

STUDI KOMPARATIF PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN INSTAGRAM TERHADAP KETERBUKAAN DIRI

Anak Agung Gede Bagus

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
e-mail: a.agedebagus19@gmail.com

Ni Wayan Reniasih

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
e-mail: wayanreniasih20@gmail.com

Abstrak

Komunikasi pada era saat ini bisa dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Seiring berkembangnya zaman komunikasi juga semakin berkembang, dewasa ini komunikasi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Keterbukaan diri sering dilakukan di media sosial tiktok dan instagram melalui unggahan video singkat. Ketika media sosial tiktok dan Instagram dikaitkan dengan keterbukaan diri pada era saat ini akan muncul pertanyaan bagaimanakah perbandingan pengaruh media sosial Tiktok dan Instagram terhadap keterbukaan diri. Dalam penelitian yang berjudul "Studi Komparatif Pengaruh Media Sosial Tiktok dan Instagram Terhadap Keterbukaan Diri" ini, bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbandingan pengaruh media sosial tiktok dan instagram terhadap keterbukaan diri di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Universitas Dwijendra. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan subjek penelitian yakni mahasiswa angkatan tahun 2019, 2020, 2021 yang masih aktif pada tahun akademis 2021/2022 yang menggunakan media sosial tiktok dan instagram. Data yang dikumpulkan dengan metode kuesioner dan dokumentasi. Untuk memecahkan masalah penelitian ini menggunakan uji f dan uji t. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa media sosial tiktok dan instagram secara simultan berpengaruh positif terhadap keterbukaan diri dan yang berpengaruh lebih besar terhadap keterbukaan diri adalah media sosial tiktok dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,313 sedangkan media sosial instagram memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,099.

Kata Kunci : Pengaruh, Media Sosial, Tiktok, Instagram, Keterbukaan Diri

Abstract

Along with the development of the era of communication is also growing, nowadays communication can be done anywhere and anytime. Self-disclosure is often done on social media, Tiktok and Instagram through short video uploads. When social media Tiktok and Instagram are associated with self-disclosure in the current era, the question will arise how is the comparison of the influence of social media Tiktok and Instagram on self-disclosure. In this study entitled "Comparative Study of the Effect of Tiktok and Instagram Social Media on Self-Disclosure", this study aims to determine whether there is a comparison of the influence of Tiktok and Instagram social media on self-disclosure at the Faculty of Communication and Business, Dwijendra University. This study uses a quantitative approach, with research subjects namely students from the 2019 2020, 2021 class who are still active in the 2021/2022 academic year who use social media Tiktok and Instagram. Data collected by questionnaire and documentation method. To solve the problem of this research using the f test and t test. Based on the results of the study, it is known that social media tiktok and instagram simultaneously have a positive effect on self-disclosure and the one that has a greater effect on self-disclosure is social media tiktok with a regression coefficient value of 0.313 while social media instagram has a regression coefficient value of 0.099.

Keywords: Influence, Social Media, Tiktok, Instagram, Self-Disclosure

1. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial senantiasa berinteraksi dan bersosialisasi dengan manusia lainnya dan juga dapat di katakan manusia selalu membutuhkan satu sama lain untuk bertahan hidup, interaksi atau yang juga disebut komunikasi selalu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari baik secara sadar atau tidak. Kegiatan komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung antar manusia, namun pada era saat ini komunikasi dapat dilakukan melalui media-media komunikasi yang tersedia salah satu contohnya adalah *smartphone*. Pada masa pandemi saat ini komunikasi lebih banyak dilakukan melalui *smartphone*, teknologi komputer yang didapatkan dalam genggamannya ini seakan-akan sudah menjadi kebutuhan primer manusia karena kemudahan dan layanan yang ditawarkannya. Bergesernya aktivitas *real life* (tatap muka) menjadi *virtual life* (dunia maya) yang sangat efektif ini, menjadikan media sosial sebagai sarana yang memungkinkan dalam pengungkapan diri (*self-disclosure*) individu.

Keterbukaan diri merupakan konteks komunikasi dalam berinteraksi dengan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung atau menggunakan media sebagai perantaranya. Dengan pengungkapan diri yang dilakukan oleh individu, hubungan yang dimilikinya dengan orang lain akan berkembang lebih maju atau lebih intim. Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “ Bagaimanakah Perbandingan Pengaruh Media Sosial *TikTok* dan *Instagram* Terhadap Keterbukaan Diri? Berdasarkan rumusan masalah yang di paparkan maka Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perbandingan pengaruh media sosial *tiktok* dan *instagram* terhadap keterbukaan diri mahasiswa.

Menurut West dan Turner (2008:10) komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Pandangan mengenai komponen atau unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi salah satunya didasarkan pada pemahaman yang disampaikan pakar komunikasi (Harold D. Laswell, 2005 : 10) yaitu cara terbaik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan: *who says what, in which channel, to whom, with what effect?* (siapa mengatakan apa, dengan saluran atau media apa, kepada siapa dengan dampak apa?).

Menurut Corsini (1987:60) pengungkapan diri merupakan proses dimana individu secara sukarela dan sengaja mengungkapkan informasi pribadi berkenaan dengan sikap, pendapat, dan hal-hal yang menarik minat mereka. Sedangkan menurut Devito (2011:64) menyatakan bahwa keterbukaan diri adalah jenis komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya disembunyikan atau tidak diceritakan kepada orang lain.

Menurut Rogers (1986), teknologi komunikasi sebagai alat perangkat keras, struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan mempertukarkan informasi dengan orang lain. Teknologi komunikasi juga dapat dipahami dengan adanya perubahan media cetak ke media elektronik yang sangat cepat dan diikuti dengan hadirnya media baru yaitu internet yang memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi dengan sangat cepat dan mudah.

Media sosial adalah situs jaringan sosial seperti layanan web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Hendri, Yusup, Isma Graha, 2007:2). *TikTok* adalah sebuah aplikasi media sosial dimana para penggunanya bisa berbagi video musik dengan durasi pendek. Selain nama *TikTok* aplikasi ini juga

dikenal dengan nama Douyin, sebuah video pendek *vibrato*. *Tiktok* dikenal dan diluncurkan pertama kali pada september 2016. Pada saat itu, aplikasi ini langsung diterima di Indonesia. *Instagram* atau disingkat dengan IG adalah sebuah aplikasi berbagi foto/video yang memungkinkan pengguna mengambil foto/video, menerapkan filter digital, dan membagikannya kepada pengguna *instagram* lain. Satu fitur unik *instagram* adalah *Instagram Reels* yang dapat membuat video dengan musik.

Berdasarkan landasan teori yang telah di paparkan, penelitian ini akan meneliti bagaimana perbandingan pengaruh media sosial tiktok dan instagram terhadap keterbukaan diri mahasiswa khususnya di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Universitas Dwijendra.

hipotesis dari penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak adanya perbandingan pengaruh media sosial Tiktok dan Instagram terhadap keterbukaan diri mahasiswa.

H_a : Adanya perbandingan pengaruh media sosial Tiktok dan Instagram terhadap keterbukaan diri mahasiswa.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini juga menggunakan metode studi komparatif yaitu penelitian yang membandingkan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat untuk mengetahui jawaban mendasar tentang sebab-akibat dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya atau munculnya suatu fenomena tertentu.

Sumber data primer dari penelitian ini di dapatkan melalui metode survei dengan membagikan kusioner atau angket kepada responden, sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui literatur dan sumber bacaan yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya (Sugiyono, 2015:38). Adapun variabel dari penelitian ini terdiri dari 2(dua) buah variabel bebas (X_1 dan X_2), dan 1(satu) buah variabel terikat (Y), karena penelitian ini menggunakan metode komparatif yang membandingkan dua variabel bebas terhadap variabel terkait.

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (azwar, 2007:74). Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran (Kamus Bahasa Indonesia, 1989:862). Adapun subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis yang menggunakan media sosial Tiktok dan Instagram.

Populasi merupakan seluruh karakteristik yang menjadi objek penelitian, dimana karakteristik tersebut berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian penelitian (Sarjono dan Julianita, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2019,2020,2021 program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Universitas Dwijendra yang masih aktif atau terdaftar pada semester genap tahun akademik 2021/2022, dengan total mahasiswa sebanyak 108 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:81). Penelitian ini menentukan sampel dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi atau tingkat kesalahan sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

d² : presisi/tingkat kesalahan (digunakan 10% = 0,1)

1 : nilai mutlak

(Riduan dan Akdon, 2009:254)

$$n = \frac{108}{108(0,1)^2 + 1} = \frac{108}{2,08} = 51,92 = 52$$

Dalam penentuan jumlah sampel setiap kelas maka digunakan rumus sebagai berikut

$$ni = \frac{Ni}{N} \times S$$

Keterangan :

ni : jumlah sampel per kelas

Ni : Jumlah populasi per kelas

N : jumlah populasi keseluruhan

S : jumlah sampel yang diambil sesuai dengan rumus Taro Yamane

Tabel 1. Jumlah Sampel PerAngkatan

NO	Angkatan	Jumlah	Sampel
1	2021	43	$ni = \frac{43}{108} \times 52 = 21$
2	2020	29	$ni = \frac{29}{108} \times 52 = 14$
3	2019	36	$ni = \frac{36}{108} \times 52 = 17$
Jumlah		108	52

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan 2 teknik yaitu, kuesioner dan dokumentasi, kuesioner atau yang dikenal dengan angket merupakan pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden seputar penelitian dimana data tersebut dapat diolah dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian.

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dan sebagai sarana peneliti berupa seperangkat tes untuk mengumpulkan data sebagai bahan olahan. Untuk mengukur nilai variabel penelitian agar dapat menghasilkan data yang lebih akurat, efisien dan komunikatif akan menggunakan sekala liket. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka pengukuran skala likert diukur dengan 5 alternatif jawaban yang menggunakan metode scoring. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen pengumpulan data akan berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen.

Teknik teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik. Analisis statistik dimulai dari statistik deskriptif untuk mengetahui berapa besar rata-rata skor, median, mode, simpangan baku serta distribusi frekuensi dari data yang telah dikumpulkan. Kegunaan statistik deskriptif ini adalah untuk menggambarkan suatu

keadaan dengan apa adanya secara objektif tanpa dipengaruhi dari dalam diri peneliti. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil harus melewati beberapa uji yaitu : uji asumsi klasik, analisis kuantitatif, dan uji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Universitas Dwijendra dengan membagikan kuesioner kepada 52 responden mahasiswa angkatan tahun 2019, 2020, dan 2021 yang masih aktif terdaftar pada tahun ajaran 2021/2022 secara online. Daftar pertanyaan disusun berdasarkan 5 indikator jawaban dengan skor yang berbeda.

Karakteristik Responden

Dalam penelitian karakteristik responden yang akan diuraikan adalah umur dan jenis kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

		Frequency	Percent	ValidPercent	Cumulative Percent
Valid	18 tahun	3	5.8	5.8	5.8
	19 tahun	8	15.4	15.4	21.2
	20 tahun	12	23.1	23.1	44.2
	21 tahun	9	17.3	17.3	61.5
	22 tahun	8	15.4	15.4	76.9
	23 tahun	6	11.5	11.5	88.5
	24 tahun	1	1.9	1.9	90.4
	25 tahun	2	3.8	3.8	94.2
	26 tahun	2	3.8	3.8	98.1
	27 tahun	1	1.9	1.9	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Sumber: Data primer(2022)

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa responden berdasarkan umur, diketahui responden dominan berumur 20 tahun sebanyak 12 responden atau 23,1%, dan responden yang paling sedikit ber umur 27 tahun sebanyak 1 orang atau 1,9%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	ValidPercent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	17	32.7	32.7	32.7
	Perempuan	35	67.3	67.3	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 3. diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 17 orang (32,7%), sedangkan perempuan sebanyak 35 orang (67,3%)

Teknik Analisis Data

Uji Deskriptif

Tabel 4. Uji Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Tiktok	52	27	55	39.13	6.228
Instagram	52	28	53	39.85	4.196
Keterbukaan Diri	52	19	49	37.12	4.776
Valid N (listwise)	52				

Sumber : Data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 4. dapat diketahui nilai rata-rata, nilai minimum, nilai maximum dan standar deviasi dari masing-masing variabel independen dan variabel dependen yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Tiktok memiliki nilai minimum sebesar 27 dan nilai maximum sebesar 55 dengan nilairata-rata sebesar 39,13 serta standar deviasi sebesar 6,228.
2. Variabel Instagram memiliki nilai minimum sebesar 28 dan nilai maximum sebesar 53 dengan nilai rata-rata sebesar 39,85 serta standar deviasi sebesar 5,196.
3. Variabel Keterbukaan diri memiliki nilai minimum sebesar 19 dan nilai maximumsebesar 49 dengan nilairata-rata sebesar 37,12 serta standar deviasi sebesar 4.776.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.33496614
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.053
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 5. hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) yang dihasilkan sebesar 0,200. Nilai yang dihasilkan ini lebih besar dari signifikan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal. Oleh karena itu asumsi normalitas pada penelitian ini telah terpenuhi.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20.941	6.433		3.255	.002		
	Tiktok	.313	.135	.337	2.323	.024	.825	1.213
	Instagram	.099	.162	.089	.610	.545	.825	1.213

a. Dependent Variable: Keterbukaan Diri

Sumber : Data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa untuk semua variabel independen yang digunakan memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF yang dihasilkan kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi ganda (multikolinearitas) antar variabel independen. Oleh karena itu asumsi multikolinearitas telah terpenuhi.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	9.569	4.097		2.335	.024
	Tiktok	-.097	.086	-.174	-1.131	.263
	Instagram	-.044	.103	-.066	-.429	.670

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data primer (2022)

Pada Tabel 7. dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel tiktok sebesar 0,263 dan variabel instagram sebesar 0,670. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap *absolute residual*, dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Analisis Kuantitatif

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	20.941	6.433		3.255	.002
	Tiktok	.313	.135	.337	2.323	.024
	Instagram	.099	.162	.089	.610	.545

a. Dependent Variable: Keterbukaan Diri

Sumber : Data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 8. diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Keterbukaan Diri} = 20,941 + 0,313 \text{ TT} + 0,099 \text{ ISTG}$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstan (Keterbukaan Diri) sebesar 20,941. Hal ini berarti bahwa apabila variabel tiktok dan instagram sama dengan nol, maka keterbukaan diri akan sama dengan 20,941.
- 2) Nilai koefisien variabel tiktok bernilai sebesar 0,313 yang berarti apabila tiktok naik satu satuan, maka keterbukaan diri akan meningkat sebesar 0,313.

- 3) Nilai koefisien variabel instagram bernilai sebesar 0,099 yang berarti apabila Instagram naik satu satuan, maka keterbukaan diri akan meningkat sebesar 0,099.

Tabel 9. Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 ^a	.147	.112	4.443

a. Predictors: (Constant), Instagram, Tiktok

b. Dependent Variable: Keterbukaan Diri

Sumber : Data primer (2022)

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 9. hasil korelasi berganda antara variabel tiktok dan instagram dengan variabel keterbukaan diri sebesar 0,383 yang artinya tingkat hubungan antara variabel adalah kuat.

Tabel 10. Hasil Analisis Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 ^a	.147	.112	4.443

a. Predictors: (Constant), Instagram, Tiktok

b. Dependent Variable: Keterbukaan Diri

Sumber : Data primer (2022)

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 10. nilai koefisien (R) sebesar 0,112 yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel, dengan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,112 atau 11,2%, sedangkan sisanya 88,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model atau penelitian.

Uji Hipotesis

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.753	2	124.876	4.215	.020 ^b
	Residual	1451.555	49	29.624		
	Total	1701.308	51			

a. Dependent Variable: Keterbukaan Diri

b. Predictors: (Constant), Instagram, Tiktok

Sumber : Data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 11. diperoleh nilai F hitung sebesar 4,215 dan nilai signifikan sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tiktok dan instagram secara simultan berpengaruh terhadap keterbukaan diri.

Tabel 12 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	20.941	6.433		3.255	.002
	Tiktok	.313	.135	.337	2.323	.024
	Instagram	.099	.162	.089	.610	.545

a. Dependent Variable: Keterbukaan Diri

Sumber : Data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 12. dapat dijelaskan bahwa hasil uji t pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel tiktok memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,313 dan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,323 dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 yang artinya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tiktok berpengaruh positif terhadap keterbukaan diri.
- 2) Variabel instagram memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,099 dan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,610 dengan nilai signifikansi sebesar 0,545 yang artinya sama dengan 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa instagram berpengaruh positif terhadap keterbukaan diri.

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis uji F pada Tabel 4.38 bahwa tiktok dan instagram secara simultan berpengaruh terhadap keterbukaan diri. Hal tersebut diketahui berdasarkan nilai F hitung sebesar 4,215 dan nilai signifikan sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05, yang artinya variabel bebas (tiktok (X_1) dan instagram (X_2)) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (keterbukaan diri(Y)), Artinya baik tiktok maupun instagram memiliki korelasi atau hubungan. Hasil pengolahan data menampilkan bahwa koefisien regresi antara tiktok dan keterbukaan diri adalah sebesar 0,323 dan antara instagram dan keterbukaan diri adalah sebesar 0,099. hal ini membuktikan bahwa tiktok memiliki pengaruh positif yang lebih besar terhadap keterbukaan diri mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Universitas Dwijendra.

Saran

Diharapkan mahasiswa dapat menggunakan media sosial tiktok dan instagram kearah yang positif dan tidak membagikan informasi-informasi yang bersifat privasi, tidak menyebarkan informasi yang mengandung unsur SARA, HOAX dan ujaran kebencian.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abugaza, Anwar. (2013). *Sosial Media Politica*. Jakarta: Tali Writing & Publishing.
- Cagara, Hafied. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Ilmu, Teori, dan filsafat Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gainau, Maryan B. (2009). Keterbukaan Diri (Self-Disclousure) Siswa dalam Persepektif Budaya dan Implikasi bagi Konseling. *Jurnal Ilmiah Widya warta, Vol 33, No 1*.
- Harapan, Edi & Ahmad, Syarwani. (2014). *Komunikasi Anatar Pribadi (Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan)*. Jakarta: PT RAja Grafindo Persada
- Liliweri, A. (1997). *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung: PT. Citra Adyana Bakti

- Littlejohn, W. Stephen & Foss, A Karen. (2009). *Teori Komunikasi : Edisi (.* Jakarta: Salemba Humanika.
- Lubis, S. (2005). *Teknologi Komunikasi dan Pembangunan.* Medan: USU.
- Nazir, Moh. (2009). *Metode Penelitian.* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Singarimbun, dkk. (2008). *Metode Penelitian Survei.* Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Winarso, Heru Puji. (2005). *Sosiologi Komunikasi Massa.* Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KTD).