

**PENGUNGKAPAN DIRI PADA PENGGUNA INSTAGRAM
DITINJAU DARI KEBUTUHAN AFILIASI**

SKRIPSI

Benedicta Hudi Priquinnita
20.E1.0180



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

PENGUNGKAPAN DIRI PADA PENGGUNA INSTAGRAM DITINJAU DARI KEBUTUHAN AFILIASI

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima untuk
Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Psikologi

Oleh:

Benedicta Hudi Priquinnita

20.E1.0180



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

**Pengungkapan Diri Pada Pengguna Instagram
Ditinjau Dari Kebutuhan Afiliasi**
(*Self-Disclosure for Instagram Users in Terms of Need for Affiliation*)

Benedicta Hudi Priquinnita, Sri Sumijati

Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang, Indonesia

Abstrak

Instagram menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan untuk mengungkapkan diri. Pengungkapan diri yang terjadi di Instagram kerap kali dilakukan untuk memenuhi kebutuhan untuk terhubung dengan orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri pada pengguna Instagram. Sampel penelitian merupakan 149 pengguna aktif Instagram dengan teknik pengambilan sampel sampling insidental. Alat ukur yang digunakan diterjemahkan dari skala pengungkapan diri dan *Interpersonal Orientation Scale*. Uji hipotesis dilakukan dengan uji korelasi *Spearman Rho*. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kebutuhan afiliasi dan pengungkapan diri pada pengguna Instagram ($r = 0,372$ dan $p < 0,000$). Semakin tinggi kebutuhan afiliasinya maka akan semakin tinggi pula pengungkapan diri yang dilakukan di Instagram.

Kata kunci: pengungkapan diri, kebutuhan afiliasi, instagram

Abstract

Instagram is one of the social media that is often used to express oneself. Self-disclosure that occurs on Instagram is often done to fulfill the need to connect with other people. This research aims to determine the relationship between need for affiliation and self-disclosure among Instagram users. The research sample was 149 active Instagram users using an incidental sampling technique. The measuring instrument used is translated from the self-disclosure scale and Interpersonal Orientation Scale. Hypothesis testing was carried out using the Spearman Rho correlation test. Based on the results of the analysis, it was found that there was a very significant positive relationship between the need for affiliation and self-disclosure among Instagram users ($r = 0,372$ and $p < 0,000$). The higher need for affiliates, the higher self-disclosure on Instagram.

Keywords: self-disclosure, need for affiliation, instagram