

Prediksi *Conformity* Berdasarkan *Self Disclosure* pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang Menggunakan *Instagram*

**Fatimah Azzahra, Irfan Noor, Imadduddin
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin**

Abstract

Conformity is a type of social influence that requires modifying one's thinking or behavior to suit the needs of the group. People conform for many reasons. One of the things they want to like and chosen by their social group. So in this case, the researcher aims to conduct research on prediction of conformity based on self-disclosure to UIN Antasari Banjarmasin students who use Instagram and the sample used is 366 UIN Antasari Banjarmasin students with a non-probability sampling technique using simple linear regression data analysis. The results of the Product Moment test analysis show a correlation of $0.000 < 0.05$ with the accepted alternative hypothesis (H_a), which means that it indicates that the hypothesis Self-disclosure in Antasari Banjarmasin State Islamic University students who use Instagram can be predicted by conformity.

Keywords: Conformity; Self Disclosure; Students; Instagram.

Abstrak

Conformity adalah jenis pengaruh sosial yang memerlukan modifikasi pemikiran atau perilaku seseorang agar sesuai dengan kebutuhan kelompok. Orang-orang melakukan conformity karena berbagai alasan. Salah satu alasannya adalah mereka ingin disukai dan dipilih oleh kelompok sosialnya. Maka dalam hal ini, peneliti bertujuan ingin melakukan penelitian tentang prediksi conformity berdasarkan self disclosure pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan Instagram dan sampel yang dipakai sebesar 366 mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling analisis data regresi linier sederhana. Hasil analisis uji Product Moment menunjukkan hasil korelasi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan hasil tersebut hipotesis alternative (H_a) diterima, artinya menunjukkan bahwa hipotesis Self disclosure pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan Instagram dapat di prediksi oleh conformity.

Kata kunci: Conformity; Self Disclosure; Mahasiswa; Instagram.

Kemajuan dan banyaknya terobosan-terobosan teknologi media atau disebut media sosial seperti sekarang ini yang begitu pesat, peningkatan teknologi yang terus maju bukan hanya di Indonesia saja namun juga di berbagai penjuru dunia. Platform Instagram menjadi media sosial paling populer saat ini, yang memungkinkan pengguna untuk bergabung, terhubung, berbagi, dan berkreasi dengan cepat tanpa dibatasi oleh tempat maupun waktu.

Instagram telah melampaui angka satu miliar juta orang di seluruh dunia, dengan Indonesia berada di peringkat ketiga dalam hal jumlah orang yang dapat dijangkau atau pengguna dengan angka 63 juta. Rata-rata, 59 persen dari penggunanya berusia antara 18 sampai 24 tahun, 30 persen berusia antara 25 sampai 34 tahun, dan 11 persen berusia antara 35 sampai 44 tahun (Prihatiningsih, 2017).

Dari hasil survey menyatakan bahwa pengguna media sosial lebih banyak digunakan pada remaja sesuai dengan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2017 remaja menjadi sebagai salah satu pemakai tertinggi pada media sosial yaitu dengan persentase nilai 75,50% dari seluruh kalangan pengguna yang ada di Indonesia (APJII 2017). Dari hasil survey dari data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2021 menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 73,3 yang setara dengan 196,7 juta pengguna dari jumlah populasi di Indonesia sebesar 266,9 juta (APJII 2021).

Ketika kita membandingkan jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia dengan jumlah orang yang menggunakan internet di Amerika Serikat, dapat ditemukan tiga dari sepuluh orang merupakan pengguna internet di Indonesia (Junawan & Laugu, 2020) Kebebasan pribadi dalam menyampaikan ide, kritik, saran, bahkan hujatan di *platform Instagram* dapat ditemukan setiap saat, siang dan malam, begitu pula tren media sosial seperti #racuntiktokcheck yang menjadi tren di tahun 2020, atau tren yang ada di tahun-tahun sebelumnya. Sebagai contoh, fenomena "Om Tolelot Om" telah populer di media sosial, diikuti oleh hampir setiap daerah di Indonesia (Cahyono, 2016) *Conformity* atau konformitas adalah jenis pengaruh sosial yang memerlukan modifikasi pemikiran atau perilaku seseorang agar sesuai dengan kebutuhan kelompok. *Conformity* juga dapat secara sederhana didefinisikan sebagai "*yielding to group pressures*".

Konformitas, menurut Teylor, Peplau, dan Sears, adalah aktivitas yang dilakukan seseorang karena mereka melihat orang lain melakukan hal yang sama. Dalam penelitian yang dilakukan Asch mengemukakan bahwa *conformity* ini meningkat seiring bertambahnya anggota suatu kelompok dan riset terbaru justru menunjukkan bahwa kelompok yang lebih besar cenderung meningkatkan *conformity*. Semakin besar kelompok, semakin besar kemungkinan individu untuk mengikuti tingkah laku kelompok, bahkan jika perilaku berlawanan dari apa yang sebenarnya diinginkan. Besarnya dampak sosial yang

kuat dari *conformity* dibuktikan secara ilmiah dalam studi tahun 1951 oleh Solomon Asch (Sarlito, 2009). Pada platform *Instagram* terdapat banyak perilaku *conformity*. Terakhir, munculnya idola *Instagram* baru yang dikenal dengan selebgram menyebabkan anak muda meniru atau menyesuaikan diri dengan apa yang dilakukan idola mereka, seperti cara berdandan dan berpakaian, bahkan pergi ke tempat-tempat yang biasa ditampilkan dan viral *instagram*. Dengan hal tersebut perilaku tersebut dapat berdampak pada *self disclosure* pengungkapan diri.

Self disclosure juga dikenal sebagai pengungkapan diri, adalah proses komunikasi di mana seseorang berbagi informasi pribadi dengan orang lain. Pikiran, aspirasi, tujuan, kegagalan, pencapaian, perasaan, ketakutan, dan harapan, serta kesukaan, dan ketidaksukaan seseorang, semuanya dapat dimasukkan dalam informasi deskriptif atau evaluatif. Dalam mengungkapkan diri di *instagram* hendaknya kita mengutamakan menyebarkan kebaikan bahkan pada pandangan Islam menyebarkan kebaikan dan komunikasi bukan sekedar kebutuhan manusia, tetapi juga kewajiban manusia dalam kesatuan syariat. Hal ini menunjukkan bahwa ketika seorang Muslim berbicara dengan manusia, komunikasi transendental adalah landasan dan fondasinya. Seperti hadits yang diriwayatkan dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu, dari Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda:

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه من حُسنِ إسلامِ المرءِ تركُهُ ما لا يعنيه

وسلم

“Dari Abu Hurairah radhiallahunhu dia berkata: Rasulullah shallallahu `alaihi wa sallam bersabda: Merupakan tanda baiknya Islam seseorang, dia meninggalkan sesuatu yang tidak berguna baginya.” (HR. Tirmidzi no. 2317, Ibnu Majah no. 3976)

Salah satu sifat seorang muslim menurut hadits di atas adalah meninggalkan kegiatan yang tidak berguna. Akhlak seorang Muslim adalah menjaga dirinya terlibat dengan hal-hal yang mulia, termasuk kegiatan tercela, baik berupa perkataan atau perbuatan dan hendaknya menyibukan diri dengan perkara-perkara yang baik dan mulia (Muhyiddin Yahya Bin Syaraf Nawawi). Menurut Imam al-Qori makna meninggalkan yang tidak

berguna yaitu sesuatu yang tidak penting dan tidak baik seseorang lakukan. Baik berupa suatu ucapan ataupun tindakan, walaupun sekedar melihat maupun memikirkan.

Meninggalkan suatu yang tidak berguna sejalan dengan nilai pada *self disclosure* pada pengguna *instagram* yang membentuk komunikasi dan informasi tentang dirinya dan membagikan dalam bentuk foto dan video dan hendaknya membagikan sesuatu yang bermanfaat. Sebagai seorang mahasiswa yang memasuki tahap kedewasaan dan kemandirian dari masa remaja hingga dewasa, gaya hidup yang tidak tepat akan berdampak dalam *conformity* dan didorong juga karena mahasiswa tidak asing dengan media sosial. Tidak hanya *conformity* namun *self disclosure* juga penting bagi mahasiswa, karena itu akan membantu individu dalam melatih kemampuan untuk mengendalikan diri individu saat dibawah tekanan dan bisa tumbuh menjadi katarsis atau pelepasan emosi, memahami masalah secara objektif dan potensi pribadi individu.

Adapun hasil wawancara peneliti pada 8 mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari, dengan pertanyaan pernahkah anda pernah merasakan atau mempunyai pengalaman ingin melakukan sesuatu hal di sosial media tapi karena adanya orang lain yang mempengaruhi akhirnya berubah pikiran dan mengikuti keputusan orang lain atau *conformity*, misalnya banyaknya review produk oleh selegram ataupun para artis, beberapa opini oleh para *content creator* mengenai suatu hal atau kejadian dll. 3 mahasiswa mengatakan tidak, dan 5 mengatakan ya. Seperti hasil wawancara dari mahasiswa berinisial SA yaitu:

“Pernah punya pengalaman seperti itu karena saya masih bingung memutuskannya, seharusnya saya melakukan apa saya mau kenyataannya malah mengikuti orang lain akhirnya berdampak pada perkembangan diri saya, tidak menikmati karena tidak mengikuti kata hati saya”.

Dari hasil wawancara bisa terlihat bahwa *conformity* dapat memprediksi terhadap *self disclosure* individu, Berdasarkan uraian sebelumnya peneliti tertarik dan akan melakukan penelitian dengan judul prediksi *conformity* berdasarkan *self disclosure* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *instagram*.

Berdasarkan uraian diatas *self disclosure* dan *conformity* merupakan suatu hal yang saling berkaitan satu sama lain dengan menjadi pengguna *platform Instagram* pasti akan ada dampak positif dan negatif terhadap psikologi pengguna misalnya membagikan konten yang bermanfaat seperti pengalaman yang akan memotivasi pengguna lain atau

pengungkapan diri yang negatif seperti mencela orang lain, dihindari bahkan dikucilkan dari pergaulan hal tersebut tidak terlepas dari kontrol diri individu dalam menggunakan *Instagram*.

Adapun rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu bagaimana tingkat *self disclosure* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *Instagram*, bagaimana tingkat *conformity* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *Instagram*, dan apakah *conformity* dapat memprediksi *self disclosure* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *Instagram*.

Dari sudut pandang teoritis, penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi pada bidang psikologi sosial dan mampu melengkapi literature mengenai *self disclosure* dengan *conformity*, jadi penelitian ini akan berkontribusi teoritis dengan memberikan kontribusi baru mengenai variabel tersebut. Penelitian ini diharapkan agar mahasiswa mewaspadai ketika mengalami *conformity* terlalu banyak dan tanpa dasar maka akan kehilangan kesempatan untuk mengekspresikan dan mengungkapkan diri.

Dengan hipotesis alternatif (H_a) adalah *Self disclosure* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *Instagram* dapat di prediksi oleh *conformity*, dan hipotesis nol (H_0) *self disclosure* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *Instagram* tidak dapat di prediksi oleh *conformity*.

Metode

Metode yang akan diterapkan pada penelitian ini yaitu pendekatan dengan memakai jenis penelitian korelasional dengan pendekatan *field research* atau penelitian lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk memprediksi dua variabel yaitu *self disclosure* (x) dan *conformity* (y) pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Dengan jumlah populasi sebesar 10.863 tahun ajaran 2021/2022 subjek penelitian berjumlah 366 mahasiswa yang didapatkan berdasarkan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kepercayaan 95% dibagi yang dibagi berdasarkan kouta per fakultas yaitu, Fakultas Syariah berjumlah 53 responden, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan berjumlah 140 responden, Fakultas Dakwah dan Komunikas

berjumlah 36 responden, fakultas ushuluddin dan Humaniora berjumlah 47 responden, dan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berjumlah 60 responden.

Kriteria responden berstatus aktif sebagai mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, responden adalah pengguna aktif *Instagram*, pengguna aktif adalah mereka yang mengirimkan foto atau video di *instastory* dan atau *feed instagram* setidaknya seminggu sekali, Pengguna mengunjungi situs web *instagram* setidaknya sekali sehari, baik di ponsel atau di komputer pengguna, pengguna minimal 1 tahun menggunakan *Instagram*.

Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan skala psikologi yang peneliti bagi menjadi dua skala yaitu *self disclosure* dan skala *conformity*. Skala *self* aspek yang dipakai menggunakan aspek *self disclosure* Wheeles (1976) dikemukakan oleh Devito yaitu Kedalaman dan intimasi, Ketempatan dan Kejujuran, jumlah, velensi, dan tujuan (Devito, 2011). Skala *conformity* aspek-aspek diuraikan oleh Sears dkk, yaitu kepercayaan terhadap kelompok, kepercayaan yang lemah terhadap penilaian sendiri, rasa takut terhadap celan sosial, rasa takut terhadap penyimpangan, ketaatan dan kepatuhan (Sears, 1985).

Uji validitas skala *conformity* didapatkan 9 item yang tidak valid dari total 25 item dan uji validitas pada skala *self disclosure* peneliti mengadaptatidari penelitian oleh Nora Anggraeni yaitu berjumlah 19 item dan hasil dari uji tersebut terdapat 3 item pernyataan yang tidak valid dan dilakukan uji kembali total item yang valid yaitu 16. Hasil reliabilitas untuk skala *conformity* $0,868 \geq 0,312$ dan skala *self disclosure* sebesar $0,819 \geq 0,18$ maka untuk data yang dipakai untuk skala *conformity* dan *self disclosure* dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis pada penelitian ini menggunakan yaitu analisis statistic regresi linear sederhana, yang mana analisis ini memakai dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat sederhana yang dimana salah satunya mempengaruhi varibel satunya, serta metode untuk menentukan apakah beberapa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Idaini, 2014). Aplikasi IBM SPSS Statistics 21 untuk *Windows* digunakan untuk analisis ini.

H a s i l

Uji Asumsi

Hasil uji normalitas data variabel *self disclosure* dan *conformity* didapatkan dengan nilai signifikansi Asymp Sig (2-tailed) yaitu $0,331 > 0,05$ yang berarti lebih dari 0,05 dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji linieritas variabel *self disclosure* dan *conformity* nilai signifikan *deviation from linearity* sebesar 0,756. Dari nilai tersebut diketahui bahwa $0,756 > 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa antara variabel *self disclosure* (X) dengan variabel *conformity* (Y) terdapat hubungan yang linier.

Uji Deskriptif

Kategorisasi untuk tiap-tiap variabel juga di buat pada penelitian ini yang memiliki tujuan untuk menempatkan subjek penelitian ke bagian-bagian pengelompokkan kategori berdasarkan kontinum dari suatu alat ukur. Di bawah ini adalah tabel yang menunjukkan kategori tingkat *self disclosure* terhadap *conformity* pada mahasiswa UIN Antasari yang menggunakan *instagram*.

Tabel 1
Tingkat Self Disclosure

Norma	Frekuensi	Persentase
Tinggi	65	19.3%
Sedang	220	65.5%
Rendah	51	15.2%

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa tingkat *self disclosure* intensitas tinggi yaitu 19.3% dengan jumlah 65 orang, intensitas sedang yaitu 65.5% dengan jumlah 220 orang, dan intensitas rendah yaitu 15.2% dengan jumlah 51.

Tabel 2
Tingkat Conformity

Norma	Frekuensi	Persentase
Tinggi	86	25.6%
Sedang	208	61.9%
Rendah	42	12.5%

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa tingkat *conformity* intensitas tinggi yaitu 25.6% dengan jumlah 86 orang, intensitas sedang yaitu 61.9% dengan jumlah 208 orang, dan intensitas rendah yaitu 12.5% dengan jumlah 42.

Tabel 3
Katagori

Usia	Laki-laki	Perempuan	Total
18-20	26	75	101
21-13	57	170	227
23-26	4	4	8
			336

Dari tabel 3 tersebut dapat diketahui jumlah responden sebesar 336 dengan usia 18-20 dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 26, perempuan 75, usia 21-13 dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 57, perempuan 170, dan usia 23-26 dengan jenis kelamin laki-lai sebesar 4, dan perempuan 4.

Uji Hipotesis

Tabel 4
Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.280 ^a	.078	.076	2.766

Dari table 4 tersebut dapat dilihat nilai R sebesar 0,280 yang artinya *conformity* memiliki korelasi yang cukup kuat terhadap *self disclosure*. Koefisien determinasi (R² atau R Square) sebesar 0,078, hal ini berarti menunjukkan varians dari *self disclosure* terhadap *conformity* sebesar 7,8 %, sedangkan selebihnya merupakan varians dari faktor lain.

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Sederhana

Variabel	B	95% CI	B	t	p
(Konstanta)	37.400			28.819	.000
<i>Self Disclosure</i>	0,157	[0,099, 0,215]	0,280	5.333	.000

Catatan: $1;334) = 28.444 ; p < 0,05$

Hasil uji regresi menunjukkan secara signifikan bahwa *self disclosure* memprediksi *conformity*, ($\beta = 0,280$, $t(334) = 1.967$; $p < 0,05$ ($0,000 < 0,05$; 95% CI dari B [0,099, 0,215]) (Ha) diterima. *Self disclosure* juga dapat menjelaskan secara signifikan besar proporsi varian *conformity*, $R^2 = 0,078$; $F(1;334) = 28.444$; $p < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$. *Self disclosure* memiliki nilai koefisien regresi yang positif terhadap *conformity*.

Pembahasan

Conformity atau konformitas seperti yang didefinisikan Baron dan Bryne yaitu bagaimana kebanyakan orang-orang mengubah sikap dan perilaku mereka untuk mematuhi norma-norma sosial saat ini ketika mereka dipengaruhi (Baron, 2005). *Conformity* terjadi ketika orang menyesuaikan perilaku, persepsi, dan pandangan mereka agar sesuai dengan norma kelompok.

Menurut Johnson dalam Supratiknya, *self disclosure* atau pengungkapan diri berarti mengungkapkan perasaan atau tanggapan kita terhadap peristiwa yang kita alami, serta memberikan pengetahuan mengenai masa lalu individu yang relevan atau mendaptakna respon dari orang lain. Pengungkapan diri merupakan teknik komunikasi di mana kita mengungkapkan diri kita yang sebelumnya tersembunyi kepada orang lain (Fisher, 1978).

Self disclosure terjadi bukan hanya ada di kehidupan nyata, namun juga terdapat di dunia maya. Mayoritas dari mahasiswa dan remaja menggunakan *Instagram* untuk mengekspresikan diri, yang mereka lakukan melalui *update* status, gambar, dan video. *Self disclosure* diri individu melalui *instagram* membuat mereka terus meningkatkan intensitas dengan membagikan foto atau video karena mereka merasa disukai dan diterima oleh rekan-rekan mereka (Bohjalian, 2017).

Penelitian ini dengan rumusan masalah ingin mengetahui tingkat *self disclosure* dan *conformity* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Diketahui bawa tingkat *self disclosure* intensitas tinggi yaitu 19.3% dengan jumlah 65 orang, intensitas sedang yaitu 65.5% dengan jumlah 220 orang, dan intensitas rendah yaitu 15.2% dengan jumlah 51.

Artinya rata-rata *self disclosure* pengguna *Instagram* pada mahasiswa UIN Antasari berada pada tingkat sedang. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Witrin Gamayanti, dkk tahun 2018 mendapatkan hasil *self disclosure* sebesar 69.39% pada katagori sedang yang

memiliki arti individu memiliki sebuah kemampuan untuk mengungkapkan dirinya dengan berbagi kepada orang lain mengenai suatu masalah yang sedang dihadapinya.

Walaupun tidak sedikit pula mahasiswa UIN Antasari yang memiliki *self disclosure* tinggi dan rendah. Menurut Johnson dalam Supratiknya, *self disclosure* atau pengungkapan diri berarti mengungkapkan perasaan atau tanggapan kita terhadap peristiwa yang kita alami, serta memberikan pengetahuan mengenai masa lalu individu yang relevan atau mendaptakna respon dari orang lain. Pengungkapan diri merupakan teknik komunikasi di mana kita mengungkapkan diri kita yang sebelumnya tersembunyi kepada orang lain.

Ketika individu melakukan *self disclosure* maka akan melibatkan paling sedikit satu orang. Agar *self disclosure* terjadi, tidak komunikasi melibatkan sedikitnya dua orang dengan informasi harus diterima dan dimengerti oleh orang lain. Bargh dkk, mengatakan bahwa jejaring sosial merupakan interaksi yang kemungkinan lebih besar melakukan proses *self disclosure* dari pada dengan langsung bertatap muka diakrenakan media sosial menjadi salah satu wadah untuk seorang individu menceritakan informasi tentang dirinya.

Hubungan yang dekat antara individu dan kelompok berdampak pada konformitas. Kesepakatan kelompok merupakan aspek penting dalam pembentukan *conformity*. Ketika individu dihadapkan dengan suatu keputusan didalam kelompok tersebut dan hal tersebut menjadi pendorong individu untuk berubah pikiran. ketika ukuran kelompok tumbuh menjadi besar ataupun kecil itu akan beradampak terhadap *conformity* individu terhadap kelompok tersebut. Keterikatan adalah sebuah motivasi yang kuat bagi seorang individu untuk tidak mengikuti suatu pendapat. Orang-orang yang memiliki sebuah komitmen tidak ingin ikut-ikutan apabila berlawanan dengan prinsip atau komitmennya (Baron, 2005).

Tingkat *conformity* intensitas tinggi yaitu 25.6% dengan jumlah 86 orang, intensitas sedang yaitu 61.9% dengan jumlah 208 orang, dan intensitas rendah yaitu 12.5% dengan jumlah 42. Jadi untuk tingkatan *self disclosure* paling banyak berada di katagori sedang dengan jumlah 220 atau 65.5 % dan *conformity* paling banyak berada di katagori sedang dengan 208 batau 61.9% pada mahasiswa UIN Antasari Banjarasin yang menggunakan *instagram*.

Dari hasil tersebut memiliki kesimpulan bahwa mahasiswa UIN Antasari berada di katagori sedang untung tingkat *conformity* atau konformitas, hasil data tersebut sejalan dengan penelitian tingkat konformitas terhadap *smartphone* oleh Desta Arum Wilansari pada

tahun 2016 yang hasilnya berada di katagori sedang disebabkan dari individu yang lebih senang melakukan suatu kegiatan yang sama dan *sharing* dengan pengguna *smartphone* lainnya hal tersebut terdapat pada aspek kekompakan.

Menurut penelitian Merita Kurnia Putri pada tahun 2019 individu yang memiliki tingkatan *conformity* yang rendah akan memiliki keyakinan terhadap kemampuannya sendiri. Jadi mereka tidak akan mudah terpengaruh ketika teman mereka melakukan sesuatu yang tidak mereka setuju. Dia tahu sesuatu apa yang bagus baginya dan apa yang harus dia hindari. Sebaliknya individu dengan tingkat yang *conformity* tinggi akan selalu mengikuti jejak teman-temannya. Dia akan mengerjakan apa dinginkannya, apakah itu baik atau buruk karena merasa takut dianggap dari kelompoknya.

Penelitian dari Herring pada tahun 2015 mengatakan bahwa usia 18-25 tahun atau golongan remaja sampai dewasa awal menjadi pengguna terbanyak sebesar 80% menghabiskan waktunya untuk mengunjungi *platform Instagram* mereka suka membagikan momen-momen di media sosial terkhusus *Instagram* dengan membagikan konten seperti foto dan video, bahkan mereka dngan bebas memberikan pendapatnya, hal tersebut dikarenakan supaya dilihat dan didengarkan oleh pengguna lain.

Salah satu alasan mengapa individu melakukan *conformity* keinginan yang besar untuk merasa disukai dikarenakan pada dasarnya, banyak orang senang dihargai bahkan dipuji dan banyak orang lain mencoba menyesuaikan diri karena ini, misalnya dengan cara mengikuti berbagai *trend* yang ada di *instagram* dengan tujuan ingin merasa dipuji.

Dalam penelitian ini terdapat 366 responden, yang dibagi berdasarkan kouta per fakultas yaitu, Fakultas Syariah berjumlah 53 responden, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan berjumlah 140 responden, Fakultas Dakwah dan Komunika berjumlah 36 responden, fakultas ushuluddin dan Humaniora berjumlah 47 responden, dan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berjumlah 60 responden dengan total 366 responden mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

Berdasarkan dari analisis peneliti uji hipotesis didapatkan hasil bahwa variabel (X) *Self disclosure* berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) *conformity* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *instagram*. dengan skor signifikasi nilai variabel *self disclosure* terhadap *conformity* yaikni $0,000 < 0,05$ dengan hasil tersebut hipotesis

alternative (Ha) diterima Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 7,8% maka berpengaruh positif.

Pada penelitian ini fungsi dari *self disclosure* di platform *Instagram* yang tepat terdapat poin keempat, di mana penelitian untuk pengguna *Instagram* yang menjadi kontrol sosial dapat dilakukan karena beberapa orang tidak dapat mengatakan semuanya tentang dirinya mengenai beberapa kejadian nyata kepada oranglain dikarenakan kurangnya keberanian, adanya kecanggungan, atau ketakutan seseorang untuk menyakiti perasaan orang lain (DeVito, 2019). Karena hal tersebut adanya *self disclosure* merupakan salah satu bentuk dari kontrol sosial, yang dapat ditunjukkan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari dan atau sering ditampilkan di *instagram*. *Self disclosure* bisa terjadi di mana saja, termasuk di internet. Individu dengan tingkat kesadaran diri yang tinggi dapat mengambil manfaat dari situs jejaring sosial karena mereka memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri.

Teori *self disclosure* dan *conformity* masih dalam kategori luas dalam penelitian ini, dan belum secara khusus teori pengungkapan pada kedua variabel tersebut. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan kuesioner atau angket dan belum adanya wawancara pasca penelitian ataupun observasi secara khusus kepada responden.

Kesimpulan

Untuk melihat tingkatan *self disclosure* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *instagram* didapatkan hasil uji analisis data *self disclosure* dengan nilai *mean* sebesar 43.76 dan standar deviasi sebesar 2.877 dapat diketahui bawa tingkat *self disclosure* intensitas tinggi yaitu 19.3% dengan jumlah 65 orang, intensitas sedang yaitu 65.5% dengan jumlah 220 orang, dan intensitas rendah yaitu 15.2% dengan jumlah 51.

Untuk melihat tingkatan *conformity* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *instagram* didapatkan hasil uji analisis data *conformity* dengan nilai *mean* sebesar 44.27 dan standar deviasi sebesar 5.130. didapatkan hasil yaitu bawa tingkat *conformity* intensitas tinggi yaitu 25.6% dengan jumlah 86 orang, intensitas sedang yaitu 61.9% dengan jumlah 208 orang, dan intensitas rendah yaitu 12.5% dengan jumlah 42.

Berdasarkan hasil analisis data tentang *self disclosure* dan *conformity* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *instagram* Terdapat pengaruh signifikan antara terhadap *self disclosure* (x) terhadap *conformity* (y) sebesar 7,8% yang mana dapat

diartikan bahwa sebanyak 92,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup pada penelitian ini, dengan skor signifikansi nilai variabel *self disclosure* terhadap *conformity* yakni $0,000 < 0,05$ dengan hasil tersebut hipotesis alternative (H_a) diterima yaitu *self disclosure* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *instagram* dapat diprediksi oleh *conformity*. Koefisien determinasi (R^2 atau R Square) sebesar 0,078, hal ini berarti menunjukkan varians dari *self disclosure* terhadap *conformity* sebesar 7,8 %, sedangkan selebihnya merupakan varians dari faktor lain.

Saran

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentunya bahwa masih terdapat banyak kekurangan, dengan hal tersebut peneliti ingin memberikan saran untuk para peneliti selanjutnya yang nantinya akan melakukan penelitian terkait variabel *self disclosure* dan *conformity*, yaitu bagi peneliti selanjutnya bisa melakukan pengumpulan data secara langsung agar bisa mengamati secara langsung responden agar tidak menjawab secara asal-asalan.

Bagi peneliti selanjutnya bisa mencari teori-teori yang lebih detail membahas mengenai *self disclosure* dan *conformity* agar mendapatkan teori secara khusus agar dalam melakukan penelitian lebih optimal. Bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian mengenai dua variabel ini yaitu *self disclosure* dan *conformity* mengkaji lebih mendalam dan mencari referensi yang lebih banyak mengenai dua variabel ini agar nantinya hasil yang didapatkan akan lebih optimal. Hendaknya melakukan wawancara pasca penelitian dan melakukan observasi secara khusus bukan hanya menggunakan kuesioner atau angket saja agar data yang telah di peroleh atau informasi yang lebih jelas atau lengkap agar bisa memperkuat data yang peneliti miliki.

Referensi

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020), "APJII Edisi 74, November.
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2017). "Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia".
Baron, R. A. (2005). *Psikologi Sosial Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
Bohjalian, E. (2017). *The Self-Presentation Of Popular Fittsiration Experts On Instagram*. 12.
Cahyono, & Sugeng, A. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9 (1), 140–157.

- Devito. (2011). *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Devito, J. A. (2019). *The Interpersonal Communication Book (15th Edition)*. USA: Pearson Education.
- Fisher, B. A. (1978). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Idaini, M. W. (2014). *Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*. 126.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 41–57.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51.
- Sears, D. O. (1985). *Psikologi Sosial Jilid Kedua, Ter. Michael Adryanto*. Jakarta: Erlangga.
- W. Sarwono & Sarlito. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Submit	Review	Revisi	Diterima	Publish
03-06-2022	03-06-2022	09-06-2022	09-06-2022	20-08-2023

Fatimah Azzahra, Irfan Noor, Imadduddin
Program Studi Psikologi Islam
Fakultas Ushuluddin dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin
 Email: fatimah66azzahra@gmail.com