sosial.

Individu yang memiliki keinginan tinggi untuk disukai dan diterima orang lain akan termotivasi untuk melakukan *self disclosure*. Individu akan membagikan informasi melalui media sosialnya dengan hal-hal positif seperti memberikan komentar pujian di status orang lain, memberikan *like* di foto atau status orang lain dan membagikan cerita mengenai diri sendiri. Individu juga cenderung memberi komentar positif dan sesuai dengan yang diharapkan oleh orang lain agar individu dapat diterima dan disukai orang lain. Sesuai dengan pendapat Rinjani dan Firmanto (2013) dengan memberikan komentar pada pengguna lain akan menunjukkan keinginan untuk bersama dan memunculkan perasaan disukai dan diterima oleh orang lain.

Individu dengan keinginan tinggi untuk menyenangkan orang lain akan termotivasi individu tersebut untuk melakukan *self disclosure*. Individu akan terus memberikan komentar terhadap orang lain sesuai dengan apa yang diharapkan dengan orang tersebut. Menunjukkan rasa sedih apabila orang lain sedang sedih dan senang apabila orang lain senang yang disampaikan melalui media sosial. Hill (dalam Munawaroh, 2018) menyatakan bahwa hubungan dengan melibatkan emosi dan perasaan akan memudahkan individu untuk membangun hubungan yang hangat, harmonis, dan penuh dengan cinta kasih. Maka dari itu informasi yang diungkapkan cenderung bersifat positif baik itu pujian atau pencapaian-pencapaian diri dan individu tersebut akan berusaha untuk menghindari konflik.

Sejalan dengan DeVito (2011) bahwa *self disclosure* yang berisikan pujian dan kata-kata positif akan memudahkan komunikasi antar individu dalam membangun hubungan.

Individu dengan kesetiakawanan yang tinggi akan termotivasi untuk *self disclosure* di media sosial dengan bergabung dan rutin membagikan informasi melalui grup di media sosial. Grup seperti persamaan minat, pandangan politik, genre musik dan hobi. Media sosial memiliki fitur dimana pengguna dapat bebas mengungkapkan hal tersebut seperti *group* dalam facebook atau akun *official* sebuah *brand* dan *public figure*. Bertukar informasi, komentar serta memberikan *like* di media sosial menunjukkan sikap tertarik pada hal tersebut. Perasaan saling mengenal akan memunculkan rasa ketergantungan dan takut kehilangan yang secara alamiah akan menciptakan rasa setia kawan. Hal ini yang menuntut individu untuk terus melakukan *self disclosure* kepada orang lain.

Individu yang selalu mencari bantuan dari orang lain secara otomatis akan melakukan *self disclosure*. Ketika mengalami masalah dan membutuhkan bantuan serta masukan dari orang lain individu akan menceritakan permasalahannya. Individu biasanya memanfaatkan kolom status di media sosial untuk membagikan masalah atau perasaan yang sedang dialaminya. *Feedback* berupa komentar ataupun *like* sangat berpengaruh bagi individu dan akan sangat dihargai. Pada penelitian ini semua enam aspek kebutuhan afiliasi memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan *self disclosure* di media sosial.

Hasil penelitian ini memiliki hasil serupa dengan Shih, Hsu dan Lee (2015) bahwa kerekatan dan keakraban sebuah hubungan dapat berkembang dengan baik melalui *self disclosure* yang dilakukan melalui komunikasi *online* secara rutin dan teratur. Hal ini menandakan kemajuan teknologi membantu individu

berkebutuhan afiliasi tinggi untuk berkomunikasi dengan orang lain secara *online* dan menjaga hubungan interpersonalnya melalui *self disclosure*. Temuan Yoseptian (2010) juga mendapati adanya hubungan positif antara kebutuhan afiliasi dengan *self disclosure*. Kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung mendorong individu untuk memiliki hubungan yang erat dan intim dengan orang lain guna untuk mencapai kepuasan suatu hubungan. Maka dari itu *self disclosure* di media sosial akan meningkat dengan membagikan status, bertukar komentar dan memberikan *like* di unggahan orang lain. Hal ini akan menimbulkan rasa saling percaya, saling menghargai dan saling mengakui satu sama lain. Kebutuhan afiliasi mendorong individu untuk melakukan *self disclosure*.

Penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat berjalan dengan baik secara keseluruhan akan tetapi tidak terlepas dengan kelemahan dan kekurangan yang ada, yaitu:

1. Data uji coba yang digunakan sebagai data penelitian, hal ini menjadikan skala penelitian yang digunakan masih melibatkan item-item yang tidak valid (setelah melakukan uji reliabilitas dan validitas).
2. Populasi sulit digeneralisasikan karena menggunakan kota Cilacap yang tidak memiliki permasalahan khusus di media sosial.
3. Kriteria pengguna media sosial (jenis media sosial) kurang spesifik
4. Beberapa pernyataan di skala kebutuhan afiliasi dan *self disclosure* lemah.