

Gambaran *Intimate Friendship* pada Pengguna *Instagram*

Description of Intimate Friendship on Instagram Users

Mauliya Juliyastri Syafar*, Sri Hayati, St. Syawaliah Gismin
Fakultas Psikologi Universitas Bosowa
Email: astrienrekang@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *intimate friendship* pada pengguna *instagram*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 405 responden yang menggunakan *instagram* dengan rentan usia 18-25 tahun. Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah gambaran *intimate friendship* termasuk dalam kategori tinggi, terdapat sebanyak 232 pengguna *instagram* (57%) memiliki tingkat *intimate friendship* yang Tinggi.

Kata Kunci: *Intimate Friendship*, Pengguna *Instagram*, Dewasa Awal.

Abstract

This study aims to determine the description of intimate friendship on Instagram users. The sample in this study amounted to 405 respondents who use Instagram with a vulnerable age of 18-25 years. The research approach used is quantitative method. The data analysis used in this study is descriptive analysis. The results of this study are that intimate friendship is included in the high category, there are 232 Instagram users (57%) who have high level of intimate friendship.

Keywords: Intimate Friendship, Instagram User, Early Adult Age

PENDAHULUAN

Di era digital sekarang ini, masyarakat khususnya anak muda tentunya sudah tidak asing lagi dengan media sosial. Media sosial merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk melakukan interaksi sosial dengan orang lain tanpa bertatap muka secara langsung. Rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan waktunya untuk bermain dan mengakses sosial media selama satu hingga dua jam perhari (Wisnubrata, 2018). Dengan munculnya media sosial ini dapat dijadikan sebagai tempat untuk menemukan orang lain dari berbagai belahan dunia (Alyusi, 2016).

Media sosial merupakan salah satu konten diinternet yang paling sering atau paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet. Berbagai macam media sosial yang sering dikunjungi seperti *Youtube* (tempat berbagi video dan (jaringan sosial), *Google* (jejaring sosial dan mesin pencari), *Facebook* (tempat berbagi foto, update status, market palce, chat online), *Twitter* (tempat untuk memposting tulisan pendek atau dikenal dengan istilah “tweet”), *Instagram* (tempat untuk berbagi foto dan video secara online) dan berbagai macam media sosial lainnya.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer terutama dikalangan anak muda (Aristanya & Helmi, 2019). *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk ke *instagram* sendiri. *Instagram* diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 dan didirikan oleh dua orang bersahabat yaitu Kevin Sytrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini awalnya dibuat khusus untuk pengguna iOS, kemudian perusahaan melebarkan jangkauannya dengan merilis *instagram for Android* pada April 2012.

Banyak pengguna *instagram* yang bertujuan untuk mengekspresikan kepribadiannya masing-masing melalui media sosial *instagram*, salah satunya adalah untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan dirinya melalui *upload*-an foto dan video yang mereka lakukan. Dalam mengupload foto di *instagram* dapat memberikan kebebasan berekspresi untuk memenuhi kepuasan tersendiri bagi penggunanya. Selain itu dalam *instagram* juga dapat melakukan interaksi dengan pengguna *instagram* lainnya secara

langsung dengan menggunakan fitur *live*, saling berkiriman pesan dengan pengguna lainnya dengan fitur *direct message* (DM), dan saling memberikan respon suka dan komentar terhadap foto atau video yang diunggah.

Media sosial sering kali dijadikan oleh seseorang sebagai ajang untuk mengungkapkan dirinya, karena dinilai lebih nyaman dan lengkap dibandingkan berkomunikasi secara langsung dengan teman atau orang yang dipercaya. Hal ini sesuai berdasarkan pendapat Derlega & Grzelak (dalam Sears & Jonathan, 1988), bahwa dalam berekspresi terkadang kita mengatakan atau mengungkapkan perasaan kita untuk mengeluarkan semua perasaan yang ada dalam diri kita. Dengan pengungkapan diri seperti ini seseorang mendapat kesempatan untuk mengekspresikan dirinya dan mengekspresikan emosinya dengan bebas di media sosial. Pada era digital ini, masyarakat tidak dapat terlepas dari media sosial karena telah berdampingan langsung dengan masyarakat. Sehingga, seseorang seringkali menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya, baik itu digunakan hanya untuk berkomunikasi hingga membagikan cerita dan pengalaman mereka pada dunia maya.

Dari hasil observasi dan melihat beberapa hasil penelitian, bahwa dengan adanya *instagram* memudahkan seseorang untuk mengekspresikan perasaannya baik secara verbal dan nonverbal dan mereka juga dengan mudah melakukan pengungkapan diri. Mengekspresikan perasaan, memberikan informasi, dan mampu membuka diri merupakan bentuk dari pengungkapan diri (*self disclosure*). Dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada 8 orang yang berusia antara 18-24 tahun, mereka mengatakan bahwa mereka hanya membagikan informasi pribadinya pada orang-orang yang mereka anggap dekat, seperti pacar, teman, sahabat, dan keluarga. Mereka biasanya menceritakan masalah pribadi yang mereka alami itu biasanya pada temannya secara detail apa dan bagaimana masalah yang mereka hadapi. Namun, beberapa responden mengatakan bahwa mereka juga sering membagikan informasi mereka pada media sosial mereka.

Pada usia dewasa awal seseorang lebih sering membagikan informasi tentang dirinya pada teman, karena pada usia tersebut seseorang cenderung memiliki kebutuhan untuk memperluas dan mengembangkan hubungan antara pribadi dan berkomunikasi lebih baik dengan lingkungannya. Pada usia dewasa awal ini juga seseorang berusaha melepaskan diri dari orang tua untuk menemukan jati dirinya (Monks, 2006). Dan dapat dilihat dari Napoleon Cat (2021), kebanyakan pengguna *instagram* dengan rentan usia 18 hingga 24 tahun dari Indonesia.

Dari fenomena yang terjadi mengenai pengungkapan diri pada media sosial dan dengan melihat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marchellia dan Siahaan (2022) bahwa media sosial dapat membantu seseorang dalam menjalin hubungan pertemanan dengan orang lain baik itu orang yang telah dikenal maupun orang baru yang belum dikenal, sehingga mendorong pengguna media sosial untuk dapat membuat hubungan pertemanan mereka semakin erat dan membantu mereka yang ingin mendapatkan teman baru melalui media sosial. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana gambaran *intimate friendship* pada penggunaan *instagram*. Akan tetapi, hal tersebut perlu dibuktikan terlebih dahulu melalui penelitian. Sehingga, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Gambaran *Intimate Friendship* pada Pengguna *Instagram*”.

Intimate Friendship

Sharabany (1994) mengemukakan bahwa *intimate friendship* adalah hubungan yang memungkinkan seseorang untuk bergantung pada teman, memiliki minat yang sama, saling berbagi pengalaman, dan memiliki kualitas *self disclosure* yang membuat seseorang dapat saling berbagi dan terbuka dalam membicarakan pikiran dan perasaannya masing-masing. *Intimate friendship* adalah hubungan yang terjadi antara individu dengan individu lainnya guna untuk saling merasa nyaman dalam menceritakan tentang diri sendiri, berbagi keluh kesah, dan meminta solusi terhadap suatu permasalahan yang terjadi dalam dirinya, Toby (dalam Kartika 2014).

Bickmore (dalam Kartika, 2014) juga mengemukakan bahwa *intimate friendship* adalah sebuah hubungan yang dapat memungkinan seseorang bergantung dengan temannya, memiliki kesamaan minat, berbagi pengalaman yang sama, dan juga memiliki kualitas dalam melakukan *self disclosure* yang dapat membuat seseorang dapat saling terbuka dalam membicarakan pemikirannya perasaan tiap-tiap individu.

Social Media Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer terutama dikalangan anak muda (Aristanya & Helmi, 2019). Instagram secara sederhana dapat diartikan sebagai aplikasi sosial *mobile* berbasis iOS, android, dan windows *phone* dimana penggunanya dapat mengambil, mengedit dan memposting foto atau video ke platform *instagram* atau ke jejaring sosial media lainnya. Foto yang diambil dan diposting tersebut akan tampil di beranda milik *followers* atau orang yang mengikuti kita. Dalam *instagram* terdapat sistem pertemanan dengan menggunakan istilah *followers* dan *following*. *Followers* berarti pengguna lainnya yang mengikuti akun pengguna tersebut dan *following* yang berarti pengguna *instagram* yang kita ikuti, sehingga kita dapat melihat postingan foto atau video yang mereka posting diberanda kita.

METODE PENELITIAN

Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *instagram* dan berusia 18 hingga 25 tahun. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 405 sampel.

Instrumen penelitian

Skala yang akan digunakan pada penelitian ini untuk mengukur *intimate friendship* adalah skala siap sebar yang dibuat oleh Muhammad Nabil Rizal (2020) yang kemudian akan diadaptasi dengan jumlah sebanyak 48 item dengan masing-masing item *favorable* 39 dan *unfavorable* sebanyak 9 item. Nilai Alpha Cronbach's pada variabel *intimate friendship* adalah sebesar 0,917.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data deskriptif. Analisis data deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran *intimate friendship* pada dewasa awal pengguna *instagram*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa pengguna media sosial *instagram* berada pada kategori tinggi. Hasil analisis data dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Demografi Responden

Demografi	Kategori	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	27%
	Perempuan	73%
Usia	18-19 tahun	10%
	20-21 tahun	21%
	22-23 tahun	54%
	24-25 tahun	15%
Asal Daerah	Enrekang	47%
	Makassar	14%
	Toraja	4%
	Lainnya	35%
Suku	Bugis	53%
	Makassar	12%
	Toraja	7%
	Mandar	1%
Pendidikan Terakhir	Lainnya	27%
	SMA/Sederajat	52%
	S1	44%
	S2	1%
Pekerjaan	Lainnya	4%
	Mahasiswa	61%
	Tenaga Pengajar	4%
	PNS	1%
Pekerjaan	Tidak Bekerja	19%
	Lainnya	16%

Waktu Menggunakan Instagram	1-3 jam/hari	41%
	4-6 jam/hari	39%
	7-9 jam/hari	16%
	lainnya	4%

Berdasarkan tabel 1 di atas diperoleh hasil deskriptif demografi dengan jumlah responden didominasi oleh subjek dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 73%, dengan rentang usia paling tinggi yaitu pada usia 22-23 tahun yakni sebanyak 54%, asal daerah enrekang dengan jumlah terbanyak yaitu 47%, suku terbanyak yaitu bugis sebanyak 53%, pendidikan terakhir didominasi oleh S1 sebanyak 44%, dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 61%, dan waktu penggunaan instagram berada pada rentang waktu 1-3 jam/hari sebanyak 41%.

Tabel 2. Kategorisasi Intimate Friendship

Kategori	Persentase (%)
Sangat Tinggi	18%
Tinggi	57%
Sedang	23%
Rendah	2%
Sangat Rendah	0%

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan bahwa tidak terdapat responden yang memiliki tingkat *intimate friendship* yang Sangat rendah, terdapat sebanyak 2% responden memiliki tingkat *intimate friendship* yang Rendah, terdapat sebanyak 23% responden memiliki tingkat *intimate friendship* yang Sedang, terdapat sebanyak 57% responden memiliki tingkat *intimate friendship* yang Tinggi, dan terdapat sebanyak 18% responden memiliki tingkat *intimate friendship* yang Sangat tinggi.

Tabel 3. Deskriptif Intimate Friendship berdasarkan Demografi

Demografi	Kategori	Persentase (%)				
		ST	T	S	R	SR
Jenis Kelamin	Laki-Laki	28%	26%	28%	29%	0%
	Perempuan	72%	74%	72%	71%	0%
Usia	18-19 tahun	11%	11%	7%	14%	0%
	20-21 tahun	22%	20%	25%	0%	0%
	22-23 tahun	49%	53%	57%	57%	0%
	24-25 tahun	18%	16%	11%	29%	0%
	Lainnya	0%	0%	0%	0%	0%
Asal Daerah	Enrekang	43%	45%	54%	43%	0%
	Makassar	21%	13%	11%	29%	0%
	Toraja	0%	4%	5%	14%	0%
	Lainnya	36%	37%	30%	14%	0%
	Bugis	46%	55%	50%	71%	0%
Suku	Makassar	22%	12%	6%	0%	0%
	Toraja	1%	8%	10%	29%	0%
	Mandar	0%	0%	2%	0%	0%
	Lainnya	31%	25%	0%	0%	0%
	Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	49%	50%	61%	43%
	S1	49%	45%	37%	43%	0%
	S2	3%	1%	0%	0%	0%
	Lainnya	0%	5%	2%	14%	0%
Pekerjaan	Mahasiswa	71%	57%	64%	43%	0%
	Tenaga Pengajar	3%	3%	4%	0%	0%
	PNS	0%	1%	0%	0%	0%
	Tidak Bekerja	13%	22%	16%	43%	0%
	Lainnya	14%	17%	16%	14%	0%
Waktu Menggunakan Instagram	1-3 jam/hari	38%	42%	43%	29%	0%
	4-6 jam/hari	40%	40%	37%	29%	0%
	7-9 jam/hari	22%	14%	15%	14%	0%
	lainnya	0%	4%	5%	29%	0%

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dinyatakan bahwa tingkat *Intimate Friendship* yang dimiliki oleh pengguna *instagram* bervariasi atau berbeda-beda. Adanya kebervariasian ini dapat dilihat dari tingkat skor Sangat Tinggi, Tinggi, Sedang, Rendah, dan Sangat Rendah. Pada saat menggunakan sosial media *instagram* terdapat berbagai macam situasi yang menjadi penyebab terjadinya *Intimate Friendship*. Dimana terdapat kemungkinan beberapa orang memiliki *intimate friendship* yang tinggi dengan lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa tingkat *intimate friendship* pada pengguna *instagram* berada pada kategorisasi tinggi. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska (2020) bahwa dengan memiliki kualitas pertemanan yang baik dapat membuat seseorang merasakan kasih sayang, rasa saling memiliki, membuka diri (*self disclosure*), intimasi pertemanan, berbagi pengalaman, kesenangan, dan melakukan berbagai kegiatan bersama teman.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan pengguna *instagram* berjenis kelamin perempuan dibandingkan dengan yang berjenis kelamin laki-laki. Kebanyakan perempuan menggunakan *instagram* untuk membagikan keseharian mereka melalui postingan-postingan atau *story instagram* milik mereka sendiri. Hal ini dapat dilihat dari data Napoleon Cat (2021) bahwa terdapat sebanyak 91,01 juta pengguna *instagram* di Indonesia pada Oktober 2021 dan dari segi gender terdapat sebanyak 53,2% pengguna *instagram* adalah wanita dan terdapat sekitar 46,8% pengguna *instagram* adalah pria.

Berdasarkan demografi usia pada penelitian ini, kebanyakan pengguna *instagram* berada pada rentan usia 20-23 tahun dimana pada usia tersebut seseorang lebih dekat dengan teman atau sahabatnya dibandingkan dengan orang tuanya. Hal ini karena pada usia tersebut seseorang cenderung memiliki kebutuhan untuk memperluas dan mengembangkan hubungan dalam berkomunikasi dengan lingkungan sekitarnya. Pada usia ini juga seseorang berusaha untuk melepaskan diri dari orang tua untuk menemukan jati dirinya (Monks, 2006).

Berdasarkan hasil penelitian bahwa seluruh responden dari penelitian ini merupakan pengguna *instagram* yang aktif. Mereka rata-rata menghabiskan waktunya untuk bermain *instagram* 3-7 jam/hari. Hal-hal yang mereka sering lakukan dalam bermain *Instagram* adalah membagikan kesehariannya dengan teman-temannya *diinstagram*. Faktor yang memengaruhi tingginya pengungkapan diri disosial media adalah karena *instagram* dibuat untuk memudahkan orang lain untuk merespon postingan dari pengguna *instagram* lainnya. Hal ini berdasarkan pendapat Moon (2000) bahwa seseorang lebih sering membagikan informasi tentang dirinya jika mendapatkan timbal balik atau respon dari pendengar informasi.

Hal ini juga dapat dilihat berdasarkan penelitian yang dilakukan Merchellia dan Siahaan (2022) bahwa media sosial merupakan media yang dapat membantu seseorang dalam menjalin hubungan pertemanan dengan orang lain, baik itu orang yang telah kita kenal maupun orang yang belum dikenal, sehingga mendorong pengguna *instagram* untuk dapat membuat hubungan pertemanan mereka semakin erat dan membantu mereka untuk mendapatkan teman baru ketika mereka menginginkannya melalui sosial media *Instagram*.

Intimate friendship merupakan sebuah hubungan yang dapat memungkinkan seseorang untuk bergantung pada teman, memiliki minat yang sama, saling berbagi pengalaman, berbagi informasi, dan mampu terbuka dalam membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan pribadinya masing-masing (Sharabany, 1994). Dalam berbagi pengalaman dan informasi biasanya seseorang melakukan hal tersebut dengan bertemu secara langsung kepada orang-orang yang mereka anggap dekat. Namun, di era sekarang ini seseorang tidak harus bertemu secara langsung untuk menceritakan apa yang mereka rasakan sekarang, misalnya dengan menceritakan melalui media sosial salah satu contohnya adalah media sosial *instagram*.

Dengan adanya *instagram* ini dapat memudahkan seseorang untuk menjalin hubungan dengan orang lain untuk mengetahui perasaan dan pengalaman yang dialami oleh penggunanya. Hal ini sesuai dengan pendapat Darlega dan Grzelak (dalam Sears & Jonathan, 1988) bahwa dalam berekspresi terkadang seseorang mengatakan atau mengungkapkan perasaan yang ada dalam dirinya. Dengan pengungkapan seperti ini seseorang mendapat kesempatan untuk mengekspresikan dirinya dan mengekspresikan emosinya dengan bebas di media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil bahwa pengguna sosial media *instagram* yang dapat dilihat dari hasil kategorisasi yaitu terdapat lima kategorisasi sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Tidak terdapat pengguna *instagram* yang memiliki tingkat kategorisasi sangat rendah, terdapat sebanyak 7 pengguna *instagram* memiliki tingkat kategorisasi rendah, terdapat sebanyak 94 pengguna *instagram* memiliki tingkat kategorisasi sedang, terdapat sebanyak 232 pengguna *instagram* memiliki tingkat kategorisasi tinggi, dan terdapat sebanyak 72 pengguna *instagram* memiliki tingkat kategorisasi sangat tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, D.S. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Aristantya, E.K., & Helmi, A.F. (2019). *Citra Tubuh Pada Remaja Pengguna Instagram*. Gadjah Mada Journal of Psychology, 5 (2), 144-128, ISSN: 2407-7798, DOI:10.22146/gamajop.50642.
- Azlina, A., Lestari, M.T., & Ali, D.S.F. (2015). *Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka)*. Journal e-Proceeding of Management, 2(2), 2229-2236, ISSN: 2355-935
- Darlega, J.V. (1984). *Communication, Intimacy, and Close Relationship*. Virginia:Departemen of Psychology, Old Dominion University.
- Faturochman. (2009). *Pengantar Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Pinus.
- Kartika, H.D. (2014). *Hubungan Antara Sense of Humor dengan Intimate Friendship Pada Remaja*. Journa of Evolutionary Psychology, 1-11
- Mahardika, R. D., & Farida, F. (2019). *Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory*. Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies), 3(1),101. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.774>
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R. (2006). *Psikologi Perkembangan (Terjemahan)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Moon, Y. (2000). *Intimate Exchanges: Using Computers To Elicit Self-Disclosure From Consumers*. Journal of Consumer Research, 26(4), 323-339.
- Papalia, D. E., Ols, S.W., Feldman, R.D., (2008). *Psikologi Perkembangan*. Edisi kesembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pohan, F.A., & Dalimunthe, H.A. (2017). *Hubungan Intimate Friendship dengan Self-Disclosure pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Media Sosial Facebook*. Jurnal Diversita, 3(2), 15-24.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi: Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riska, N. (2020). *Rasa Humor dan Kedekatan Pertemanan*. Quantum: Jurnal Ilmiah Kesejahteraan Sosial, 16(1), 29-38
- Rizal, M.N. (2020). *Hubungan Intimate Friendship Dengan Self Disclosure Pada Mahasiswa Pengguna Whatsapp*. Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia.
- Santrock, J.W. (2012). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup Edisi 13 Jilid 1, Penerjemah: Widyasinta,B)*. Jakarta: Erlangga
- Sears, D.O., & Jonathan L. Freedman, J.L. (1988). *Psikologi Sosial: Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sharabany, R. (1994). *Intimate Friendship Scale: Conceptual Underpinnings, Pscychometric Properties And Construct Validity*. Journal of Social and Personal Relationship, 11, 449-469.
- Yasundari. (2016). *Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Motivasi Wirausaha Pebisnis Daring (Online) Dalam Meningkatkan Produktivitas*. Jurnal Kajian Komunikasi, 4(2), 208-218.