

BAB 5

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Asumsi

Setelah mendapatkan data penelitian, perlu melakukan uji asumsi, yang terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas dilakukan guna mengetahui sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Sedangkan uji linieritas dilakukan guna mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini memiliki hubungan yang linier atau tidak.

5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov*, diperoleh hasil sebesar 0,118 dimana $p = 0,056$ ($p > 0,050$). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Data selengkapnya dapat di lihat pada lampiran D.

5.1.2 Uji Linieritas

Uji linieritas pada penelitian ini digunakan untuk menguji linieritas antara variabel keterbukaan diri remaja pembuat video tik tok sebagai variabel tergantung dan variabel harga diri sebagai variabel bebas. Pada penelitian ini nilai F_{linier} yang dihasilkan adalah 8.388 dengan signifikan sebesar 0.006 ($p < 0,05$). Maka dari itu, hasil uji linieritas menunjukkan bahwa terdapat hubungan linier pada variabel keterbukaan diri remaja pembuat video tik tok dan variabel harga diri.

5.2 Uji Hipotesis

Setelah mendapatkan hasil uji asumsi, perlu melakukan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 26. Teknik yang akan digunakan dalam uji

hipotesis ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari K. Pearson dan memiliki kriteria bila nilai signifikansi $p = <0,01$, artinya terdapat hubungan yang sangat signifikan antara variabel bebas dengan variabel tergantung (Sarwono, 2006).

Berdasarkan hasil uji korelasi *Product Moment* dari K. Pearson diperoleh hasil nilai $r = 0,392$ dengan nilai signifikansi $p = 0,003$ ($p = <0,01$). Hasil uji korelasi tersebut dapat di lihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.1 Hasil Uji Korelasi Product Moment

Correlations			
		Keterbukaan Diri	Harga Diri
Keterbukaan Diri	Pearson Correlation	1	.392**
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Peneliti juga melakukan uji korelasi antara aspek harga diri dengan keterbukaan diri. Hasil uji korelasi tersebut dapat di lihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.2 Hasil Uji Korelasi antara Aspek Harga Diri Dengan Keterbukaan Diri pada Remaja Akhir Pembuat Video Tik Tok

Aspek Harga Diri	Keterbukaan Diri	
	r	p
<i>Self-competence</i>	0,454	0,001
<i>Self-liking</i>	0,311	0,021

Berdasarkan tabel 5.1 dapat dilihat bahwa aspek *self-competence* memiliki nilai $r = 0,454$ dan aspek *self-liking* memiliki nilai $r = 0,311$. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara aspek *self-competence* dan *self-liking* dengan keterbukaan diri pada remaja pembuat Video Tik Tok.

5.3 Pembahasan

Berdasarkan uji korelasi *Product Moment* dari K. Pearson menunjukkan hipotesis awal yang diajukan oleh peneliti dapat diterima. Maka dari itu hasil tersebut memberikan arti bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dengan keterbukaan diri pada remaja akhir pembuat video Tik Tok. Semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi pula keterbukaan diri pada remaja akhir pembuat video Tik Tok.

Dalam perkembangan fungsi sosial remaja, remaja dituntut agar mampu menyesuaikan dirinya di lingkungan sosial (Buhrmester dalam Ramadhana 2018). Bagi remaja, Tik Tok menjadi tempat untuk melakukan proses keterbukaan diri sekaligus menjadi tempat untuk mengembangkan eksistensi dirinya (Wulandari & Wijaya, 2021). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Choi dan Toma (2014) didapatkan hasil bahwa media sosial memiliki keunggulan dalam pemanfaatannya melakukan pengungkapan diri, misalnya saja kemudahan dalam mengakses media tersebut. Kemudahan yang dimiliki inilah yang mendorong remaja melakukan pengungkapan diri di Tik Tok.

Peneliti juga melakukan perhitungan analisis dari variabel keterbukaan diri pada remaja akhir pembuat video Tik Tok, didapatkan hasil bahwa mean empirik sebesar 32,60, standar deviasi empirik sebesar 8,772, mean hipotetik sebesar 30, dan untuk standar deviasi hipotetik sebesar 6. Kemudian untuk kategorisasi terhadap variabel keterbukaan diri pada remaja pembuat video Tik Tok, didapatkan hasil bahwa sebagian besar subjek masuk dalam kategori sedang dengan jumlah 28 subjek atau 50,9%, kemudian yang kedua terdapat 19 subjek atau 34,5% yang masuk dalam kategori tinggi, dan tersisa 8 subjek atau 14,5% yang masuk dalam kategori rendah. Remaja yang masuk dalam kategori

keterbukaan diri sedang hingga tinggi merasa aman dan nyaman ketika melakukan keterbukaan diri di media sosial khususnya Tik Tok. Sebaliknya, remaja yang masuk dalam kategori rendah, mereka cenderung berhati-hati dalam melakukan keterbukaan diri di media sosial khususnya Tik Tok, dan mereka cenderung memilih manakah informasi yang hendak mereka ungkapkan (Adnan & Hidayati, 2018).

Peneliti juga melakukan perhitungan analisis dari variabel harga diri, didapatkan hasil bahwa mean empirik sebesar 53,91 standar deviasi empirik sebesar 5,324, mean hipotetik sebesar 40, dan untuk standar deviasi hipotetik sebesar 3,167. Kemudian untuk kategorisasi terhadap variabel harga diri, didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan subjek masuk dalam kategori tinggi dengan jumlah 55 subjek atau 100%.

Penelitian yang dilakukan oleh Forest dan Wood (2012) menunjukkan bahwa orang yang memiliki harga diri tinggi menganggap keterbukaan diri di media sosial menjadi cara mengekspresikan diri. Sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santi dan Damariswara (2017), individu yang memiliki harga diri yang tinggi akan mampu menghargai dirinya sendiri, sehingga mereka mampu menunjukkan keterbukaan diri yang efektif. Berdasarkan uji korelasi antara aspek harga diri dengan keterbukaan diri, didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan pada aspek *self-competence* ($p = 0,001$) dan hubungan positif yang signifikan pada aspek *self-liking* ($p = 0,021$) dengan keterbukaan diri pada remaja pembuat Video Tik Tok dengan arah koefisien rendah. *Self-competence* adalah penilaian individu seputar kemampuan yang pernah dialami oleh dirinya sendiri yang mengacu pada orientasi positif maupun negatif yang menjadi sumber kekuatan bagi diri individu. Kemampuan yang dimiliki

individu dapat membantu individu dalam menampilkan suatu kesan yang baik terhadap orang lain, sehingga individu menjadi mudah dalam melakukan keterbukaan diri pada individu lain (Bareket-Bojmel, dalam Djafarova dan Trofimenko, 2017). *Self-liking* yang dimiliki individu juga membantu individu dalam menampilkan kesan terhadap orang lain, sehingga tidak lagi mencari penerimaan dari individu lain (Ramadhani & Ningsih, 2021). Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Utomo dan Laksmiwati (2019), mengenai hubungan harga diri dengan pengungkapan diri pada siswa-siswi pembuat jejaring sosial instagram pada salah satu SMA.

Pada penelitian ini variabel harga diri dengan keterbukaan diri pada remaja pembuat video Tik Tok memberikan sumbangan efektif atau memiliki kontribusi yang relatif kecil terhadap keterbukaan diri pada remaja pengguna Tik Tok, yakni sebesar 11,4%. Sedangkan, 88,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor – faktor lain seperti, konsep diri, kesadaran diri, faktor budaya, jenis kelamin, dan topik atau tema percakapan (Liliwari, 2015). Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nwanosike dan Nwankwo (2017). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Nwanosike dan Nwankwo (2017), didapatkan hasil bahwa harga diri tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri seseorang.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian yang didapat memiliki banyak kekurangan serta kelemahan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini, yaitu :

1. Pada penelitian ini orientasi kancah penelitian nya tidak begitu jelas, sehingga pengaplikasian nya tidak dapat digeneralisasikan,

2. Terdapat beberapa item yang dibuang, sehingga nilai reliabilitasnya turun.

