

**PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE PERSONALITY*
TERHADAP *ONLINE DISINHIBITION* PADA REMAJA
PENGUNA INSTAGRAM DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1)
Psikologi (S.Psi)



Disusun Oleh :

Ayu Nurqinasih

J91219095

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya mengatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Tipe Kepribadian *Big Five Personality* terhadap *Online Disinhibition* pada Remaja Pengguna Instagram di Sidoarjo” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Surabaya, 11 Juni 2023



METERAI
TEMPEL
(Ayu Nurqinasih)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Pengaruh Tipe Kepribadian *Big Five Personality* terhadap *Online Disinhibition*
pada Remaja Pengguna Instagram di Sidoarjo

Oleh :

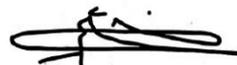
Ayu Nurqinasih

J91219095

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi

Surabaya, 28 Juni 2023

Dosen Pembimbing



Dr. S. Khorriyatul Khotimah, M. Psi, Psikolog

NIP. 197711162008012018

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE PERSONALITY* TERHADAP *ONLINE DISINHIBITION* PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM DI SIDOARJO

Yang disusun oleh :
Ayu Nurqinasih
NIM J91219095

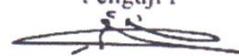
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 6 Juli 2023



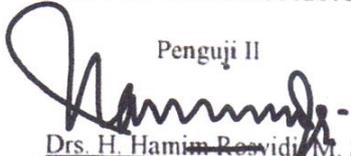
Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan,


Dr. Phili Khoirun Niam
NIP. 197007251996031004

Susunan Tim Penguji
Penguji I


Dr. S. Khorriyatul Khotimah, M.Psi, Psikolog
NIP. 197711162008012018

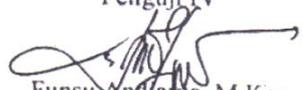
Penguji II


Drs. H. Hamim Rosyidi, M.Si
NIP. 196208241987031002

Penguji III


Dr. Dwi Rukma Santi, S.ST, M.Kes
NIP. 197902072014032001

Penguji IV


Funsu Andjama, M.Kes
NIP. 198710142014032002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ayu Nurqinasih
NIM : J91219095
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan / Psikologi
E-mail address : ayunurqinasih123@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Tipe Kepribadian Big Five Personality terhadap Online Disinhibition pada Remaja

Pengguna Instagram di Sidoarjo

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Juli 2023

Penulis

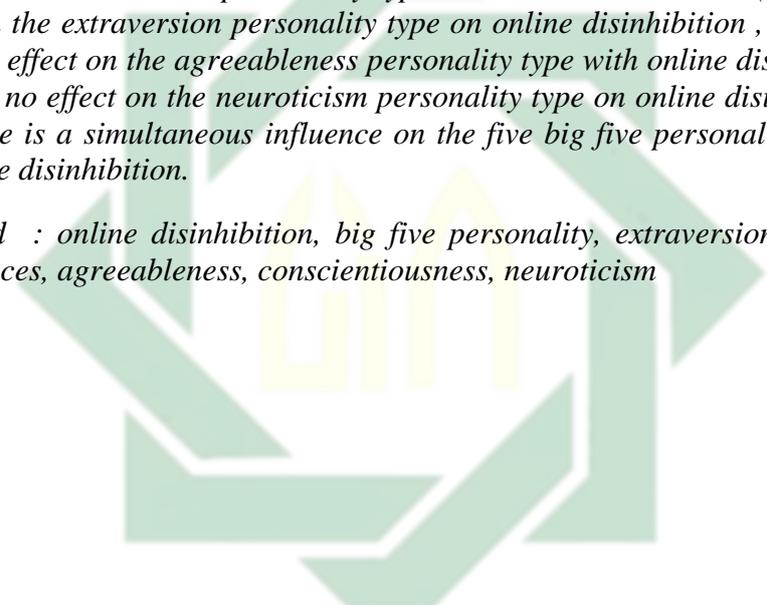
(Ayu Nurqinasih)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRACT

Online disinhibition is a mental state in which the cognitive inhibition function of various social phenomena is weakened or lost in an online environment. The purpose of this study was to determine the influence of the big five personality types on online disinhibition in young Instagram users in Sidoarjo. This research uses a type of quantitative method. The data obtained were 406 respondents with criteria aged 16-18 years, Instagram users in Sidoarjo. The sampling technique in this study used a quota sampling technique. The results of the study conclude, (1) There is a positive effect on the openness to experiences personality type on online disinhibition, (2) There is a negative effect on the conscientiousness personality type on online disinhibition, (3) There is no effect on the extraversion personality type on online disinhibition, (4) There is a negative effect on the agreeableness personality type with online disinhibition, (5) There is no effect on the neuroticism personality type on online disinhibition, and (6) There is a simultaneous influence on the five big five personality dimensions on online disinhibition.

Keyword : online disinhibition, big five personality, extraversion, openness to experiences, agreeableness, conscientiousness, neuroticism



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Keaslian penelitian.....	9
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	12
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
A. <i>Online disinhibition</i>	14
B. Kepribadian <i>Big Five Personality</i>	21

C. Remaja.....	28
D. Hubungan Tipe Kepribadian <i>Big Five Personality</i> terhadap <i>Online Disinhibition</i>	30
E. Kerangka Teoritik	33
F. Hipotesis.....	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
A. Rancangan Penelitian	38
B. Identifikasi Variabel.....	38
C. Definisi Operasional.....	39
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	40
E. Instrument Penelitian	42
F. Analisis Data	52
BAB IV.....	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Pengujian Hipotesis.....	73
C. Pembahasan.....	82
BAB V	94
PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Tabel Rumus <i>Isaac & Michael</i>	41
Tabel 3. 2	Blueprint <i>MMOD (Multiple Measure of Online Disinhibition)</i>	42
Tabel 3. 3	Hasil Uji Validitas Item <i>MMOD (Multiple Measure of Online Disinhibition)</i>	43
Tabel 3. 4	Hasil Uji Reliabilitas <i>MMOD</i>	44
Tabel 3. 5	Blueprint <i>Big Five Inventory</i>	46
Tabel 3. 6	Hasil Uji Validitas Item <i>Extraversion</i>	48
Tabel 3. 7	Hasil Uji Validitas Item <i>Agreeableness</i>	48
Tabel 3. 8	Hasil Uji Validitas Item <i>Conscientiousness</i>	49
Tabel 3. 9	Hasil Uji Validitas Item <i>Neuroticism</i>	49
Tabel 3. 10	Hasil Uji Validitas Item <i>Openness to Experiences</i>	50
Tabel 3. 11	Hasil Uji Reliabilitas <i>Big Five Inventory</i>	51
Tabel 3. 12	Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 3. 13	Hasil Uji Linearitas.....	54
Tabel 3. 14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 3. 15	Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4. 1	Tabel Deskripsi Data.....	59
Tabel 4. 2	Rumus Kategorisasi Data.....	60
Tabel 4. 3	Kategorisasi <i>Online Disinhibition</i>	61
Tabel 4. 4	Kategorisasi Dimensi <i>Extraversion</i>	61
Tabel 4. 5	Kategorisasi Dimensi <i>Agreeableness</i>	62
Tabel 4. 6	Kategorisasi Dimensi <i>Conscientiousness</i>	62
Tabel 4. 7	Kategorisasi Dimensi <i>Neuroticism</i>	63
Tabel 4. 8	Kategorisasi Dimensi <i>Openness to Experiences</i>	63
Tabel 4. 9	Tabulasi Silang Online Disinhibition Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 10	Tabulasi Silang Dimensi <i>Extraversion</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65

Tabel 4. 11	Tabulasi Silang Dimensi <i>Agreeableness</i> Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4. 12	Tabulasi Silang Dimensi <i>Conscientiousness</i> Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 13	Tabulasi Silang Dimensi <i>Neuroticism</i> Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 14	Tabulasi Silang Dimensi <i>Openness to Experiences</i> Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 15	Tabulasi Silang <i>Online Disinhibition</i> Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 16	Tabulasi Silang Dimensi <i>Extraversion</i> Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4. 17	Tabulasi Silang Dimensi <i>Agreeableness</i> Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4. 18	Tabulasi Silang Dimensi <i>Conscientiousness</i> Berdasarkan Usia	71
Tabel 4. 19	Tabulasi Silang Dimensi <i>Neuroticism</i> Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 20	Tabulasi Silang Dimensi <i>Openness to Experiences</i> Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 21	Hasil Uji T Dimensi <i>Openness to Experiences</i>	74
Tabel 4. 22	Hasil Uji T Dimensi <i>Conscientiousness</i>	75
Tabel 4. 23	Hasil Uji T Dimensi <i>Extraversion</i>	76
Tabel 4. 24	Hasil Uji T Dimensi <i>Agreeableness</i>	77
Tabel 4. 25	Hasil Uji T Dimensi <i>Neuroticism</i>	78
Tabel 4. 26	Hasil Uji F	79
Tabel 4. 27	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	80
Tabel 4. 28	Sumbangan Efektif	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Teoritik.....	37
Gambar 4. 1	Diagram Frekuensi Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4. 2	Diagram Frekuensi Usia.....	58



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Skala <i>MMOD</i>	104
Lampiran 2.	Skala <i>Big Five Inventory</i>	106
Lampiran 3.	<i>Google Form</i>	108
Lampiran 4.	Tabulasi Data Variabel <i>Online Disinhibition</i>	109
Lampiran 5.	Tabulasi Data Variabel <i>Big Five Personality</i>	114
Lampiran 6.	Uji Validitas Skala <i>MMOD</i>	148
Lampiran 7.	Uji Reliabilitas Skala <i>MMOD</i>	148
Lampiran 8.	Uji Validitas Skala <i>Big Five Inventory</i>	149
Lampiran 9.	Uji Reliabilitas Skala <i>Big Five Inventory</i>	153
Lampiran 10.	Uji Normalitas	154
Lampiran 11.	Uji Linearitas	154
Lampiran 12.	Uji Heteroskedastisitas	154
Lampiran 13.	Uji Multikolinieritas	155
Lampiran 14.	Uji T	155
Lampiran 15.	Uji F	155
Lampiran 16.	Koefisien Determinasi	156
Lampiran 17.	Cross Product	156

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Orang-orang di dunia virtual cenderung melakukan hal-hal yang tidak akan dilakukan di dunia nyata (Wen & Miura, 2023b). Hal ini biasa disebut dengan *online disinhibition*. Konsep *online disinhibition* digambarkan sebagai keyakinan tentang perasaan kurang terhambat dan kurang peduli dengan konsekuensi dari tindakan seseorang di dunia *online* (Wright et al., 2018). Akibatnya beberapa orang memiliki kecenderungan mengendur dan lebih terbuka dalam pengungkapan diri, atau bahkan beberapa lainnya kurang terkendali dengan berperilaku menyakiti dan merugikan individu dan kelompok (Fichman & Rathi, 2022). Hal ini dikarenakan karakteristik/komponen unik dari lingkungan *online* mendistorsi persepsi individu tentang keberadaan dan kehadiran serta menghambat kemampuan individu untuk membangun dan mengkomunikasikan identitas signifikan.

Online disinhibition didefinisikan sebagai perasaan atau pengalaman di mana seseorang tidak lagi merasa adanya pengekan dalam lingkungan *online* sehingga mereka dapat bertindak, berpikir, dan merasa berbeda dalam interaksi *online* dibandingkan dengan interaksi tatap muka (Stuart & Scott, 2021). Merujuk pada definisi sebelumnya Wen & Miura (2023a) mengembangkan definisi lain mengenai *online disinhibition* yaitu keadaan

mental di mana fungsi penghambatan kognisi dari berbagai fenomena sosial melemah atau menghilang dalam lingkungan *online*. *Online* disinhibisi memiliki enam ateseden yang mendasari munculnya perilaku tersebut, yaitu anonimitas disosiatif, *invisibility*, asinkronisitas, *solipsistic interjection*, imajinasi disosiatif, dan minimalisasi otoritas. Anonimitas disosiatif adalah ketika orang dapat menyembunyikan identitas diri di *online* dan berperilaku dengan cara yang kurang diinginkan secara sosial, bahkan memisahkan diri *online* dari diri *offline* yang sebenarnya (Fichman & Rathi, 2022; Suler, 2004).

Invisibility terjadi ketika orang tidak melihat atau mendengar satu sama lain di platform teks *online*; ketidaktampakan memberi jalan pada kenyamanan yang memungkinkan individu melakukan hal-hal yang tidak akan dilakukan di dunia nyata. Asinkronisitas ada ketika orang tidak perlu khawatir tentang reaksi langsung orang lain terhadap perilaku dan kata-kata yang ditunjukkan di media sosial. *Solipsistic interjection* muncul karena batas-batas diri dan orang lain kabur karena tidak adanya isyarat tatap muka, terbentuknya bayangan dipikiran terkait apa yang dikatakan orang lain. Imajinasi disosiatif terbentuk akibat kombinasi dari faktor-faktor sebelumnya yang menghasilkan keyakinan bahwa ketika orang mematikan komputer, tindakan dan teman khayalan di lingkungan *online* akan tertinggal begitu saja dan tidak ada hubungannya dengan realitas dunia nyata (Fichman & Rathi, 2022; Suler, 2004).

Terakhir, minimalisasi otoritas yaitu pada saat *online*, isyarat otoritas *offline* (pakaian, bahasa tubuh) menghilang; penghapusan posisi yang ditinggikan menghasilkan perasaan bulat untuk memiliki suara yang setara. Jadi, semua orang terlepas dari status, kekayaan, ras, atau jenis kelamin dalam dunia *online* dianggap sama rata (Fichman & Rathi, 2022; Suler, 2004). Manifestasi dari disinhibisi *online* dibagi menjadi dua manifestasi yang berlawanan. Pertama, *benign online disinhibition*, yang menggambarkan perilaku pengungkapan dengan lebih banyak disertai dengan emosi dan kebaikan. Kemudian yang kedua, yaitu *toxic online disinhibition*, yang menggambarkan perilaku disertai penggunaan bahasa kasar, atau ucapan kebencian, kemarahan, dan kritik keras pada orang lain (Fichman & Rathi, 2022).

Sejumlah riset dan berita terdahulu menunjukkan adanya peningkatan penggunaan media sosial yang mana hal ini memunculkan perilaku *online disinhibition*. Riset oleh *We Are Social* pada Januari 2019 menunjukkan laporan terbaru yang terkait dengan perkembangan pengguna internet di seluruh dunia. Hasilnya, saat ini setidaknya di Indonesia memiliki pengguna aktif media sosial sebesar 150 juta dan meningkat sebanyak 15% dari tahun sebelumnya (Anisyah et al., 2021). Menurut data *Hootsuite* di tahun 2020 lalu, hampir separuh penduduk dunia menggunakan media sosial dan kemungkinan mengalami peningkatan jumlah ditahun tersebut. Total dari 5,2 miliar pemilik ponsel didunia, sebanyak 4,5 miliar diantaranya terhubung ke internet, 3,8 miliar lainnya merupakan pengguna aktif media sosial. Total dari

3,8 miliar itu adalah 49% populasi penduduk bumi, dan ditahun 2020 tumbuh sebesar 9% (Iswara, 2021).

Diketahui bahwa remaja Indonesia merupakan pengguna internet paling banyak dibandingkan kelompok usia lainnya (Bayu, 2022). Ini terlihat dari tingkat pengguna internet di kelompok usia 13-18 tahun yang mencapai 99,16% pada tahun 2021-2022. Selanjutnya, berdasarkan laporan *Napoleon Cat*, pada Oktober 2021 diketahui terdapat sejumlah 91,01 juta pengguna Instagram di Indonesia. Lebih rinci, pengguna Instagram di Indonesia terbanyak yakni sebanyak 33,90 juta, berasal dari kelompok usia 18-24 tahun. Dimana pengguna aplikasi dengan jenis kelamin perempuan sebesar 19,8%, sedangkan pengguna aplikasi dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 17,5% (Annur, 2021). Serupa dengan temuan sebelumnya, hasil temuan lain juga menuliskan bahwa media sosial instagram di Indonesia sendiri diketahui memiliki sejumlah 62 juta akun yang aktif setiap bulannya, dimana jumlah ini meningkat 5,1% dari tahun sebelumnya, dengan rentang usia pengguna media sosial terbanyak yaitu pada usia 18-24 tahun (Anisyah et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan media sosial instagram karena instagram menyediakan tempat dengan fitur yang lengkap bagi penggunanya untuk mengekspresikan dirinya. Melalui media sosial Instagram, pengguna dapat bersosialisasi dengan cara yang lebih mudah dan jangkauan yang lebih luas. Fitur yang ada dalam instagram dapat digunakan sebagai sarana sosialisasi dalam bentuk sharing gambar atau video. Fitur-fitur inilah yang menjadikan media sosial Instagram menarik bagi khalayak untuk digunakan. Media sosial

instagram dengan fitur-fitur yang ada, memungkinkan pengguna mendapat manfaat seperti menambah wawasan, memperoleh berbagai macam informasi, berbagi foto dan video, serta berbagai manfaat lainnya. Kelengkapan fitur-fitur Instagram ini digunakan sebagai media bagi individu untuk mendapatkan eksistensi dan mempromosikan dirinya secara luas kepada pengguna Instagram lainnya (Sakti & Yulianto, 2018). Kemudian, penelitian ini menggunakan responden dengan rentang usia mulai dari 16 tahun dengan asumsi sebagai usia masuk SMA hingga batas akhir remaja menurut Hurlock (1953) yakni usia 18 tahun. Fokus perkembangan masa remaja adalah usaha meninggalkan sikap dan perilaku di masa kanak-kanak, dengan tujuan mencapai kemampuan dalam bersikap dan berperilaku secara dewasa. Pada tahapan usia ini remaja memiliki perasaan, sikap, keinginan, dan emosi yang tidak stabil atau tidak menentu (Agustin, 2021). Salah satu dari tugas perkembangan di tahap remaja adalah mencapai perilaku yang bertanggung jawab secara sosial. *Online disinhibition* disini merupakan perilaku yang memiliki sifat tidak bertanggung jawab (Mullins-sweatt et al., 2020), yang mana hal tersebut berarti terdapat tugas perkembangan remaja yang tidak terpenuhi.

Beberapa aspek dalam diri individu memberi perbedaan penggunaan media sosial, yang mana ini dapat memunculkan *online disinhibition* yang berbeda pula. Salah satunya adalah kepribadian. Para peneliti telah menunjukkan bahwa kepribadian adalah prediktor utama perilaku internet secara umum dan penggunaan SNS (Amiel & Sargent, 2004; Moore &

Craciun, 2021). Seidman (2013; Rahardjo et al., 2020) menyatakan bahwa kepribadian mempengaruhi motivasi dan penggunaan media sosial. Penelitian lain juga mengonfirmasi temuan sebelumnya bahwa kepribadian memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku individu di dunia maya. Secara khusus, kepribadian juga memberi pengaruh terkait intensi individu dalam berbagi informasi di media sosial (Sartana & Afriyeni, 2019). Definisi umum kepribadian (*personality*) adalah pola karakteristik yang relatif tetap dan unik yang memberikan konsistensi dan individualitas pada perilaku seseorang (Feist & Feist, 2010; Sartana & Afriyeni, 2019). Allport (1937; Sartana & Afriyeni, 2019; Suryabrata, 2008) menggambarkan kepribadian sebagai organisasi dinamis dari sistem psikofisik individu yang menentukan perilaku dan pemikiran individu secara khas dalam beradaptasi dengan lingkungannya.

Eysenck (1947; Sartana & Afriyeni, 2019) mendefinisikan kepribadian sebagai pola perilaku keseluruhan, baik aktual maupun potensial, yang ditentukan oleh faktor bawaan dan lingkungan. Karakteristik kepribadian mencerminkan bagaimana seseorang berpikir, merasakan, dan bertindak dalam situasi yang berbeda (Chen & Lin, 2017; Moore & Craciun, 2021). Model kepribadian "Lima Besar" telah menerima dukungan empiris yang cukup besar dan telah mewakili ukuran sifat kepribadian standar. Ini menyatakan bahwa individu berbeda dalam ciri-ciri kepribadian ekstraversi, neurotisme (kestabilan emosi), kesadaran, keramahan, dan keterbukaan terhadap pengalaman (Costa & McCrae, 1992; Moore & Craciun, 2021). Temuan dari Tang et al. (2016; Yu et al., 2020) menunjukkan bahwa ciri-ciri

kepribadian tertentu, termasuk keramahan, keterbukaan, ekstraversi, neurotisme, dan kesadaran, berhubungan positif dengan penggunaan media sosial. Wang et al. (2012; Yu et al., 2020) berpendapat bahwa faktor kepribadian terkait dengan penggunaan situs jejaring sosial oleh individu dan menemukan bahwa ekstraversi, neurotisme, dan keterbukaan memainkan peran penting dalam bagaimana situs jejaring sosial digunakan. Correa et al. (2010; Yu et al., 2020) menemukan bahwa ekstraversi dan keterbukaan terhadap pengalaman berhubungan positif dengan penggunaan media sosial dan stabilitas emosi (neurotisme tinggi) memprediksi penggunaan media sosial secara negatif.

Sejauh ini, penelitian terkait *online disinhibition* di Indonesia masih belum banyak dilaksanakan. Di latar belakang beberapa hal yang telah diuraikan, peneliti menganggap *online disinhibition* merupakan topik bahasan yang perlu dikaji lebih dalam. Dimana hal ini didasarkan pada semakin banyaknya kemunculan *account* media sosial dengan berbagai macam tujuan penggunaannya yang dapat menjadi sebuah *trend* dalam masyarakat. Penggunaan media sosial ini memunculkan perilaku *online disinhibition* baik berbentuk *benign online disinhibition* seperti pengungkapan diri, maupun *toxic online disinhibition* yang meliputi perilaku *cyberbullying* atau *cyberhate*. Seperti yang dituliskan dalam penelitian sebelumnya bahwa banyaknya akun di instagram ini dapat menjadi pemicu munculnya akun yang digunakan untuk hal-hal negatif (Paramesti & Nurdiarti, 2022). Hal negatif

ini termasuk menunjukkan perilaku yang seharusnya tidak pantas ditunjukkan. Padahal dalam ayat Al Qur'an telah tertulis bahwa

مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ

"Tiada suatu ucapan yang diucapkannya melainkan ada disisinya malaikat pengawas yang selalu siap (mencatat)." (QS. Qaf ayat 18)

Ayat ini memperlihatkan bahwa segala perkataan yang manusia ungkapkan baik secara langsung maupun tertulis di *online* akan disaksikan dan dicatat oleh malaikat Allah. Dilatar belakangi hal tersebut penelitian terkait pengaruh tipe kepribadian *big five personality* terhadap *online disinhibition* dianggap sangat penting untuk dilakukan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah tipe kepribadian *Openness to Experiencess* memberi pengaruh pada *online disinhibition* pada remaja?
2. Apakah tipe kepribadian *Conscientiousness* memberi pengaruh pada *online disinhibition* pada remaja?
3. Apakah tipe kepribadian *Extraversion* memberi pengaruh pada *online disinhibition* pada remaja?
4. Apakah tipe kepribadian *Agreeableness* memberi pengaruh pada *online disinhibition* pada remaja?
5. Apakah tipe kepribadian *Neuroticism* memberi pengaruh pada *online disinhibition* pada remaja?
6. Apakah *big five personality* memberi pengaruh pada *online disinhibition* pada remaja?

C. Keaslian penelitian

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi bahan acuan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut. Penelitian sebelumnya mengungkapkan adanya keterlibatan kepribadian dalam penggunaan jejaring sosial. Hasil mengungkapkan bahwa orang yang memiliki sifat kepribadian neurotisme, ekstrasversi dan keterbukaan tingkat tinggi, lebih cenderung menggunakan platform jejaring sosial. Selain itu, orang-orang yang menunjukkan tingkat kesadaran dan keramahan yang tinggi, lebih cenderung menolak untuk menggunakan semua bentuk jejaring sosial (Shahreki et al., 2022). Penelitian lain menyatakan bahwa *extraversion*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* adalah prediktor positif dari ketiga jenis penggunaan media sosial (Gil De Zuniga et al., 2017).

Penelitian sebelumnya secara kolektif menyatakan bahwa masalah penggunaan ponsel dan SNS dikaitkan dengan *extraversion*, neurotisme, dan/atau *conscientiousness*. Untuk individu *ekstrovert*, ponsel mungkin menjadi alat untuk berkomunikasi dan terhubung dengan orang lain serta mencari sensasi, yang dapat membuat individu menggunakan ponselnya bahkan dalam pengaturan yang tidak tepat. Sebaliknya, individu yang memiliki neurotisme tinggi cenderung murung, depresi, dan kurang percaya diri, dimana ponsel mungkin digunakan secara bermasalah dengan mencoba mengatur stabilitas emosi dirinya, mengalihkan diri dari kekhawatiran, dan mencari kepastian sosial dan emosional dari orang lain (Toyama, 2022).

Hasil penelitian menemukan bahwa korelasi rata-rata antara penggunaan SNS dan neurotisme, positif rendah pada $r = 0,08$, yang berarti bahwa lebih banyak individu neurotik cenderung menggunakan SNS lebih banyak, tetapi hubungannya lemah. Korelasi rata-rata antara penggunaan SNS dan ekstrasversi menunjukkan hasil bahwa lebih banyak individu ekstrasversi menghabiskan lebih banyak waktu di SNS, atau lebih sering masuk ke SNS (Huang, 2019).

Serupa dengan penelitian lain yang mengungkapkan bahwa kepribadian *ekstrovert* mempunyai kebutuhan yang lebih kuat untuk interaksi sosial, yang mungkin mengakibatkan individu tersebut memilih media sosial sebagai alat komunikasi dengan orang lain, dimana melalui media sosial individu dapat memenuhi kebutuhan untuk ikatan yang dimiliki. Individu neurotik dapat menggunakan Facebook untuk mencari perhatian dan dukungan sosial yang mungkin hilang dari kehidupan *offlinenya*. Selain itu keterbukaan ditemukan berhubungan positif dengan frekuensi penggunaan media sosial. Kemudian kesadaran cenderung menggunakan Facebook lebih jarang dengan perolehan skor lebih rendah. Terakhir, individu yang berhati-hati lebih berhati-hati dalam presentasi diri di lingkungan *online* (Marengo et al., 2020).

Pada penelitian terkait pengguna Facebook dilaporkan skor ekstrasversi yang lebih tinggi (Sindermann et al., 2020), neurotisme dan keterbukaan yang lebih tinggi (Taber, 2018), dan skor kesadaran yang lebih rendah (Sindermann et al., 2020).

Persamaan dari penelitian terdahulu yaitu dimensi *big five personality* yang terdiri dari *extraversi*, *neuroticism*, *conscientiousness*, *openness*, dan *agreeableness*, karena beberapa penelitian terdahulu masih menunjukkan hasil yang berbeda dimana ada yang menuliskan bahwa hubungannya lemah, berhubungan secara negatif, atau berhubungan secara positif. Selanjutnya, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu tipe responden yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan remaja pengguna instagram sedangkan penelitian terdahulu mayoritas menggunakan dewasa awal sebagai responden penelitiannya dan merujuk pada pengguna media sosial secara umum atau menggunakan pengguna facebook.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk melihat pengaruh tipe kepribadian *Openness to Experiences* terhadap *online disinhibition*
2. Untuk melihat pengaruh tipe kepribadian *Conscientiousness* terhadap *online disinhibition*
3. Untuk melihat pengaruh tipe kepribadian *Extraversion* terhadap *online disinhibition*
4. Untuk melihat pengaruh tipe kepribadian *Agreeableness* terhadap *online disinhibition*
5. Untuk melihat pengaruh tipe kepribadian *Neuroticism* terhadap *online disinhibition*
6. Untuk melihat pengaruh *big five personality* terhadap *online disinhibition*

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti lainnya serta memberi informasi terkait terutama dalam bidang psikologi kepribadian terkait *Big Five Personality* dan *Cyberpsychology* terkait *Online disinhibition*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat pada khalayak umum sebagai bahan informasi terkait *online disinhibition*, serta memberi penjelasan terkait karakteristik individu yang cenderung mengalami *online disinhibition*.

F. Sistematika Pembahasan

Pembahasan yang dipaparkan dalam skripsi ini merupakan hasil laporan dari penelitian yang telah dilakukan peneliti. Sistematika pembahasan disesuaikan dengan pedoman penulisan skripsi Program Studi Psikologi yang ditetapkan.

Bab I berisi mengenai pendahuluan yang dibagi menjadi beberapa sub bab kembali yaitu, latar belakang masalah yang telah dipilih dan variabel-variabel yang digali, rumusan masalah yang ingin dicapai, keaslian penelitian, tujuan penelitian yang dilakukan, dan manfaat penelitian yang diharapkan melalui penelitian ini. Tambahan terakhir terdapat sistematika pembahasan yang digunakan sebagai pedoman untuk membaca hasil laporan yang ditulis.

Bab II memaparkan kajian pustaka yang terdiri dari penjelasan dan uraian dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Kemudian dari penjelasan masing-masing variabel tersebut dituliskan hubungannya dalam kerangka teoritik. Kerangka teoritik ini selanjutnya menjadi dasar perumusan hipotesis dalam penelitian yang dilakukan.

Bab III merupakan metode penelitian yang menjelaskan langkah-langkah pengambilan data penelitian yang dilakukan. Hal ini meliputi identifikasi variabel, definisi operasional, populasi, sampel, dan teknik sampling yang dipilih. Selanjutnya terdapat rancangan penelitian, instrument penelitian, serta teknik analisis data yang dilakukan.

Bab IV merupakan hasil dan pembahasan mengenai perolehan data yang telah dikumpulkan. Hal ini meliputi persiapan dan pelaksanaan penelitian yang dilakukan. Kemudian data penelitian melalui proses pendeskripsian dan juga pengujian hipotesis. Terakhir hasil pengolahan data dituliskan dalam pembahasan yang juga mengacu dari hasil penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan.

Bab V berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran untuk pembaca maupun peneliti selanjutnya terkait penelitian serupa yang dapat dilakukan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Online disinhibition*

a. Pengertian *Online disinhibition*

Joinson (1998; Udris, 2014) pertama kali menggambarkan "*disinhibition*" sebagai kurangnya hambatan atau jenis perilaku yang tidak dibatasi atau dikekang, menyiratkan pengurangan perhatian terhadap representasi diri dan penilaian orang lain. Konsep tersebut menyiratkan bahwa perilaku di internet mungkin berbeda dari perilaku serupa dalam situasi tatap muka dalam kehidupan nyata, karena lingkungan digital menciptakan konteks antarpribadi yang berbeda di mana perhatian terhadap presentasi diri dan penilaian orang lain dapat dikurangi (Knezevic, 2022). *Online disinhibition* didefinisikan sebagai perasaan atau pengalaman di mana seseorang tidak lagi merasa adanya pengekangan dalam lingkungan *online* sehingga mereka dapat bertindak, berpikir, dan merasa berbeda dalam interaksi *online* dibandingkan dengan interaksi tatap muka (Stuart & Scott, 2021). Merujuk pada definisi sebelumnya Wen & Miura (2023a) mengembangkan definisi lain mengenai *online disinhibition* yaitu keadaan mental di mana fungsi penghambatan kognisi dari berbagai fenomena sosial melemah atau menghilang dalam lingkungan *online*. *Disinhibisi online* adalah pendorong penting perilaku

positif dan negatif orang di lingkungan *online*. Seseorang mungkin merasa lebih nyaman berbagi informasi secara *online* daripada berbagi informasi dengan seseorang secara langsung (Mueller-Coyne et al., 2022).

Lebih lanjut, *online disinhibition* adalah ketika seseorang mempunyai kesempatan untuk memisahkan tingkah lakunya secara *online* dari gaya hidup dan identitas pribadi, dimana individu tersebut menjadi kurang rentan tentang pengungkapan diri dan akting (Hollenbaugh & Everett, 2013). Lapidot-lefler & Barak (2012) mendefinisikan *online disinhibition* sebagai penurunan hambatan perilaku di lingkungan *online*. Secara keseluruhan, pengguna mungkin tidak menyadari konsekuensi perilaku *online* dalam kehidupan nyata. *Online disinhibition* dapat menyebabkan hasil sosial yang positif dan negatif. Pada hasil yang positif, penelitian menunjukkan bahwa itu dapat membantu pengguna mengeksplorasi identitasnya, mengekspresikan pandangannya, bersosialisasi, menjalin hubungan yang bersahabat dan romantis dan merasa diterima. Efek negatif dapat mencakup implikasi pengguna dalam aktivitas antisosial atau ilegal, seperti *cyber-bullying* (Antoniadou et al., 2019). Beberapa motif dari perilaku disinhibisi *online* meliputi, sebagai pelarian diri dari kenyataan, menghabiskan waktu, atau untuk hiburan dan relaksasi (Charaschanya & Blauw, 2017).

Berdasarkan kajian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa *online disinhibition* adalah keadaan mental dimana individu merasa hilangnya pengaturan dalam mengendalikan perilaku, pikiran, dan

perasaannya saat berkomunikasi secara *online*, sehingga berakibat adanya perbedaan perilaku pada diri individu saat *online* dan tatap muka.

b. Anteseden *Online disinhibition*

Suler (2004; Fichman & Rathi, 2022; Mueller-Coyne et al., 2022) mengusulkan enam anteseden dari disinhibisi online. Hal tersebut adalah anonimitas disosiatif, *invisibility*, *asynchronicity*, *introjections solipsistic*, imajinasi disosiatif, dan minimisasi otoritas.

1. Anonimitas disosiatif

Anonimitas disosiatif didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa dia dapat menyembunyikan atau mengubah identitas aslinya di lingkungan *online* (Cheung et al., 2020; Mueller-Coyne et al., 2022). Anonimitas *online* dapat menurunkan kesadaran diri, memfasilitasi perilaku prososial dan meningkatkan koneksi *online*. Anonimitas *online* juga memungkinkan individu menampilkan diri secara lebih ambigu dan mengekspresikan diri dengan cara yang berbeda.

2. *Invisibility*

Invisibility dalam konteks ini mengacu pada tingkat dimana seseorang merasa bahwa keberadaannya tidak terlihat secara fisik oleh orang lain di lingkungan *online* (Cheung et al., 2020; Mueller-Coyne et al., 2022). Bahkan jika identitas orang lain diketahui, *invisibility* memungkinkan orang lain untuk tidak khawatir tentang penampilan atau suaranya saat *online*. Ketidaktampakan juga memungkinkan orang

lain menjelajahi area internet yang mungkin tidak biasa dilakukan, seperti pornografi, aktivitas kriminal, dan kekerasan.

3. *Asynchronicity*

Asinkronitas merupakan tingkat persepsi seseorang terhadap cara komunikasi dalam lingkungan *online* yang memungkinkan terjadinya respons tertunda (Cheung et al., 2020; Mueller-Coyne et al., 2022). Karena jumlah waktu meningkat antara pengiriman dan penerimaan pesan, demikian pula disinhibisi *online* seseorang.

4. *Introjectionss solipsistic*

Introjections solipsistic adalah sejauh mana seorang individu merasakan suara atau gambar orang lain dalam pikirannya dalam komunikasi *online* (Cheung et al., 2020; Mueller-Coyne et al., 2022). Individu mungkin, secara sadar atau tidak sadar, memiliki gambaran visual tentang bagaimana menurutnya penampilan dan perilaku orang tersebut. Proyeksi dan identitas *online* ini dapat menyebabkan perpaduan dunia digital dengan dunia batin pengguna.

5. *Imajinasi disosiatif*

Imajinasi disosiatif adalah sejauh mana individu merasakan lingkungan *online* sebagai dunia imajiner yang tidak memiliki hubungan dengan kenyataan (Cheung et al., 2020; Mueller-Coyne et al., 2022). Dimana individu mungkin percaya bahwa personanya di lingkungan *online*, bersama dengan orang lain secara *online*, hidup di

dunia khayalan yang terpisah dari tuntutan dan tanggung jawab dunia nyata.

6. Minimalisasi Otoritas

Minimalisasi otoritas dianggap sebagai sejauh mana seorang individu merasakan tidak adanya atau berkurangnya pengaruh figur otoritas kehidupan nyata di lingkungan *online*. Ketika berada di dunia *online*, tidak ada status, prestise, kelas, dan daya tarik, yang menciptakan lingkungan yang aman dan berisiko rendah untuk terlibat dengan orang lain; namun, kurangnya otoritas yang dirasakan ini dapat menyebabkan perilaku kasar atau *trolling* (Cheung et al., 2020; Mueller-Coyne et al., 2022). Individu mungkin lebih enggan untuk mengatakan apa yang dipikirkan dan rasakan jika figur otoritas hadir, tetapi secara *online*, hal ini diminimalkan, sehingga mengarah pada pengungkapan atau ketidakpantasan.

c. Indikator *Online disinhibition*

Indikator *online disinhibition* yang dikembangkan oleh Wen & Miura (2023a) terdiri dari tiga hal yang meliputi, perspektif unik tentang lingkungan *online*, perubahan kognisi keterasingan, dan perubahan kognisi hubungan.

1) Perspektif unik tentang lingkungan *online*

Perspektif unik tentang lingkungan *online* mengacu pada kognisi dari berbagai fenomena sosial yang manusia terbentuk di dunia nyata termasuk persepsi tidak bermoral, hasil perilaku, kognisi citra diri,

kognisi aturan, empati terhadap orang lain, yang diyakini menurun di lingkungan *online*. Faktor ini menangkap berbagai makna yang konsisten dengan kesan umum orang tentang lingkungan *online*, seperti perbedaan antara citra dunia *online* dan dunia nyata, serta fakta bahwa norma-norma tertentu di dunia nyata mungkin tidak berlaku di dunia *online*.

2) Perubahan kognisi keterasingan

Perubahan kognisi keterasingan mencerminkan kesan baik publik terhadap lingkungan *online* seperti, anggapan bahwa lingkungan *online* memiliki suasana yang santai dan orang-orang dapat berterus terang dan baik satu sama lain, sehingga lebih mudah untuk mengenal satu sama lain. Hal ini dikarenakan anonimitas dan tembus pandang komunikasi *online*, yang kemudian menjadikan isyarat non-verbal seperti penampilan, suara, dan pandangan, yang sebenarnya sangat penting untuk membentuk kesan, tidak dapat disampaikan kepada orang lain secara langsung selama interaksi. Akibatnya pengirim pesan dapat mempresentasikan diri secara selektif dan strategis selama proses komunikasi, memilih pesan dari orang lain secara selektif, dan mempromosikan pengungkapan diri dan saling melengkapi.

3) Perubahan kognisi hubungan

Perubahan kognisi hubungan mencakup sejauh mana persepsi kerentanan interpersonal *online* berubah. Faktor ini menunjukkan bahwa orang mungkin menganggap melarikan diri dari hubungan

interpersonal di Internet dapat diterima, yang dianggap sebagai hasil interaksi antara imajinasi disosiatif dan introyeksi solipsistik. Di dunia nyata, jaringan antarpribadi terjalin secara kompleks dan dapat memiliki konsekuensi jangka panjang dan berjangkauan luas. Namun, ini belum tentu terjadi di Internet. Akibatnya, orang mungkin merasa bahwa penghambatan dirinya terhadap aspek interpersonal berkurang di Internet.

d. Manifestasi *Online disinhibition*

a) *Benign Online Disinhibition*

Benign online disinhibition sebagian besar digambarkan sebagai proses positif di mana individu merasa lebih nyaman dalam mewujudkan tindakan positif saat *online* dibandingkan secara langsung yang, bagaimanapun, dalam beberapa kasus dapat menyebabkan situasi yang tidak diinginkan (Harriman et al., 2020). Hal ini mencakup upaya dalam peningkatan pemahaman diri dan pengembangan diri, bantuan dalam penyelesaian konflik antarpribadi dan intrapersonal, atau eksplorasi alam emosi atau pengalaman baru dari identitas seseorang.

Disinhibisi *online* yang positif (atau jinak) memiliki konsekuensi sosial seperti gerakan filantropis, memberikan nasihat dan dukungan emosional, serta pengungkapan diri yang lebih besar. Disinhibisi *online* juga memberikan pilihan untuk komunikasi dan ekspresi diri di antara orang-orang yang biasanya enggan mengungkapkannya. Ini termasuk orang-orang yang biasanya terhambat atau pemalu, tertutup atau

neurotik, fobia sosial, atau kesepian, orang yang gagap, individu dengan gangguan pendengaran, dan individu yang secara sosial distigmatisasi. Hal ini dikarenakan dunia maya mengurangi konsekuensi dari interaksi sosial yang negatif (komputer dapat dimatikan) (Lapidot-Lefler & Barak, 2015).

b) Toxic Online Disinhibition

Toxic online disinhibition adalah perilaku menyimpang atau negatif di media sosial seperti *cyberbullying*, *flaming*, dan *cyberhate* (Nawwaf et al., 2022). Tujuan *toxic online disinhibition* memberi dampak pada pengguna lain dan korban dari perilaku tersebut, yaitu merusak reputasi pengguna lain, mempermalukan dan mengintimidasi pengguna lain, dan sebagainya (Ruliyatin & Ridhowati, 2021). Beberapa bentuk *toxic online disinhibition*, yaitu menyebarkan berita bohong atau tidak benar, memposting foto memalukan pengguna lain, pelecehan seksual atau pornografi, ancaman, bahkan tindakan yang berujung pada pemerasan. Selanjutnya perilaku yang muncul atau dirasakan oleh pengguna atau bahkan korban lainnya yaitu, merasa tertekan, merasa takut, sedih, marah, malu, dendam, jengkel, merasa tidak nyaman, dan terancam. Dalam jangka panjang, korban mungkin memiliki *self esteem* yang rendah, perasaan putus asa, dan kesulitan bersosialisasi (Nawwaf et al., 2022).

B. Kepribadian *Big Five Personality*

a. Pengertian Kepribadian *Big Five Personality*

Kepribadian secara umum mengacu pada perbedaan antara individu dalam pola pikiran, perilaku, dan perasaan diri individu (Kousis, 2021). Kepribadian adalah pola karakter yang cenderung tetap dan memiliki keunikan yang membentuk ketetapan dan identitas pada tindakan individu (Feist et al., 2018). Definisi lain kepribadian merupakan formasi dinamis dari proses psikofisik dalam diri individu yang menetapkan metode adaptasi uniknya di lingkungan (Allport, 1937; Corr & Matthews, 2020). Kepribadian melibatkan aspek-aspek seperti emosi, kognisi, motivasi, memori, dan keinginan (dll) (Florentina & Alim, 2020). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah kombinasi unik dari pola-pola pemikiran, perilaku, emosi yang khas pada diri seseorang.

Pendekatan *trait* merupakan pendekatan teori yang paling banyak digunakan untuk memaparkan terkait kepribadian manusia. Definisi *trait* dalam pendekatan ini adalah karakteristik tetap yang cenderung ada pada seseorang dan menjadi bagian dari kepribadiannya. *Trait-trait* ini bersifat unik bagi setiap individu dan dianggap menjadi faktor penentu dalam perilaku manusia. Peneliti terdahulu menggolongkan pendekatan ini kedalam limar besar *trait*, yang biasa disebut sebagai *Big Five Personality*. *Big Five Personality* adalah bentuk taksonomi kepribadian didasarkan dengan metode leksikal, yang menggolongkan kata-kata atau bahasa dalam pemakaiannya di kehidupan sehari-hari. Penggolongan ini dilakukan untuk

memaparkan perbedaan dari masing-masing ciri-ciri yang dimiliki individu (Florentina & Alim, 2020; John & Srivastava, 1999).

b. Big Five Personality Traits

Teori *Big Five Personality Traits* menyiratkan lima dimensi yang diterapkan oleh beberapa psikolog untuk mengkarakterisasi kepribadian dan jiwa manusia. Faktor tersebut digambarkan sebagai keterbukaan terhadap pengalaman (*Openness to Experience*), kesadaran (*Conscientiousness*), *Extraversion*, keramahan (*Agreeableness*), dan *Neuroticism*, juga tercantum dalam akronim OCEAN atau CANOE (John & Srivastava, 1999; Lohar & Shukla, 2022).

1) Keterbukaan (*Openness to Experience*) vs. (*closedness to experience*)

Keterbukaan terhadap Pengalaman mencerminkan luas, kedalaman, orisinalitas, dan kompleksitas mental dan pengalaman hidup seseorang (John & Srivastava, 1999). Kebalikan dari dimensi ini disebut pikiran tertutup terhadap pengalaman (*closedness to experience*). Dimensi keterbukaan berkaitan dengan wawasan yang terbuka dan ide-ide orisinal. Orang dengan keinginan belajar hal baru dan menghargai pengalaman baru biasanya memiliki skor keterbukaan yang tinggi. Keterbukaan membutuhkan kualitas seperti wawasan dan inventif serta memiliki minat yang luas (Lohar & Shukla, 2022). Sedangkan individu dengan skor *openness to experience* yang rendah memiliki sifat rendah hati, konvensional, konservatif dan tidak terlalu penasaran terhadap sesuatu (Adiyono et al., 2017). Aspek-aspek dalam keterbukaan

termasuk kemampuan berimajinasi (*Imaginative*), kreativitas (*creative*), preferensi terhadap variasi, orisinalitas, dan rasa ingin tahu (*curious*) (Florentina & Alim, 2020).

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa individu dengan skor keterbukaan yang tinggi (*openness to experience*) adalah individu yang menunjukkan perilaku terbuka terhadap pengalaman baru, imajinasi yang kaya, dan pemikiran yang fleksibel. Sebaliknya, individu dengan skor keterbukaan rendah (*closedness to experience*) akan cenderung tertutup terhadap pengalaman baru, pemikiran yang konservatif, dan tidak kreatif.

2) Kesadaran (*Conscientiousness*) vs. (*lack of direction*)

Conscientiousness menggambarkan kontrol impuls yang diatur oleh norma sosial, yang membantu dalam perilaku yang terarah pada tugas dan tujuan, seperti berpikir sebelum bertindak, mengikuti norma dan aturan, menunda kepuasan, serta mengatur perencanaan dan memprioritaskan tugas (John & Srivastava, 1999). Dimensi ini menunjukkan kesungguhan dalam menjalankan tugas, tanggung jawab, dapat diandalkan, dan menyukai keteraturan dan kedisiplinan. Individu dengan skor tinggi memiliki tingkat kehati-hatian yang akurat dan tepat waktu. Sifat termasuk terstruktur, sistematis, dan komprehensif (Lohar & Shukla, 2022). Dimensi ini memiliki kebalikan yaitu kurangnya arah (*lack of direction*). Individu yang memiliki skor rendah (*lack of direction*) berkecenderungan untuk mempunyai sifat tidak terorganisasi,

malas, ceroboh dan tidak berarah-tujuan dan mudah menyerah jika suatu hal menjadi lebih sulit (Adiyono et al., 2017). Aspek dalam dimensi ini terdiri dari kehati-hatian (*conscientious*), pekerja keras (*hardworking*), disiplin (*punctual*), ambisius (*ambitious*), tekun (*persevering*), dan perencana yang baik (*well-organized*) (Florentina & Alim, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, dalam dimensi ini individu dengan skor kehati-hatian yang tinggi (*conscientiousness*) adalah individu dengan sifat yang terstruktur, sistematis, dan fokus pada tujuan. Sedangkan individu dengan skor kehati-hatian yang rendah (*lack of direction*) akan menunjukkan perilaku yang menunda-nunda pekerjaan, kacau, dan tidak bertanggung jawab.

3) *Extraversion vs. introversion*

Extraversion menunjukkan kecenderungan yang energik dalam berinteraksi dengan dunia sosial dan materi, serta mencakup sifat-sifat seperti ketegasan, aktivitas, sosialisasi, dan emosi positif (John & Srivastava, 1999). Ekstravert mendapatkan energinya dari terlibat dengan orang lain sementara introvert mendapatkan energinya dari dalam diri. Ciri-ciri energik, cerewet, dan asertif termasuk *extraversion* (Lohar & Shukla, 2022). Individu yang *extraversion* dengan mudah berkenalan dan aktif mencari teman baru. Keantusiasannya tercermin dalam ekspresi emosi positif dan sikap tegas serta asertif. Aspek-aspek dalam *extraversion* meliputi kasih sayang (*affectionate*), kecerewetan

(*talkactive*), minat berkelompok (*joiner*), memiliki rasa cinta (*loving*), dan penuh semangat (*passionate*) (Florentina & Alim, 2020). Dimensi ini memiliki kebalikan yang biasa disebut dengan *introversion*. Individu dengan *extraversion* yang rendah (*introversion*) cenderung bersifat serius, pendiam, cuek, penyendiri, pasif dan tidak mempunyai cukup kemampuan dalam mengekspresikan emosinya (Adiyono et al., 2017).

Berdasarkan hal tersebut, individu yang memiliki skor tinggi pada dimensi *extraversion* adalah individu yang cenderung berperilaku aktif, mudah bergaul, tegas, dan ekspresif. Sedangkan individu dengan skor rendah pada dimensi ini (*introversion*) akan memiliki sifat yang tertutup, formal, tidak ramah, dan tenang.

4) Keramahan (*Agreeableness*) vs. (*antagonis*)

Agreeableness mengontraskan orientasi pro-sosial dan komunal terhadap orang lain, dan mencakup sifat-sifat seperti altruisme, kepercayaan, kelembutan hati, dan kesopanan (John & Srivastava, 1999). Orang-orang seperti itu sopan, kolaboratif, dan penyayang (Lohar & Shukla, 2022). Sifat-sifat termasuk menjadi baik, penuh kasih dan penuh kasih. Sedangkan individu yang mendapat skor rendah adalah orang dengan kecenderungan sifat yang dingin, tidak mudah patuh, tidak ramah, penuh curiga, mudah kesal, pelit, dan mudah mengkritik orang lain (Adiyono et al., 2017). Sisi lain dari dimensi ini disebut *antagonis*. Aspek-aspek dalam *agreeableness* meliputi kepercayaan (*Trusting*), kelembutan hati (*softhearted*), kemurahan hati

(*generous*), penerimaan (*acquiescent*), toleransi (*lenient*), dan kebaikan hati (*good-natured*) (Florentina & Alim, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, individu dengan skor tinggi pada dimensi ini (*agreeableness*) adalah individu yang memiliki perilaku tulus, jujur, dan suka membantu. Sebaliknya, individu dengan skor rendah (*antagonis*) memiliki sifat yang curigaan, sinis, dan ragu-ragu.

5) *Neuroticism vs. emotional stability*

Neurotisme melibatkan perbedaan antara kestabilan emosi dan ketenangan dengan adanya emosi negatif seperti kecemasan, rasa sedih, gugup, dan tegang (John & Srivastava, 1999). Individu yang memiliki skor tinggi dalam dimensi ini berarti memiliki kepribadian neuroticism, sedangkan bila sebaliknya maka individu tersebut memiliki kepribadian dengan kestabilan emosi (*emotional stability*). Individu dengan tingkat kemantapan emosional yang positif umumnya memiliki sifat yang tenang, bersemangat, dan merasa aman. Individu dengan skor rendah (*emotional stability*) cenderung bersifat tenang, bertemperamen lembut dan puas terhadap dirinya (Adiyono et al., 2017). Aspek-aspek dalam Neurotisme mencakup kecemasan (*anxiety*), keemosionalan (*emotional*), kemarahan (*anger/temperamental*), perasaan rendah diri (*self-pitying*), kesadaran diri (*self-consciousness*), dan kerapuhan (*vulnerability*) (Florentina & Alim, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, individu dengan skor tinggi (*neuroticism*) adalah individu yang memiliki sifat yang mudah sedih, tegang, dan

rentan stress. Sebaliknya, individu dengan skor rendah (*emotional stability*) akan menunjukkan sifat-sifat seperti optimis, tahan stress, dan tenang.

C. Remaja

a. Pengertian Remaja

Masa remaja adalah periode paling penting dalam kehidupan manusia dengan perkembangan mental, fisik, dan kognitif yang substansial. Istilah remaja berasal dari kata kerja latin *adolescere* (tumbuh menuju kedewasaan). Tahap ini membawa banyak fisiologis, perubahan psikologis dan sosial, tergantung pada berbagai faktor sosial ekonomi dan lingkungan lainnya (Maiti et al., 2019). Masa remaja adalah tahap kritis antara masa kanak-kanak dan dewasa. Dimana ini juga merupakan transisi penting ketika seorang individu berpindah dari ketergantungan dan keterikatan pada orang tuanya ke tahap ketika dia mencari identitas diri, kemandirian, keintiman, dan hubungan dengan dunia luar (Erikson, 1968; Leung & Shek, 2020). Ini secara inheren merupakan tahap "badai dan tekanan" (Hall, 1904), sebuah "periode pembentukan identitas" (Erikson, 1968). Piaget (Suparno, 2001) menggambarannya sebagai 'usia cita-cita besar dan awal dari teori serta waktu adaptasi sederhana terhadap kenyataan'. Remaja menghadapi berbagai masalah karena berbagai perubahan selama masa pubertas. Selama periode ini, seorang anak ingin mandiri dan membutuhkan penyesuaian substansial terhadap perubahan fisik, mental dan sosial yang membedakan perilaku dewasa dari perilaku kekanak-

kanakan. Hurlock (1953) mengemukakan pembagian masa remaja menjadi dua periode, yaitu usia 13 hingga 16 atau 17 tahun yang termasuk periode masa remaja awal, dan usia 16 atau 17 tahun hingga 18 tahun yang termasuk dalam periode masa remaja akhir. Hurlock membagi ini karena individu telah mengalami peralihan perkembangan yang lebih mendekati masa dewasa pada periode masa remaja akhir.

b. Tugas Perkembangan Remaja

Tugas-tugas perkembangan remaja menurut Hurlock (1953) adalah sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan hubungan yang lebih baik dengan teman sebaya
- 2) Memahami dan mengambil peran sosial yang dimainkan oleh pria dan wanita.
- 3) Menerima dan menghargai perubahan fisik yang terjadi serta menggunakan tubuh secara aktif.
- 4) Mampu mandiri secara emosional dari orang tua dan orang dewasa lainnya.
- 5) Mampu meraih langkah mandiri secara finansial.
- 6) Menetapkan dan merencanakan karier yang sesuai.
- 7) Menyiapkan diri untuk pernikahan dan kehidupan berkeluarga.
- 8) Meningkatkan kemampuan intelektual dan memahami konsep-konsep penting dalam masyarakat.
- 9) Mampu berperilaku bertanggung jawab secara sosial.

- 10) Menerima dan mengadopsi sistem nilai etika sebagai panduan dalam berperilaku.

D. Hubungan Tipe Kepribadian *Big Five Personality* terhadap *Online Disinhibition*

Rösner & Krämer (2016) menganggap *online disinhibition* sebagai jenis deindividuasi dalam analisis mereka tentang konteks teoretis seputar fenomena pelepasan emosi menggunakan bahasa *online* yang agresif. Keadaan deindividuasi, penurunan kesadaran diri pribadi secara *online*, adalah penentu perilaku *online* disinhibisi, serupa dengan asinkronisitas dan imajinasi disosiatif yang ditunjukkan oleh Suler (2004). Dengan kata lain, dalam konteks di mana deindividuasi memainkan peran penting dalam menghilangkan hambatan, deindividuasi, dan *online* disinhibisi menghasilkan hasil yang sangat mirip.

Beberapa aspek dalam diri individu memberi perbedaan penggunaan media sosial, yang mana ini dapat memunculkan perilaku *online disinhibition* yang berbeda pula. Faktor ini salah satunya adalah perbedaan tipe kepribadian yang dimiliki individu. Hubungan ciri-ciri kepribadian Lima Besar dengan penggunaan smartphone telah dibuktikan dalam beberapa penelitian (Beierle et al., 2020; Stachl et al., 2020). Seidman (2013; Rahardjo et al., 2020) menyatakan bahwa kepribadian mempengaruhi motivasi dan penggunaan media sosial. Ciri-ciri kepribadian adalah pola pemikiran, emosi, dan perilaku yang relatif konsisten dari waktu ke waktu dan lintas situasi. Model

kepribadian yang paling umum adalah model *Big Five Personality*. Ini memberikan lima sifat luas yang diturunkan secara empiris yang secara kolektif menjelaskan dimensi utama di mana individu berbeda: ekstraversi, keramahan, kesadaran, neurotisme, dan keterbukaan (Beierle et al., 2020; John & Srivastava, 1999).

Kaitan *online disinhibition* dan tipe kepribadian ini dapat dilihat dari, individu ekstrovert mungkin lebih cenderung menggunakan media sosial karena mereka cenderung terbuka dan media sosial menyediakan hubungan sosial dengan orang lain yang tidak berada di lingkungan fisik mereka. Demikian pula, mereka yang skor *openness*nya tinggi mungkin menyukai kebaruan media sosial, meskipun kebaruan media sosial mungkin telah memudar sekarang. Bagi individu *agreeableness* yang rendah, media sosial dapat menyediakan platform untuk berdebat, karena orang-orang ini lebih argumentatif. Namun, mereka yang memiliki tingkat *agreeableness* yang tinggi dapat menggunakannya untuk bersosialisasi. Individu yang *conscientiousness* mungkin menghindari media sosial karena dapat mengganggu, meskipun mereka malah menggunakannya untuk mengumpulkan berita. Individu yang tinggi dalam neurotisme (rendah dalam stabilitas emosi) mungkin suka berkomunikasi melalui media sosial karena mereka dapat dengan hati-hati membuat tanggapan sebelum mengirimkannya, dan juga mendapatkan pengakuan sosial dengan mudah melalui komunikasi yang sering (Gil De Zuniga et al., 2017).

Penelitian lain juga mengungkap bahwa ekstraversi, neurotisme, dan keterbukaan terhadap pengalaman telah terbukti berhubungan positif dengan penggunaan media sosial. Orang dengan skor rendah pada *conscientiousness* diasumsikan menggunakan media sosial dengan hati-hati dan berhubungan negatif dengan penggunaan media sosial. Neurotisme diduga berhubungan positif dengan penggunaan media sosial karena dapat digunakan sebagai metode mencari dukungan (J. H. Tang et al., 2016).

Pandangan Islam tentang kepribadian mengacu pada ciri umum yang membedakan manusia dari makhluk lain. Kepribadian dalam psikologi Islam adalah hasil integrasi kalbu, akal, dan nafsu, yang mengarah pada tingkah laku (Hasanah & Islami, 2015). Salah satu contoh tingkah laku manusia dapat dilihat melalui media sosial pribadinya. Dalam menggunakan media sosial, pengguna perlu mematuhi etika-etika Islam sebagai panduan dan dasar perilaku. Pengguna media sosial yang baik akan menunjukkan kejujuran dalam segala hal, sebagaimana ditegaskan dalam Qs. Al-Hajj ayat ke-30, yang mengajarkan untuk menjauhkan diri dari ujaran dusta atau kebohongan. Islam juga melarang penyebaran fitnah dan kebencian, sesuai dengan Fatwa MUI No 24 Tahun 2017, yang memberikan pedoman hukum tentang berinteraksi melalui media sosial. Selain itu, Islam mendorong perilaku *ammar ma'ruf nahi munkar*, yaitu mengajak kepada kebaikan dan menolak keburukan. Namun, dalam melakukan hal ini melalui media sosial, penting untuk menjaga kebebasan ekspresi dan menghindari pengolok-olokan terhadap orang lain (Rizal, 2021)

E. Kerangka Teoritik

Ciri-ciri kepribadian tertentu ditemukan mempengaruhi individu untuk terlibat dalam lebih banyak disinhibisi *online* (Kurek et al., 2019). Sikap positif atau negatif seseorang terhadap jejaring sosial setidaknya sebagian bergantung pada ciri-ciri kepribadian (Abbasi & Drouin, 2020). Ciri-ciri kepribadian dianggap memengaruhi perilaku *online* baik secara langsung maupun tidak langsung. Ciri-ciri kepribadian dapat mempengaruhi bagaimana seorang individu berinteraksi dengan Internet, termasuk waktu yang dihabiskan *online*, presentasi diri *online*, kepercayaan *online*, persepsi interpersonal, berbagi pengetahuan, preferensi media, dan adopsi teknologi (Lu et al., 2021). Penelitian sebelumnya juga menuliskan bahwa dalam budaya Asia yang mendorong penekanan emosi atau kepribadian, individu cenderung melepaskan emosi negatif melalui intimidasi *online* di lingkungan *anonym* (B. Wu et al., 2023).

Big Five Inventory (BFI) termasuk kedalam uji multidimensi dengan dimensi yang tidak berkorelasi. Ini adalah jenis uji dengan dimensi yang tidak berkorelasi (atau berkorelasi sangat lemah). Tes tersebut terdiri dari 44 butir soal yang dibagi menjadi lima subtes atau dimensi yang mengukur ciri-ciri kepribadian yang meliputi, keterbukaan (10 butir), *conscientiousness* (9 butir), ekstrasversi (8 butir), *agreeableness* (9 item), dan *neuroticism* (8 item). Kelima dimensi yang berbeda ini dianggap berdiri sendiri dan tidak mewakili atribut kepribadian apapun pada tingkat yang lebih tinggi. Dengan kata lain, lima dimensi ini dapat dianggap sebagai lima tes satu dimensi yang tidak

berhubungan yang disajikan bersama dalam tes multidimensi. Karena sifat dimensi yang tidak berkorelasi, skor total dari setiap dimensi diperlakukan sebagai skor independen tunggal, seperti skor dari tes unidimensional. Tidak ada skor keseluruhan atau gabungan sama sekali karena skor dari dimensi yang tidak berkorelasi tidak dapat dijumlahkan (Abdullah et al., 2019).

Dimensi *Openness* ditemukan berhubungan positif dengan semua jenis penggunaan Internet, dan menunjukkan korelasi terkuat dengan penggunaan Internet untuk pencarian informasi. Individu dengan keterbukaan tinggi menghabiskan waktu lebih banyak di situs media sosial seperti Facebook dan Twitter, atau menulis blog, daripada orang yang mendapat skor rendah pada keterbukaan (Lu et al., 2021). Media sosial tersebut digunakan untuk kepuasan sosial seperti mempertahankan hubungan yang ada dan untuk manajemen tugas serta kepuasan informasi dan pendidikan (Süral & Griffiths, 2019). Situs jejaring sosial adalah aplikasi teknologi Internet yang relatif baru yang dapat menarik perhatian orang-orang dengan keterbukaan tinggi dimana biasanya memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan mencari hal-hal baru (Lu et al., 2021).

Individu dengan *conscientiousness* tinggi menggunakan media sosial sebagai hiburan dan membatasi penggunaannya sesuai dengan kebutuhan waktu yang dimiliki (Bunz, 2021). Sebaliknya, individu dengan *conscientiousness* rendah cenderung menggunakan media sosial untuk mengekspresikan atau menampilkan diri yang lebih populer. Orang yang kesadarannya rendah cenderung bergumul dengan pemenuhan kewajiban,

merencanakan ke depan, pengendalian diri, menyerah pada godaan, dan penundaan. Masing-masing fitur ini dapat memengaruhi seseorang untuk menggunakan Internet yang membuat ketagihan (Agbaria & Bdier, 2019).

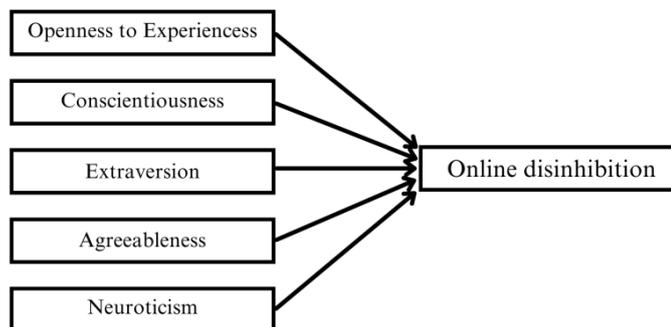
Hubungan antara ekstraversi dan penggunaan internet untuk aktivitas sosial lebih kuat daripada hubungan antara dimensi kepribadian lainnya dan penggunaan internet untuk aktivitas sosial (Lu et al., 2021). Individu dengan *extraversion* tinggi cenderung mencari rangsangan, dan ekstrovert dapat menggunakan Internet sebagai cara untuk mengekspresikan kebutuhan dan kecenderungan sosial. Dengan demikian, individu yang menunjukkan sifat ekstraversi dapat menemukan konektivitas sosial dari Internet memperkuat dengan cara yang mendorong penggunaan berlebihan yang bermasalah (Agbaria & Bdier, 2019). Sejalan dengan penelitian lain, yang mengatakan bahwa tingkat ekstraversi yang tinggi sering menunjukkan tingkat impulsif yang tinggi, dan kontrol diri yang rendah membuat orang-orang ini rentan terhadap penggunaan Internet yang membuat ketagihan dan *ekstrovert* dapat memanfaatkan Internet untuk memenuhi kebutuhan sosial serta mengekspresikan diri (Günaydın, 2021).

Agreeableness berhubungan positif dengan kecanduan internet. Individu yang melaporkan *agreeableness* yang tinggi mungkin memiliki keinginan yang meningkat untuk mencari penerimaan sosial, yang dapat dicapai melalui Internet. Selanjutnya, orang-orang ini menghargai bergaul dengan orang lain dan bertujuan untuk menjadi perhatian, dapat dipercaya, dan membantu tetapi mungkin bersedia untuk mengkompromikan kepentingannya demi

kepentingan orang lain. Tingkat persetujuan yang tinggi mungkin berhubungan dengan menyenangkan orang, yang dapat menyebabkan penggunaan Internet yang berlebihan karena keinginan untuk tersedia bagi orang lain atau sebagai cara untuk mendorong kepuasan narsistik (Agbaria & Bdier, 2019).

Individu dengan neurotisme tinggi (kestabilan emosi rendah) dapat menggunakan internet dengan cara yang tidak sehat dan pada tingkat ketergantungan (Nikbin et al., 2020). Orang-orang yang memiliki neurotisme tinggi menggunakan sosial media untuk kebutuhan presentasi diri, khususnya, kebutuhan diri untuk menggambarkan aspek diri yang berbeda. Selain itu, individu yang memiliki neurotisme tinggi mungkin juga mengalami berbagai macam emosi negatif yang terkait dengan interaksi tatap muka, termasuk tingkat dukungan sosial yang rendah, perasaan disalahtafsirkan dalam situasi sosial tatap muka, dan perasaan kesepian. Sebagai konsekuensi dari interaksi dan emosi negatif ini, individu dengan neurotisme tinggi kemudian dapat beralih ke SNS untuk tujuan sosial dan pribadi, mengandalkan interaksi SNS untuk mengembangkan rasa memiliki, dapatkan validasi, dan mengurangi kesepian. Neurotisme ditemukan terkait positif dengan pengungkapan diri secara umum, pengungkapan emosional, dan penyajian aspek diri yang ideal, aktual, dan tersembunyi. (Abbasi & Drouin, 2020).

Berikut kerangka teoritik dari penelitian ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Teoritik

F. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini meliputi :

1. Terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Openness to Experiences* terhadap *Online disinhibition*
2. Terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Conscientiousness* terhadap *Online disinhibition*
3. Terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Extraversion* terhadap *Online disinhibition*
4. Terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Agreeableness* terhadap *Online disinhibition*
5. Terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Neuroticism* terhadap *Online disinhibition*
6. Terdapat pengaruh antara *big five personality* terhadap *Online disinhibition*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Desain penelitian yang diterapkan adalah jenis penelitian korelasional. Tujuan dari pendekatan kuantitatif korelasional ialah untuk menguji perbedaan karakteristik antara dua atau lebih variabel atau entitas. Penelitian korelasional memberikan perspektif baru dalam pemahaman hubungan-hubungan dan menyediakan berbagai alat analisis untuk menghitung dan membuat prediksi tentang hubungan sebab-akibat (Duli, 2019). Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah dengan menyebarkan dua skala dari variabel yang digunakan untuk diisi responden penelitian. Hasil skala diolah menggunakan aplikasi Excel dan dianalisis menggunakan uji hipotesis regresi linier ganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

B. Identifikasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari enam variabel yang meliputi lima variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) :

- Variabel bebas X_1 : *Openness to Experiences*
- Variabel bebas X_2 : *Conscientiousness*
- Variabel bebas X_3 : *Extraversion*
- Variabel bebas X_4 : *Agreeableness*

- Variabel bebas X₅ : *Neuroticism*
- Variabel terikat Y : *Online disinhibition*

C. Definisi Operasional

a. *Online disinhibition*

Keadaan mental di mana melemah atau menghilangnya fungsi penghambatan kognisi dari berbagai fenomena sosial dalam lingkungan online.

b. *Big Five Personality*

Big Five Personality adalah suatu metode pendekatan untuk menilai kepribadian dalam individu melalui analisis faktor kata sifat, dimana kelima faktor tersebut diantaranya adalah *extroversion*, *agreeableness*, *openness to experience*, *neuroticism*, dan *conscientiousness*

- I. *Openness to Experience* adalah individu dengan sifat yang mencakup keluasan, kedalaman, orisinalitas, serta kompleksitas pikiran dan pengalaman dalam hidup seseorang.
- II. *Conscientiousness* adalah individu dengan perilaku yang berorientasi pada tugas dan tujuan, seperti berpikir sebelum bertindak, mengikuti norma dan aturan, menunda kepuasan, serta melakukan perencanaan dan pengaturan prioritas tugas.
- III. *Extroversion* adalah individu dengan kecenderungan energik dalam interaksi sosial, termasuk sifat-sifat seperti sosialisasi, aktivitas, ketegasan, dan emosi positif.

IV. *Agreeableness* adalah individu dengan orientasi yang pro-sosial dan komunal terhadap orang lain, melawan sikap antagonisme, dan mencakup sifat-sifat seperti altruisme, kelembutan hati, kepercayaan, dan kesopanan.

V. *Neurotisme* adalah individu dengan kecenderungan memiliki emosi negatif seperti kecemasan, kegelisahan, kesedihan, dan ketegangan.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi merujuk pada suatu area generalisasi yang mencakup objek dan subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu, sesuai dengan keputusan peneliti, dengan tujuan untuk mempelajarinya dan kemudian mengambil kesimpulan. Populasi terdiri dari dua kategori, yaitu populasi terbatas (*finite population*) dan populasi tak terbatas (*infinite population*). Populasi terbatas mencakup anggota atau elemen yang dapat dihitung atau diketahui jumlahnya, sedangkan populasi tak terbatas mencakup anggota yang jumlahnya tidak dapat diketahui (Jaya, 2019). Penelitian ini menggunakan populasi remaja SMA dengan batasan usia mulai dari 16 tahun hingga usia 18 tahun yang merupakan batasan usia akhir remaja menurut Hurlock (1953). Remaja tersebut adalah pengguna Instagram yang berada di domisili Sidoarjo dimana populasinya tergolong sebagai populasi tidak terbatas (*infinite population*).

b. Sampel

Sampel dalam suatu penelitian dapat didefinisikan sebagai representasi objek yang mewakili populasi secara keseluruhan (Notoatmodjo, 2010). Peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael yang telah menyajikan tabel subjek (s) sesuai jumlah populasi (N) dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Dalam tabel Isaac dan Michael juga memuat jumlah populasi yang *infinite* dengan jumlah sampel yang dapat diambil sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Tabel Rumus Isaac & Michael

N	S		
	1%	5%	10%
∞	664	349	272

Berdasarkan tabel 3.1 pengambilan jumlah sampel yang dipilih peneliti sebesar 349 orang dengan taraf kesalahan 5%. Penelitian ini menggunakan 406 responden sebagai hasil akhir jumlah sampel.

c. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang disebut *quota sampling*. *Quota sampling* adalah metode sampling yang melibatkan penentuan jumlah sampel dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu hingga mencapai kuota (target) yang diinginkan (Mufarrikah et al., 2020). Kriteria sampel yang dipakai dalam penelitian ini:

- 1) Berusia 16-18 tahun
- 2) Pengguna Instagram
- 3) Berdomisili di Sidoarjo

E. Instrument Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis instrument yang meliputi, yaitu skala *MMOD (Multiple Measure of Online Disinhibition)* (Wen & Miura, 2023a) dan *Big Five Inventory* (John & Srivastava, 1999; Karim, 2017) untuk mengidentifikasi tipe kepribadian.

1. *Online disinhibition*

a. Definisi Operasional

Keadaan mental di mana melemah atau menghilangnya fungsi penghambatan kognisi dari berbagai fenomena sosial dalam lingkungan online.

b. Instrumen Pengukuran *Online disinhibition*

Variabel *Online disinhibition* diukur dengan menggunakan skala *MMOD (Multiple Measure of Online Disinhibition)* yang disusun oleh Wen & Miura (2023a). Skala *MMOD* digunakan untuk mengukur domain *Online disinhibition* yang terdiri dari 12 item. Berikut blueprint dari *Online disinhibition*:

Tabel 3. 2 Blueprint *MMOD (Multiple Measure of Online Disinhibition)*

Indikator	Nomor	Jumlah
Perspektif unik tentang lingkungan <i>online</i>	1, 2, 3, 4, 5	5
Perubahan kognisi keterasingan	6, 7, 8, 9	4
Perubahan kognisi hubungan	10, 11, 12	3

Skala ini mengukur tiga indikator *Online disinhibition*. Indikator pertama yaitu perspektif unik tentang lingkungan *online* terdiri dari 5

item *favorable*. Indikator kedua yaitu perubahan kognisi keterasingan terdiri dari 4 item *favorable*. Indikator terakhir, perubahan kognisi hubungan memiliki 3 item *favorable*. Instrument ini menggunakan skala likert dengan rentang poin mulai dari 1 yang berarti sangat tidak setuju hingga poin 6 yang berarti sangat setuju. Semakin besar poin yang dipilih, maka individu tersebut menunjukkan *online disinhibition* yang tinggi pula.

c. Validitas instrument

Validitas mencerminkan tingkat keakuratan dan ketelitian suatu alat pengukur dalam menjalankan fungsinya (Ananda & Fadhli, 2018). Kriteria uji validitas yang digunakan adalah membandingkan nilai *r* hitung (*pearson correlation*) dengan nilai *r* tabel. Item akan dikatakan valid apabila skor nilai *r* hitung lebih besar daripada nilai *r* tabel. Namun item akan dikatakan tidak valid apabila nilai *r* hitung lebih kecil daripada nilai *r* tabel. Kemudian distribusi nilai *r* tabel dari 400 responden dengan taraf signifikan 5% diketahui sebesar 0,098. Dimana jika terdapat item yang tidak valid, maka item tersebut akan dihilangkan. Pengukuran validitas dilakukan dengan bantuan SPSS menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Item MMOD (*Multiple Measure of Online Disinhibition*)

Item	R hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Item 1	0,340	0,098	Valid

Item 2	0,439	0,098	Valid
Item 3	0,491	0,098	Valid
Item 4	0,474	0,098	Valid
Item 5	0,217	0,098	Valid
Item 6	0,505	0,098	Valid
Item 7	0,500	0,098	Valid
Item 8	0,467	0,098	Valid
Item 9	0,541	0,098	Valid
Item 10	0,561	0,098	Valid
Item 11	0,487	0,098	Valid
Item 12	0,321	0,098	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa seluruh item di skala MMOD dikatakan valid dan total item yang digunakan dalam penelitian ini adalah 12 item.

d. Reliabilitas instrument

Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau kepercayaan hasil pengukuran yang mencerminkan tingkat ketelitian pengukuran.

Pengukuran dengan reliabilitas tinggi menghasilkan data yang dapat diandalkan, stabil, konsisten, dan sebagainya. Namun, inti dari konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya (Ananda & Fadhli, 2018).

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas *MMOD*

Cronbach's Alpha	N of Items
0,638	12

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan analisis Alpha Cronbach dengan pedoman apabila suatu variabel memperoleh nilai Alpha Cronbach $>0,60$, maka disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dianggap reliabel atau konsisten dalam pengukurannya (Dewi & Sudaryanto, 2020). Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai reliabilitas dari skala *MMOD* sebesar $0,639 > 0,60$ yang berarti variabel *online disinhibition* dianggap reliabel.

2. *Big Five Personality*

a. Definisi Operasional

Big Five Personality adalah suatu metode pendekatan untuk menilai kepribadian dalam individu melalui analisis faktor kata sifat, dimana kelima faktor tersebut diantaranya adalah *extroversion*, *agreeableness*, *openness to experience*, *neuroticism*, dan *conscientiousness*

I. *Openness to Experience* adalah individu dengan sifat yang mencakup keluasan, kedalaman, orisinalitas, serta kompleksitas pikiran dan pengalaman dalam hidup seseorang.

II. *Conscientiousness* adalah individu dengan perilaku yang berorientasi pada tugas dan tujuan, seperti berpikir sebelum bertindak, mengikuti norma dan aturan, menunda kepuasan, serta melakukan perencanaan dan pengaturan prioritas tugas.

- III. *Extraversion* adalah individu dengan kecenderungan energik dalam interaksi sosial, termasuk sifat-sifat seperti sosialisasi, aktivitas, ketegasan, dan emosi positif.
- IV. *Agreeableness* adalah individu dengan orientasi yang pro-sosial dan komunal terhadap orang lain, melawan sikap antagonisme, dan mencakup sifat-sifat seperti altruisme, kelembutan hati, kepercayaan, dan kesopanan.
- V. *Neuroticism* adalah individu dengan kecenderungan memiliki emosi negatif seperti kecemasan, kegelisahan, kesedihan, dan ketegangan.

b. Instrumen Pengukuran *Big Five Personality*

Variabel kepribadian diukur dengan menggunakan skala *Big Five Inventory* yang disusun oleh John dan Srivastava (1999; Karim, 2017). Skala *Big Five Inventory* digunakan untuk mengukur domain kepribadian *big five* yang terdiri dari 44 item. Berikut blueprint dari *Big Five Inventory* :

Tabel 3. 5 Blueprint *Big Five Inventory*

Dimensi	Nomor		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
<i>Extraversion</i>	1, 11, 16, 26, 36	6, 21, 31	8
<i>Agreeableness</i>	7, 17, 22, 32, 42	2, 12, 27, 37	9
<i>Conscientiousness</i>	3, 13, 28, 33, 38	8, 18, 23, 43	9
<i>Neuroticism</i>	4, 14, 19, 29, 39	9, 24, 34	8
<i>Openness</i>	5, 10, 15, 20, 25, 30, 40, 44	35, 41	10
	Total		44

Skala ini mengukur lima aspek kepribadian yang terbagi menjadi *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness*. Bagian *extraversion* terdiri dari total 8 item, dengan 5 item *favorable* dan 3 item *unfavorable*. Bagian *agreeableness* terdiri dari 9 item, dengan 5 item yang bersifat *favorable* dan 4 item yang bersifat *unfavorable*. Bagian *conscientiousness* terdiri dari 9 item, dengan 5 item yang bersifat *favorable* dan 4 item yang bersifat *unfavorable*. Bagian *neuroticism* terdiri dari 8 item, dengan 5 item yang bersifat *favorable* dan 3 item yang bersifat *unfavorable*. Terakhir, bagian *openness* terdiri dari 10 item, dengan 5 item yang bersifat *favorable* dan 3 item yang bersifat *unfavorable*.

c. Validitas instrument

Validitas mencerminkan tingkat keakuratan dan ketelitian suatu alat pengukur dalam menjalankan fungsinya (Ananda & Fadhli, 2018). Kriteria uji validitas yang digunakan adalah membandingkan nilai *r* hitung (*pearson correlation*) dengan nilai *r* tabel. Item akan dikatakan valid apabila skor nilai *r* hitung lebih besar daripada nilai *r* tabel. Namun item akan dikatakan tidak valid apabila nilai *r* hitung lebih kecil daripada nilai *r* tabel. Kemudian distribusi nilai *r* tabel dari 400 responden dengan taraf signifikan 5% diketahui sebesar 0,098. Dimana jika terdapat item yang tidak valid, maka item tersebut akan dihilangkan. Pengukuran validitas dilakukan dengan bantuan SPSS menunjukkan hasil sebagai berikut :

a) *Extraversion***Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Item *Extraversion***

Item	R hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Item 1	0,584	0,098	Valid
Item 6	0,653	0,098	Valid
Item 11	0,516	0,098	Valid
Item 16	0,534	0,098	Valid
Item 21	0,687	0,098	Valid
Item 26	0,374	0,098	Valid
Item 31	0,488	0,098	Valid
Item 36	0,632	0,098	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas 3.6 diketahui bahwa dari total 8 item pada dimensi *extraversion*, terdapat 8 item yang valid dan tidak ada item yang gugur.

b) *Agreeableness***Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Item *Agreeableness***

Item	R hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Item 2	0,487	0,098	Valid
Item 7	0,299	0,098	Valid
Item 12	0,526	0,098	Valid
Item 17	0,554	0,098	Valid
Item 22	0,380	0,098	Valid
Item 27	0,378	0,098	Valid
Item 32	0,485	0,098	Valid
Item 37	0,572	0,098	Valid

Item 42	0,422	0,098	Valid
---------	-------	-------	-------

Berdasarkan tabel uji validitas 3.7 diketahui bahwa dari total 9 item pada dimensi *agreeableness*, terdapat 9 item yang valid dan tidak ada item yang gugur.

c) *Conscientiousness*

Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Item *Conscientiousness*

Item	R hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Item 3	0,559	0,098	Valid
Item 8	0,656	0,098	Valid
Item 13	0,553	0,098	Valid
Item 18	0,630	0,098	Valid
Item 23	0,696	0,098	Valid
Item 28	0,634	0,098	Valid
Item 33	0,490	0,098	Valid
Item 38	0,386	0,098	Valid
Item 43	0,549	0,098	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas 3.8 diketahui bahwa dari total 9 item pada dimensi *conscientiousness*, terdapat 9 item yang valid dan tidak ada item yang gugur.

d) *Neuroticism*

Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Item *Neuroticism*

Item	R hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Item 4	0,677	0,098	Valid
Item 9	0,504	0,098	Valid

Item 14	0,662	0,098	Valid
Item 19	0,606	0,098	Valid
Item 24	0,543	0,098	Valid
Item 29	0,562	0,098	Valid
Item 34	0,548	0,098	Valid
Item 39	0,660	0,098	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas 3.9 diketahui bahwa dari total 8 item pada dimensi *neuroticism*, terdapat 8 item yang valid dan tidak ada item yang gugur.

e) *Openness to Experiences*

Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Item *Openness to Experiences*

Item	R hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Item 5	0,808	0,098	Valid
Item 10	0,457	0,098	Valid
Item 15	0,424	0,098	Valid
Item 20	0,592	0,098	Valid
Item 25	0,594	0,098	Valid
Item 30	0,341	0,098	Valid
Item 35	0,042	0,098	Tidak Valid
Item 40	0,549	0,098	Valid
Item 41	0,000	0,098	Tidak Valid
Item 44	0,499	0,098	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas 3.10 diketahui bahwa dari total 10 item pada dimensi *openness*, terdapat 8 item yang valid dan 2 item yang gugur.

Kesimpulan dari hasil uji validitas yang telah dilakukan diketahui bahwa dari total 44 item di masing-masing dimensi pada skala *big five inventory* terdapat 42 item yang valid, dan 2 item yang tidak valid di nomor 35 dan 41 pada dimensi *openness to experiences*. Item-item yang tidak valid akan digugurkan dan tidak digunakan dalam perhitungan selanjutnya. Maka total item keseluruhan yang digunakan sebanyak 42 item.

d. Reliabilitas instrument

Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau kepercayaan hasil pengukuran yang mencerminkan tingkat ketelitian pengukuran. Pengukuran dengan reliabilitas tinggi menghasilkan data yang dapat diandalkan, stabil, konsisten, dan sebagainya. Namun, inti dari konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya (Ananda & Fadhi, 2018).

Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas *Big Five Inventory*

Cronbach's Alpha	N of Items
0,658	42

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan analisis Alpha Cronbach dengan pedoman apabila suatu variabel memperoleh nilai Alpha Cronbach $> 0,60$, maka disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dianggap reliabel atau konsisten dalam pengukurannya (Dewi & Sudaryanto, 2020). Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai

reliabilitas dari skala *big five inventory* sebesar $0,658 > 0,60$ yang berarti variabel *big five personality* dianggap reliabel.

F. Analisis Data

1. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis jenis analisis regresi linier ganda. Model persamaan regresi linier ganda dinyatakan dengan persamaan (Muhid, 2019) :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Keterangan :

Y : *Online disinhibition*

a : Konstanta

b : Koefisiensi regresi untuk X

X₁ : *Openness to Experience*

X₂ : *Conscientiousness*

X₃ : *Extraversion*

X₄ : *Agreeableness*

X₅ : *Neuroticism*

Sebelum uji analisis regresi linier ganda dilakukan, maka diperlukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu yang meliputi :

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk menentukan apakah distribusi residual terstandarisasi yang sedang diteliti bersifat

normal atau tidak (Ismanto & Pebruary, 2021). Dalam model regresi yang baik, penting bahwa nilai residual memiliki distribusi normal. Oleh karena itu, uji normalitas dilakukan pada nilai residual, bukan pada setiap variabel secara terpisah. Salah satu kesalahan umum yang sering terjadi adalah melakukan uji normalitas pada setiap variabel secara terpisah. Meskipun ini tidak dilarang, model regresi membutuhkan normalitas pada nilai residual, bukan pada setiap variabel penelitian (Duli, 2019). Uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* adalah jenis pengujian yang digunakan dalam penelitian ini, dengan panduan bahwa sebaran data dianggap normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dan sebaliknya, sebaran data dianggap tidak normal jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Muhid, 2019).

Tabel 3. 12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,106

Berdasarkan tabel 3.12, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,106 >

0,05 yang berarti bahwa sebaran data dianggap normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah hubungan antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori bersifat linear atau tidak. Tujuan dari uji linearitas adalah untuk memverifikasi apakah hasil observasi antara dua variabel sesuai dengan sifat linear yang didasarkan pada teori yang ada (Duli, 2019). Model regresi linear tidak bisa digunakan apabila model tersebut tidak memenuhi persyaratan

linearitas. Kesimpulan bahwa hubungan antara variabel tersebut bersifat linear dapat diambil apabila nilai signifikansi dari "*Deviation from Linearity*" lebih besar dari nilai alpha (0,05) (Djazari et al., 2013).

Tabel 3. 13 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table		Sig.
Big Five Personality	Deviation from Linearity	0,255

Berdasarkan tabel 3.13, diketahui bahwa nilai signifikansi dari "*Deviation from Linearity*" sebesar $0,255 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel bersifat linear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model regresi dianggap memenuhi persyaratan homoskedastisitas ketika varian residual antar pengamatan tetap sama (Duli, 2019). Penelitian ini menggunakan uji *spearman's rho* untuk menguji heteroskedastisitas. Dimana kriterianya apabila nilai signifikansi $< 0,05$, dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas terjadi. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi (Djazari et al., 2013).

Tabel 3. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Spearman Rho</i>	Sig. (2-tailed)
<i>Extraversion</i>	0,897

<i>Agreeableness</i>	0,806
<i>Conscientiousness</i>	0,387
<i>Neuroticism</i>	0,858
<i>Openness to Experiences</i>	0,911

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh hasil nilai signifikansi ($> 0,05$) sesuai pada tabel 3.14. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui adakah interkorelasi antar variabel bebas dalam penelitian. Uji asumsi ini dilakukan dengan melihat nilai “VIF” dan “Tolerance” pada tabel Collinearity Statistic. Variabel dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,01$.

Tabel 3. 15 Uji Multikolinieritas

Dimensi	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Neuroticism	0,700	1,428
Extraversion	0,815	1,226
Agreeableness	0,868	1,152
Conscientiousness	0,586	1,706
Openness	0,831	1,203

Berdasarkan tabel 3.15 dapat diketahui bahwa seluruh dimensi *big five personality* memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Persiapan yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari yang pertama, analisis fenomena yang muncul di lingkungan sekitar. Kemudian dari hasil pemilihan topik tersebut, peneliti menentukan variabel apa yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Selanjutnya peneliti mencari literatur terkait variabel-variabel yang ingin digali dari buku, berita, data survey, dan artikel penelitian sebelumnya. Hasil pencarian informasi ini kemudian ditulis peneliti kedalam latar belakang dan kajian pustaka.

Persiapan ini dilanjutkan dengan membuat rancangan yang mencakup hipotesis, metode, instrument, sampel, populasi, dan jenis analisis data yang digunakan. Setelah penulisan laporan ini dituliskan menjadi proposal skripsi dan secara berkala melalui proses revisi oleh dosen pembimbing, proposal ini kemudian di seminarkan pada tanggal 29 Mei 2023.

Tahap selanjutnya, peneliti melakukan beberapa revisi kembali dengan arahan dari dosen penguji dan pembimbing pada seminar proposal sebelumnya. Kemudian setelah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing untuk turun lapangan, peneliti mulai menyebarkan kuesioner pada tanggal 13 Juli 2023. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan membagikan link google form lewat aplikasi Whatsapp dan Instagram.

Peneliti juga melakukan kunjungan ke sekolah langsung untuk mendapatkan lebih banyak data. Data terkumpul sebanyak 406 responden pada tanggal 19 Juli 2023.

Data yang telah terkumpul kemudian dirapikan dan dianalisis dengan beberapa pengujian yang meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, uji regresi linear ganda, dan uji koefisiensi determinasi. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi Ms. Excel dan SPSS. Kemudian hasil pengujian ini ditulis kembali dalam bentuk laporan skripsi yang disesuaikan dengan ketentuan penulisan skripsi di Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a) Deskripsi Subjek

Subjek penelitian ini adalah remaja pengguna Instagram yang berada pada rentang usia 16-18 tahun dan berdomisili di Sidoarjo.

Jumlah populasi subjek pengguna Instagram yang tidak diketahui

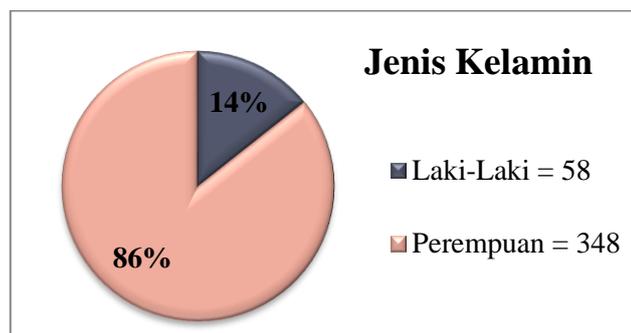
membuat peneliti menentukan sampel berdasarkan tabel Isaac &

Michael dengan taraf kesalahan 5% sebesar 349 orang. Hasil akhir

pengambilan data, total subjek yang diperoleh sebanyak 406 orang

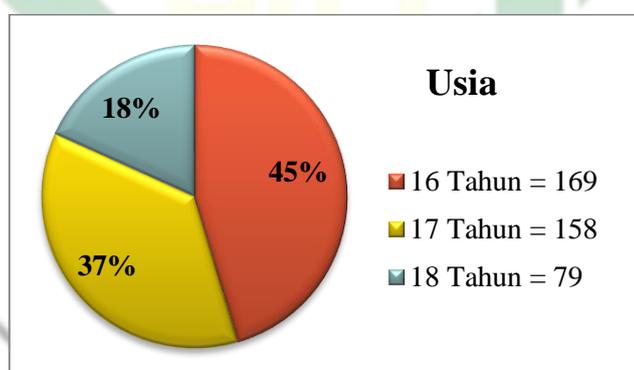
dan peneliti mengambil keseluruhan sampel. Berikut beberapa

klasifikasi deskripsi subjek yang telah dimasukkan kedalam diagram :



Gambar 4. 1 Diagram Frekuensi Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar diagram klasifikasi jenis kelamin 4.1, jumlah subjek berjenis kelamin laki-laki sebesar 58 orang dengan persentase 14%, sedangkan subjek perempuan berjumlah sebanyak 348 orang dengan persentase 86%. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki subjek terbanyak pada jenis kelamin perempuan.



Gambar 4. 2 Diagram Frekuensi Usia

Berdasarkan gambar diagram klasifikasi rentang usia 4.2, diketahui bahwa total subjek terbanyak berada pada usia 16 tahun yaitu 169 orang dengan persentase 42%. Kemudian terbanyak kedua berada pada usia 17 tahun total 158 orang dengan persentase sebesar 39%. Terakhir, total subjek usia 18 tahun sebanyak 79 orang dengan persentase 19%.

b) Deskripsi Data

Deskripsi data dilakukan untuk mengetahui penjabaran secara rinci mengenai jumlah subjek (N), nilai rata-rata (Mean), standar deviasi, nilai minimum (Min), dan nilai maksimum (Max).

Tabel 4. 1 Tabel Deskripsi Data

	<i>Neuroticism</i>	<i>Extraversion</i>	<i>Agreeableness</i>	<i>Conscientiousness</i>	<i>Openness</i>	<i>Online Disinhibition</i>
<i>Mean</i>	26,64	25,15	34,07	30,20	29,87	40,87
<i>Std. Deviation</i>	5,50	5,18	4,11	5,47	4,37	8,56
<i>Minimum</i>	10	11	18	14	17	17
<i>Maximum</i>	40	40	45	45	40	72

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa jumlah subjek sebanyak 406 orang. Hasil deskripsi statistik pada setiap variabel diketahui sebagai berikut :

- 1) Dimensi *big five personality neuroticism* mempunyai nilai minimum sejumlah 10, nilai maksimum sejumlah 40, nilai mean sejumlah 26,64, dan standar deviasi sejumlah 5,50.
- 2) Dimensi *big five personality extraversion* mempunyai nilai minimum sejumlah 11, nilai maksimum sejumlah 40, nilai mean sejumlah 25,15, dan standar deviasi sejumlah 5,18.
- 3) Dimensi *big five personality agreeableness* mempunyai nilai minimum sejumlah 18, nilai maksimum sejumlah 45, nilai mean sejumlah 34,07, dan standar deviasi sejumlah 4,11.

- 4) Dimensi *big five personality conscientiousness* mempunyai nilai minimum sejumlah 14, nilai maksimum sejumlah 45, nilai mean sejumlah 30,20, dan standar deviasi sejumlah 5,47.
- 5) Dimensi *big five personality openness to experiences* mempunyai nilai minimum sejumlah 17, nilai maksimum sejumlah 40, nilai mean sejumlah 29,87, dan standar deviasi sejumlah 4,37.
- 6) Variabel *online disinhibition* mempunyai nilai minimum sejumlah 17, nilai maksimum sejumlah 72, nilai mean sejumlah 40,87, dan standar deviasi sejumlah 8,56.

Kemudian, dilakukan kategorisasi data untuk masing-masing variabelnya. Kategorisasi data terdiri dari skor rendah, sedang, dan tinggi dengan rumus :

Tabel 4. 2 Rumus Kategorisasi Data

Kategori	Rumus
Rendah	$X < M - 1 \text{ SD}$
Sedang	$M - 1 \text{ SD} \leq X < M + 1 \text{ SD}$
Tinggi	$X \geq M + 1 \text{ SD}$

Keterangan :

X : Skor total subjek

M : Mean/rata-rata skor

SD : Standar Deviasi

1. Kategorisasi Data Tiap Variabel

Berdasarkan rumus perhitungan kategori skor diatas, maka skor kategorisasi variabel dapat diperoleh sebagai berikut :

a) Kategorisasi Variabel *Online Disinhibition***Tabel 4. 3 Kategorisasi *Online Disinhibition***

Kategori	Rumus	Frekuensi Subjek	Persentase
Rendah	$X < 32$	43	11 %
Sedang	$32 \leq X < 49$	290	71 %
Tinggi	$X \leq 49$	73	18 %

Variabel *online disinhibition* diketahui memiliki jumlah frekuensi subjek terbanyak pada kategori sedang dengan total 290 orang dan persentase 71 %. Selanjutnya pada kategori tinggi memiliki frekuensi subjek sebesar 73 orang dengan persentase 18 %. Terakhir, frekuensi subjek pada kategori rendah sebanyak 43 orang dengan persentase 11 %.

b) Kategorisasi Variabel *Big Five Personality*2. Dimensi *Extraversion***Tabel 4. 4 Kategorisasi Dimensi *Extraversion***

Kategori	Rumus	Frekuensi Subjek	Persentase
Rendah	$X < 20$	52	13 %
Sedang	$20 \leq X < 30$	268	66 %
Tinggi	$X \leq 30$	86	21 %

Dimensi *extraversion* diketahui memiliki jumlah frekuensi subjek terbanyak pada kategori sedang dengan total 268 orang dan persentase 66 %. Selanjutnya pada kategori tinggi memiliki frekuensi subjek sebesar 86 orang

dengan persentase 21 %. Terakhir, frekuensi subjek pada kategori rendah sebanyak 52 orang dengan persentase 13 %.

3. Dimensi *Agreeableness*

Tabel 4. 5 Kategorisasi Dimensi *Agreeableness*

Kategori	Rumus	Frekuensi Subjek	Persentase
Rendah	$X < 30$	46	11 %
Sedang	$30 \leq X < 38$	278	69 %
Tinggi	$X \leq 38$	82	20 %

Dimensi *agreeableness* diketahui memiliki jumlah frekuensi subjek terbanyak pada kategori sedang dengan total 278 orang dan persentase 69 %. Selanjutnya pada kategori tinggi memiliki frekuensi subjek sebesar 82 orang dengan persentase 20 %. Terakhir, frekuensi subjek pada kategori rendah sebanyak 46 orang dengan persentase 11 %.

4. Dimensi *Conscientiousness*

Tabel 4. 6 Kategorisasi Dimensi *Conscientiousness*

Kategori	Rumus	Frekuensi Subjek	Persentase
Rendah	$X < 25$	63	16 %
Sedang	$25 \leq X < 36$	270	66 %
Tinggi	$X \leq 36$	73	18 %

Dimensi *conscientiousness* diketahui memiliki jumlah frekuensi subjek terbanyak pada kategori sedang dengan total 270 orang dan persentase 66 %. Selanjutnya pada kategori tinggi memiliki frekuensi subjek sebesar 73 orang

dengan persentase 18 %. Terakhir, frekuensi subjek pada kategori rendah sebanyak 63 orang dengan persentase 16 %.

5. Dimensi *Neuroticism*

Tabel 4. 7 Kategorisasi Dimensi *Neuroticism*

Kategori	Rumus	Frekuensi Subjek	Persentase
Rendah	$X < 21$	64	16 %
Sedang	$21 \leq X < 32$	263	65 %
Tinggi	$X \leq 32$	79	19 %

Dimensi *neuroticism* diketahui memiliki jumlah frekuensi subjek terbanyak pada kategori sedang dengan total 264 orang dan persentase 65 %. Selanjutnya pada kategori tinggi memiliki frekuensi subjek sebesar 79 orang dengan persentase 19 %. Terakhir, frekuensi subjek pada kategori rendah sebanyak 64 orang dengan persentase 16 %.

6. Dimensi *Openness to Experiences*

Tabel 4. 8 Kategorisasi Dimensi *Openness to Experiences*

Kategori	Rumus	Frekuensi Subjek	Persentase
Rendah	$X < 25$	51	12 %
Sedang	$25 \leq X < 34$	275	68 %
Tinggi	$X \leq 34$	80	20 %

Dimensi *openness to experiences* diketahui memiliki jumlah frekuensi subjek terbanyak pada kategori sedang dengan total 275 orang dan persentase 68 %. Selanjutnya pada kategori tinggi memiliki frekuensi subjek sebesar 80

orang dengan persentase 20 %. Terakhir, frekuensi subjek pada kategori rendah sebanyak 51 orang dengan persentase 12 %.

2. Tabulasi Silang antara Deskripsi Subjek dengan Kategorisasi

Data

a) Berdasarkan Jenis Kelamin

1) *Online Disinhibition*

Tabel 4. 9 Tabulasi Silang Online Disinhibition Berdasarkan Jenis Kelamin

		Online Disinhibition			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Jenis Kelamin	Perempuan	Total	37	251	60	348
		Persentase	10.6%	72.1%	17.2%	100%
	Laki-laki	Total	6	39	13	58
		Persentase	10.3%	67.2%	22.4%	100%
Total Keseluruhan		Total	43	290	73	406
		Persentase	10.6%	71.4%	18%	100%

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa terdapat 37

perempuan yang memiliki *online disinhibition* rendah, 251 perempuan dengan *online disinhibition* sedang, dan 60 perempuan lainnya memiliki *online disinhibition* tinggi. Kemudian pada jenis kelamin laki-laki, sebanyak 6 orang dengan *online disinhibition* rendah, 39 laki-laki dengan *online disinhibition* sedang, dan 13 laki-laki dengan *online disinhibition* tinggi.

2) Dimensi *Extraversion*

Tabel 4. 10 Tabulasi Silang Dimensi *Extraversion* Berdasarkan Jenis Kelamin

		Extraversion			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Jenis Kelamin	Perempuan	Total	50	227	71	348
		Persentase	14.4%	65.2%	20.4%	100%
	Laki-laki	Total	2	41	15	58
		Persentase	3.4%	70.7%	25.9%	100%
Total Keseluruhan		Total	52	268	86	406
		Persentase	12.8%	66%	21.2%	100%

Berdasarkan tabel 4.10, diketahui bahwa terdapat 50 perempuan yang memiliki *extraversion* rendah, 227 perempuan dengan *extraversion* sedang, dan 71 perempuan lainnya memiliki *extraversion* tinggi. Kemudian pada jenis kelamin laki-laki, sebanyak 2 orang dengan kepribadian *extraversion* rendah, 41 laki-laki dengan *extraversion* sedang, dan 15 laki-laki dengan *extraversion* tinggi.

3) Dimensi *Agreeableness*

Tabel 4. 11 Tabulasi Silang Dimensi *Agreeableness* Berdasarkan Jenis Kelamin

		Agreeableness			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Jenis Kelamin	Perempuan	Total	39	242	67	348
		Persentase	11.2%	69.5%	19.3%	100%
	Laki-laki	Total	7	36	15	58
		Persentase	12.1%	62.1%	25.9%	100%
Total Keseluruhan		Total	46	278	82	406
		Persentase	11.3%	68.5%	20.2%	100%

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui bahwa terdapat 39 perempuan yang memiliki *agreeableness* rendah, 242 perempuan dengan *agreeableness* sedang, dan 67

perempuan lainnya memiliki *agreeableness* tinggi. Kemudian pada jenis kelamin laki-laki, sebanyak 7 orang dengan kepribadian *agreeableness* rendah, 36 laki-laki dengan *agreeableness* sedang, dan 15 laki-laki dengan *agreeableness* tinggi.

4) Dimensi *Conscientiousness*

Tabel 4. 12 Tabulasi Silang Dimensi *Conscientiousness* Berdasarkan Jenis Kelamin

		Conscientiousness			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Jenis Kelamin	Perempuan	Total	54	236	58	348
		Persentase	15.5%	67.8%	16.7%	100%
	Laki-laki	Total	9	34	15	58
		Persentase	15.5%	58.6%	25.9%	100%
Total Keseluruhan		Total	63	270	73	406
		Persentase	15.5%	66.5%	18%	100%

Berdasarkan tabel 4.12, diketahui bahwa terdapat 54 perempuan yang memiliki *conscientiousness* rendah, 236 perempuan dengan *conscientiousness* sedang, dan 58 perempuan lainnya memiliki *conscientiousness* tinggi. Kemudian pada jenis kelamin laki-laki, sebanyak 9 orang dengan kepribadian *conscientiousness* rendah, 34 laki-laki dengan *conscientiousness* sedang, dan 15 laki-laki dengan *conscientiousness* tinggi.

5) Dimensi *Neuroticism*

Tabel 4. 13 Tabulasi Silang Dimensi *Neuroticism* Berdasarkan Jenis Kelamin

		Neuroticism			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Jenis Kelamin	Perempuan	Total	46	225	77	348
		Persentase	13.2%	64.7%	22.1%	100%
	Laki-laki	Total	18	38	2	58
		Persentase	31%	65.5%	3.4%	100%
Total Keseluruhan		Total	64	263	79	406
		Persentase	15.8%	64.8%	19.5%	100%

Berdasarkan tabel 4.13, diketahui bahwa terdapat 46 perempuan yang memiliki *neuroticism* rendah, 225 perempuan dengan *neuroticism* sedang, dan 77 perempuan lainnya memiliki *neuroticism* tinggi. Kemudian pada jenis kelamin laki-laki, sebanyak 18 orang dengan kepribadian *neuroticism* rendah, 38 laki-laki dengan *neuroticism* sedang, dan 2 laki-laki dengan *neuroticism* tinggi.

6) Dimensi *Openness to Experiences*

Tabel 4. 14 Tabulasi Silang Dimensi *Openness to Experiences* Berdasarkan Jenis Kelamin

		Openness			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Jenis Kelamin	Perempuan	Total	46	238	64	348
		Persentase	13.2%	68.4%	18.4%	100%
	Laki-laki	Total	5	37	16	58
		Persentase	8.6%	63.8%	27.6%	100%
Total Keseluruhan		Total	51	275	80	406
		Persentase	12.6%	67.7%	19.7%	100%

Berdasarkan tabel 4.14, diketahui bahwa terdapat 46 perempuan yang memiliki *openness* rendah, 238 perempuan

dengan *openness* sedang, dan 64 perempuan lainnya memiliki *openness* tinggi. Kemudian pada jenis kelamin laki-laki, sebanyak 5 orang dengan kepribadian *openness* rendah, 37 laki-laki dengan *openness* sedang, dan 16 laki-laki dengan *openness* tinggi.

b) Berdasarkan Usia

1) *Online Disinhibition*

Tabel 4. 15 Tabulasi Silang *Online Disinhibition* Berdasarkan Usia

		Online Disinhibition			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Usia	16 Tahun	Total	19	123	27	169
		Persentase	11.2%	72.8%	16%	100%
	17 Tahun	Total	18	110	30	158
		Persentase	11.4%	69.6%	19%	100%
	18 Tahun	Total	6	57	16	79
		Persentase	7.6%	72.2%	20.3%	100%
Total	Total	43	290	73	406	
Keseluruhan	Persentase	10.6%	71.4%	18%	100%	

Berdasarkan tabel 4.15, data menunjukkan bahwa pada golongan usia 16 tahun sejumlah 19 orang dengan *online disinhibition* rendah, sejumlah 123 orang dengan *online disinhibition* sedang, dan sejumlah 27 orang dengan *online disinhibition* tinggi. Selanjutnya pada golongan usia 17 tahun sejumlah 18 orang dengan *online disinhibition* rendah, sejumlah 110 orang dengan *online disinhibition* sedang, dan sejumlah 30 orang dengan *online disinhibition*

tinggi. Terakhir, untuk golongan usia 18 tahun sejumlah 6 orang dengan *online disinhibition* rendah, sejumlah 57 orang dengan *online disinhibition* sedang, dan sejumlah 16 orang dengan *online disinhibition* tinggi.

2) Dimensi *Extraversion*

Tabel 4. 16 Tabulasi Silang Dimensi *Extraversion* Berdasarkan Usia

		Extraversion			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Usia	16 Tahun	Total	18	112	39	169
		Persentase	10.7%	66.3%	23.1%	100%
	17 Tahun	Total	22	104	32	158
		Persentase	13.9%	65.8%	20.3%	100%
	18 Tahun	Total	12	52	15	79
		Persentase	15.2%	65.8%	19%	100%
Total Keseluruhan	Total	52	268	86	406	
	Persentase	12.8%	66%	21.2%	100%	

Berdasarkan tabel 4.16, diketahui bahwa pada golongan

usia 16 tahun, sejumlah 18 orang termasuk tipe *extraversion* rendah, sejumlah 112 orang termasuk tipe *extraversion* sedang, dan sejumlah 39 orang termasuk tipe *extraversion* tinggi. Selanjutnya pada golongan usia 17 tahun, sejumlah 22 orang termasuk tipe *extraversion* rendah, sejumlah 104 orang termasuk tipe *extraversion* sedang, dan sejumlah 32 orang termasuk tipe *extraversion* tinggi. Terakhir, untuk golongan usia 18 tahun, sejumlah 12 orang termasuk tipe *extraversion* rendah, sejumlah 52 orang termasuk tipe

extraversion sedang, dan sejumlah 15 orang termasuk tipe *extraversion* tinggi.

3) Dimensi *Agreeableness*

Tabel 4. 17 Tabulasi Silang Dimensi *Agreeableness* Berdasarkan Usia

		Agreeableness			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Usia	16 Tahun	Total	16	122	31	169
		Persentase	9.5%	72.2%	18.3%	100%
	17 Tahun	Total	24	105	29	158
		Persentase	15.2%	66.5%	18.4%	100%
	18 Tahun	Total	6	51	22	79
		Persentase	7.6%	64.6%	27.8%	100%
Total Keseluruhan	Total	46	278	82	406	
	Persentase	11.3%	68.5%	20.2%	100%	

Berdasarkan tabel 4.17, diketahui bahwa pada golongan usia 16 tahun, sejumlah 16 orang termasuk tipe *agreeableness* rendah, sejumlah 122 orang termasuk tipe *agreeableness* sedang, dan sejumlah 31 orang termasuk tipe *agreeableness* tinggi. Selanjutnya pada golongan usia 17 tahun, sejumlah 24 orang termasuk tipe *agreeableness* rendah, sejumlah 105 orang termasuk tipe *agreeableness* sedang, dan sejumlah 29 orang termasuk tipe *agreeableness* tinggi. Terakhir, untuk golongan usia 18 tahun, sejumlah 6 orang termasuk tipe *agreeableness* rendah, sejumlah 51 orang termasuk tipe *agreeableness* sedang, dan sejumlah 22 orang termasuk tipe *agreeableness* tinggi.

4) Dimensi *Conscientiousness***Tabel 4. 18 Tabulasi Silang Dimensi *Conscientiousness* Berdasarkan Usia**

		Conscientiousness			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Usia	16 Tahun	Total	36	106	27	169
		Persentase	21.3%	62.7%	16%	100%
	17 Tahun	Total	20	114	24	158
		Persentase	12.7%	72.2%	15.2%	100%
	18 Tahun	Total	7	50	22	79
		Persentase	8.9%	63.3%	27.8%	100%
Total Keseluruhan		Total	63	270	73	406
		Persentase	15.5%	66.5%	18%	100%

Berdasarkan tabel 4.18, diketahui bahwa pada golongan usia 16 tahun, sejumlah 36 orang termasuk tipe *conscientiousness* rendah, sejumlah 106 orang termasuk tipe *conscientiousness* sedang, dan sejumlah 27 orang termasuk tipe *conscientiousness* tinggi. Selanjutnya pada golongan usia 17 tahun, sejumlah 20 orang termasuk tipe *conscientiousness* rendah, sejumlah 114 orang termasuk tipe *conscientiousness* sedang, dan sejumlah 24 orang termasuk tipe *conscientiousness* tinggi. Terakhir, untuk golongan usia 18 tahun, sejumlah 7 orang termasuk tipe *conscientiousness* rendah, sejumlah 50 orang termasuk tipe *conscientiousness* sedang, dan sejumlah 22 orang termasuk tipe *conscientiousness* tinggi.

5) Dimensi *Neuroticism*

Tabel 4. 19 Tabulasi Silang Dimensi *Neuroticism* Berdasarkan Usia

		Neuroticism			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Usia	16 Tahun	Total	16	111	42	169
		Persentase	9.5%	65.7%	24.9%	100%
	17 Tahun	Total	31	101	26	158
		Persentase	19.6%	63.9%	16.5%	100%
	18 Tahun	Total	17	51	11	79
		Persentase	21.5%	64.6%	13.9%	100%
Total Keseluruhan	Total	64	263	79	406	
	Persentase	15.8%	64.8%	19.5%	100%	

Berdasarkan tabel 4.19, diketahui bahwa pada golongan usia 16 tahun, sejumlah 16 orang termasuk tipe *neuroticism* rendah, sejumlah 111 orang termasuk tipe *neuroticism* sedang, dan sejumlah 42 orang termasuk tipe *neuroticism* tinggi. Selanjutnya pada golongan usia 17 tahun, sejumlah 31 orang termasuk tipe *neuroticism* rendah, sejumlah 101 orang termasuk tipe *neuroticism* sedang, dan sejumlah 26 orang termasuk tipe *neuroticism* tinggi. Terakhir, untuk golongan usia 18 tahun, sejumlah 17 orang termasuk tipe *neuroticism* rendah, sejumlah 51 orang termasuk tipe *neuroticism* sedang, dan sejumlah 11 orang termasuk tipe *neuroticism* tinggi.

6) Dimensi *Openness to Experiences*

Tabel 4. 20 Tabulasi Silang Dimensi *Openness to Experiences* Berdasarkan Usia

		Openness	Total
--	--	----------	-------

		Rendah	Sedang	Tinggi		
Usia	16 Tahun	Total	20	117	32	169
		Persentase	11.8%	69.2%	18.9%	100%
	17 Tahun	Total	24	107	27	158
		Persentase	15.2%	67.7%	17.1%	100%
	18 Tahun	Total	7	51	21	79
		Persentase	8.9%	64.6%	26.6%	100%
Total	Total	51	275	80	406	
Keseluruhan	Persentase	12.6%	67.7%	19.7%	100%	

Berdasarkan tabel 4.20, diketahui bahwa pada golongan usia 16 tahun, sejumlah 20 orang termasuk tipe *openness* rendah, sejumlah 117 orang termasuk tipe *openness* sedang, dan sejumlah 32 orang termasuk tipe *openness* tinggi. Selanjutnya pada golongan usia 17 tahun, sejumlah 24 orang termasuk tipe *openness* rendah, sejumlah 107 orang termasuk tipe *openness* sedang, dan sejumlah 27 orang termasuk tipe *openness* tinggi. Terakhir, untuk golongan usia 18 tahun, sejumlah 7 orang termasuk tipe *openness* rendah, sejumlah 51 orang termasuk tipe *openness* sedang, dan sejumlah 21 orang termasuk tipe *openness* tinggi.

B. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Ganda

Pengujian hipotesis menggunakan rumus analisis regresi berganda untuk mengetahui korelasi tiap variabel bebas dengan variabel terikat beserta koefisien determinasi atau sumbangan efektif yang diberikan. Berikut hasil analisis regresi linier ganda yang telah dilakukan :

a. **Hipotesis 1 mengenai pengaruh antara tipe kepribadian *Openness to Experiences* terhadap *Online disinhibition***

Ho : tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Openness to Experiences* terhadap *Online disinhibition*

Ha : terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Openness to Experiences* terhadap *Online disinhibition*

Pengujian hipotesis ini melihat dari hasil uji t yang dilakukan. Asumsi pada uji t dikatakan berhubungan signifikan apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang diketahui sebesar (1,965912) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai pearson correlation (+) atau (-) juga dilihat sebagai arah dari sebuah hubungan.

Tabel 4. 21 Hasil Uji T Dimensi *Openness to Experiences*

Model	t	Sig.
Openness	3,164	0,002

Berdasarkan tabel 4.21, dapat diketahui bahwa nilai t pada *openness to experiences* (X_1) sebesar 3,164 dengan nilai signifikansi 0,002. Nilai t hitung $3,164 > 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Kemudian nilai t yang positif (3,164) menunjukkan bahwa arah hubungan antara kedua variabel adalah positif. Hasil ini menunjukkan bahwa **hipotesis diterima** dan terdapat pengaruh yang positif antara tipe kepribadian *openness to experiences* dengan *online disinhibition*.

b. Hipotesis 2 mengenai pengaruh antara tipe kepribadian *Conscientiousness* terhadap *Online disinhibition*

Ho : tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Conscientiousness* terhadap *Online disinhibition*

Ha : terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Conscientiousness* terhadap *Online disinhibition*

Pengujian hipotesis ini melihat dari hasil uji t yang dilakukan. Asumsi pada uji t dikatakan berhubungan signifikan apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang diketahui sebesar (1,965912) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai pearson correlation (+) atau (-) juga dilihat sebagai arah dari sebuah hubungan.

Tabel 4. 22 Hasil Uji T Dimensi *Conscientiousness*

Model	t	Sig.
Conscientiousness	-2,420	0,016

Berdasarkan tabel 4.22, dapat diketahui bahwa nilai t pada *conscientiousness* (X_2) sebesar -2,420 dengan nilai signifikansi 0,016. Nilai t hitung $-2,420 > 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Kemudian nilai t yang negatif (-2,420) menunjukkan bahwa arah hubungan antara kedua variabel adalah negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa **hipotesis diterima** dan terdapat pengaruh yang negatif antara tipe kepribadian *conscientiousness* dengan *online disinhibition*.

c. **Hipotesis 3 mengenai pengaruh antara tipe kepribadian *Extraversion* terhadap *Online disinhibition***

Ho : tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Extraversion* terhadap *Online disinhibition*

Ha : terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Extraversion* terhadap *Online disinhibition*

Pengujian hipotesis ini melihat dari hasil uji t yang dilakukan. Asumsi pada uji t dikatakan berhubungan signifikan apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang diketahui sebesar (1,965912) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai pearson correlation (+) atau (-) juga dilihat sebagai arah dari sebuah hubungan.

Tabel 4. 23 Hasil Uji T Dimensi *Extraversion*

Model	t	Sig.
Extraversion	0,494	0,622

Berdasarkan tabel 4.23, dapat diketahui bahwa nilai t pada *extraversion* (X_3) sebesar 0,494 dengan nilai signifikansi 0,622. Nilai t hitung $0,494 < 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,622 > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa **hipotesis ditolak** dan tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *extraversion* dengan *online disinhibition*.

d. **Hipotesis 4 mengenai pengaruh antara tipe kepribadian *Agreeableness* terhadap *Online disinhibition***

Ho : tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Agreeableness* terhadap *Online disinhibition*

Ha : terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Agreeableness* terhadap *Online disinhibition*

Pengujian hipotesis ini melihat dari hasil uji t yang dilakukan. Asumsi pada uji t dikatakan berhubungan signifikan apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang diketahui sebesar (1,965912) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai pearson correlation (+) atau (-) juga dilihat sebagai arah dari sebuah hubungan.

Tabel 4. 24 Hasil Uji T Dimensi *Agreeableness*

Model	t	Sig.
<i>Agreeableness</i>	-2,041	0,042

Berdasarkan tabel 4.24, dapat diketahui bahwa besar korelasi antara tipe kepribadian *agreeableness* (X_4) terhadap *online disinhibition* sebesar -2,041 dengan signifikansi 0,042. Nilai t hitung -2,041 > 1,965912 dan nilai signifikansi 0,042 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Kemudian nilai t yang negatif (-2,041) menunjukkan bahwa arah hubungan antara kedua variabel adalah negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa **hipotesis diterima** dan terdapat pengaruh yang negatif antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *online disinhibition*.

- e. **Hipotesis 5 mengenai pengaruh antara tipe kepribadian *Neuroticism* terhadap *Online disinhibition***

Ho : tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Neuroticism* terhadap *Online disinhibition*

Ha : terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *Neuroticism* terhadap *Online disinhibition*

Pengujian hipotesis ini melihat dari hasil uji t yang dilakukan. Asumsi pada uji t dikatakan berhubungan signifikan apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang diketahui sebesar (1,965912) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai pearson correlation (+) atau (-) juga dilihat sebagai arah dari sebuah hubungan.

Tabel 4. 25 Hasil Uji T Dimensi *Neuroticism*

Model	t	Sig.
Neuroticism	0,098	0,922

Berdasarkan tabel 4.25, dapat diketahui bahwa nilai t pada *neuroticism* (X_5) sebesar 0,098 dengan nilai signifikansi 0,922. Nilai t hitung $0,098 < 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,922 > 0,05$, maka Ha ditolak dan Ho diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa **hipotesis ditolak** dan tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan *online disinhibition*.

f. Hipotesis 6 mengenai pengaruh antara lima dimensi *Big Five Personality* secara simultan terhadap *Online disinhibition*

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan melihat uji f untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki hubungan secara simultan dengan variabel dependen. Pedoman dalam menentukan hasil

uji f yakni dengan membandingkan antara nilai f hitung dan f tabel serta melihat nilai signifikansinya. Nilai f tabel dengan taraf signifikansi 0,5 yaitu 2,236551. Hasil uji f adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 26 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	3,733	0,003 ^b

Berdasarkan tabel 4.26, dapat diketahui bahwa nilai f pada kelima dimensi *big five personality* sebesar 3,733 > 2,236551 dan nilai signifikansi 0,003 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa **hipotesis diterima** dan terdapat pengaruh antara kelima dimensi *big five personality* dengan *online disinhibition*.

Adapun rumus model regresi linier ganda yakni :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5$$

$$Y = 44,535 + 0,331X_1 - 0,241X_2 + 0,044X_3 - 0,223X_4 + 0,009X_5$$

Dari rumus model regresi ganda tersebut, diketahui bahwa nilai konstanta sebelum dipengaruhi oleh variabel *big five personality* sebesar 44,535. Nilai koefisien regresi sebesar 0,331 menjelaskan bahwa setiap penjumlahan satu *openess* maka akan diikuti oleh peningkatan *online disinhibition*. Nilai koefisien regresi sebesar (-0,241) menjelaskan bahwa setiap penjumlahan satu *conscientiousness* maka diikuti oleh penurunan *online disinhibition*. Nilai koefisien regresi sebesar 0,044 menjelaskan bahwa setiap penjumlahan satu *extraversion* maka diikuti oleh peningkatan *online disinhibition*.

Selanjutnya, nilai koefisien regresi sebesar (-0,223) menjelaskan bahwa setiap penjumlahan satu *agreeableness* maka diikuti oleh penurunan *online disinhibition*. Terakhir, nilai koefisien regresi sebesar 0,009 menjelaskan bahwa setiap penjumlahan satu *neuroticism* maka diikuti oleh peningkatan *online disinhibition*.

2. Uji Koefisiensi Determinasi

Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
Big Five Personality	.211 ^a	.045	.033	8.41566	2.119

Berdasarkan tabel 4.27 dapat diketahui bahwa nilai R Square (R²) yakni 0,045 atau 4,5 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *online disinhibition* dipengaruhi oleh variabel *big five personality* sebesar 4,5 % sedangkan 95,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Adapun sumbangan efektif masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat akan dihitung dengan rumus berikut :

$$SE X_i = \left(\frac{b_{xi} \cdot \text{cross product} \cdot R^2}{\text{Regression}} \right) \cdot 100\%$$

Keterangan :

SE Xi : Sumbangan efektif variabel Xi

b_{xi} : Koefisien b variabel xi

CP : Crossproduct variabel Xi

R^2 : Nilai regresi

Regression : Sumbangan efektif total

Berdasarkan analisis regresi berganda diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4. 28 Sumbangan Efektif

Variabel	Koefisien (b)	Cross Product	Nilai Regresi	R^2
<i>Openness to Experiences</i>	0,331	1332,212	1322,039	4,5%
<i>Conscientiousness</i>	-0,241	-2256,369		
<i>Extraversion</i>	0,044	-437,187		
<i>Agreeableness</i>	- 0,223	-1539,286		
<i>Neuroticism</i>	0,009	1376,300		

Setelah dihitung berdasarkan rumus pada tabel 4.28 maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Openness to Experiences (X1): } \frac{0,331 \times 1332,212 \times 4,5}{1322,039} \times 100\% = 1,5 \%$$

$$\text{Conscientiousness (X2): } \frac{-0,241 \times -2256,369 \times 4,5}{1322,039} \times 100\% = 1,8 \%$$

$$\text{Extraversion (X3): } \frac{0,044 \times -437,187 \times 4,5}{1322,039} \times 100\% = - 0,06 \%$$

$$\text{Agreeableness (X4): } \frac{- 0,223 \times -1539,286 \times 4,5}{1322,039} \times 100\% = 1,1 \%$$

$$\text{Neuroticism (X5): } \frac{0,009 \times 1376,300 \times 4,5}{1322,039} \times 100\% = 0,04 \%$$

Berdasarkan perhitungan sumbangan efektif pada masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) maka dapat disimpulkan

bahwa dimensi *Openness to Experiences* memiliki pengaruh sebesar 1,5 %, dimensi *Conscientiousnes* memiliki pengaruh sebesar 1,9%, dimensi *Extraversion* memiliki pengaruh sebesar 0,07% , dimensi *Agreeableness* memiliki pengaruh sebesar 1,2 %, dan dimensi *Neuroticism* memiliki pengaruh sebesar 0,04 %. Sehingga total pengaruh kedua kelima dimensi *big five personality* terhadap *online disinhibition* yakni 4,5 %.

C. Pembahasan

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh tipe kepribadian *big five personality* terhadap *online disinhibition* remaja pengguna instagram di Sidoarjo. Teknik pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan gform secara langsung maupun melalui sosial media Whatsapp. Subjek dipilih dengan kriteria berusia 16-18 tahun, pengguna instagram, dan berdomisili di Sidoarjo. Hasil penyebaran gform yang dilakukan, jumlah subjek yang diperoleh sebanyak 406 orang yang terdiri dari jenis kelamin perempuan sebanyak 348 orang dan laki-laki sebanyak 58 orang. Kemudian frekuensi usia yang diperoleh pada usia 16 tahun sebanyak 169 orang, usia 17 tahun sebanyak 158 orang, dan usia 18 tahun sebanyak 79 orang.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier ganda. Sebelum analisis regresi ganda dilakukan, data di analisis melalui uji normalitas, linieritas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas terlebih dahulu. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (nilai sig. 0,106 > 0,05). Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa hubungan antar variabel bersifat linear (0,255 > 0,05).

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Selanjutnya, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berdasarkan analisis regresi ganda diketahui beberapa hal berikut.

Hipotesis 1 diterima dan terdapat pengaruh yang positif pada tipe kepribadian *openness* dengan *online disinhibition*. Hasil SPSS menunjukkan nilai t hitung $3,164 > 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini serupa dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keterbukaan terhadap pengalaman telah terbukti memberi pengaruh secara positif dengan penggunaan media sosial (J. Tang et al., 2016). Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa keterbukaan memainkan peran penting dalam menentukan penggunaan Facebook dan Pinterest terkait sosialisasi, hiburan, pencarian status diri, dan pencarian informasi lintas platform (Lin & Lee, 2017). Selanjutnya, keterbukaan terhadap pengalaman ditemukan berhubungan positif dan signifikan dengan fungsi hiburan yang disediakan oleh Internet, menunjukkan bahwa orang dewasa muda yang menggunakan SNS mungkin mendapat skor tinggi pada keterbukaan terhadap pengalaman mengingat bahwa SNS adalah inovasi baru (Schyff et al., 2020; Wilson et al., 2010).

Individu yang tinggi dalam keterbukaan cenderung ingin tahu dan mencari perubahan dan kebaruan. Ini berkaitan dengan mencari pengalaman baru di SNS dengan berbagai fungsi (Xu & Ye, 2020). Dimana kemudian individu dengan skor keterbukaan terhadap pengalaman tinggi dikaitkan

dengan kecenderungan yang lebih besar untuk bersosialisasi melalui media sosial (Rajesh & Rangaiah, 2023). Temuan lain juga mengungkap bahwa individu yang lebih tinggi dalam keterbukaan untuk mengalami membagikan lebih banyak informasi pribadi di timeline media sosial dan tetapi kurang terlibat dalam aktivitas yang berhubungan dengan selfie (seperti menyukai dan memberi komentar) (Ahmed et al., 2022). Hal ini dapat terjadi karena individu dengan keterbukaan yang tinggi terhadap skor pengalaman mungkin memiliki kebutuhan yang lebih tinggi untuk mencoba menemukan koneksi baru dan menyelidiki ide-ide yang berbeda, yang mengarah pada penggunaan Internet yang membuat ketagihan (Günaydın, 2021). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa individu dengan skor *openness* tinggi cenderung menggunakan media sosial secara aktif yang mana hal ini memunculkan perilaku *online disinhibition* karena sifat mereka yang ingin tahu dan memiliki minat yang luas.

Hipotesis 2 diterima dan terdapat pengaruh yang negatif antara tipe kepribadian *conscientiousness* dengan *online disinhibition*. Hasil SPSS menunjukkan nilai t hitung $-2,420 > 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$. Hal ini serupa dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa individu rendah dalam *conscientiousness* lebih sering mengakses internet dibandingkan dengan *conscientiousness* tinggi (Jojo & Sundaramoorthy, 2022; Rajesh & Rangaiah, 2022). Individu rendah dalam *conscientiousness* akan cenderung melakukan perilaku penggunaan internet kompulsif (Sulaiman et al., 2018). Penelitian lain juga menemukan bahwa

remaja yang memiliki skor tinggi dalam hal kehati-hatian cenderung kurang terlibat dalam penggunaan internet dan menderita kecanduan penggunaan internet (Günaydin, 2021). Kemudian, individu dengan kepribadian *conscientiousness* ditemukan merupakan pengguna online yang enggan dan sangat berhati-hati dalam berbagi informasi pribadi (Schyff et al., 2020).

Individu yang menunjukkan kehati-hatian cenderung mengendalikan perilaku mereka untuk mencapai tujuan mereka dan lebih bertanggung jawab serta menunjukkan komitmen dan tujuan dalam tugas mereka yang dapat membantu mereka menghabiskan lebih sedikit waktu menggunakan jejaring sosial (Satici et al., 2023). Ciri kepribadian *conscientiousness* ditandai dengan keandalan, tanggung jawab, pengaturan diri, disiplin. Individu yang teliti lebih terdorong untuk mencapai tujuan mereka, menjadi produktif dan efisien. Mengingat sifat ini mereka mungkin tidak menghabiskan banyak waktu di sosial media karena menghalangi keinginan mereka untuk menjadi produktif. Sedangkan individu yang teliti cenderung menggunakan waktu mereka dengan bijaksana dan cenderung menganggap menghabiskan waktu di sosial media sebagai halangan. Individu dengan ketelitian tinggi sangat terorganisir dan proaktif dalam mencapai tujuan, sasaran, dan tugas utama mereka daripada menghabiskan waktu di sosial media (Jojo & Sundaramoorthy, 2022; Rajesh & Rangaiah, 2022). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa individu dengan skor *conscientiousness* rendah cenderung menggunakan media sosial secara aktif yang mana hal ini memunculkan

perilaku *online disinhibition* karena sifat mereka yang kurang bertanggung jawab dan tidak bijaksana.

Hipotesis 3 ditolak dan tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *extraversion* dengan *online disinhibition*. Hasil SPSS menunjukkan nilai t hitung $0,494 < 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,622 > 0,05$. Hasil ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa masalah penggunaan ponsel dan SNS dikaitkan dengan tipe kepribadian *extraversion* (Toyama, 2022). Penelitian lain juga mengungkap hasil yang konsisten mengenai hubungan *extraversion* dengan penggunaan dan kecanduan internet (Agbaria & Bdier, 2019). Namun, hasil penelitian ini serupa dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara ekstraversi dan penggunaan Internet yang membuat kecanduan remaja (Günaydın, 2021). Selanjutnya penelitian lainnya juga mengungkapkan bahwa faktor kepribadian *extraversion* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan media sosial yang bermasalah (Nurbaiti & Faradiba, 2022).

Hal ini terjadi karena individu ekstrovert mungkin lebih menyukai lingkungan tatap muka sehingga mereka mungkin menggunakan Internet setiap hari sebagai media untuk memperluas hubungan pribadi mereka. Namun, introvert cenderung menggunakan fasilitas *online* untuk mempertahankan hubungan sosial mereka dengan hubungan tatap muka yang kurang jelas. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa baik introvert maupun ekstrovert menggunakan Internet untuk berbagai

tujuan (Jojo & Sundaramoorthy, 2022). Selanjutnya, faktor lain yang memungkinkan adalah perbedaan lintas negara dalam kepribadian, atau karena media sosial telah menjadi begitu umum untuk hubungan sosial yang bahkan orang-orang introvert telah menemukan cara untuk menjadi lebih aktif secara *online* dan platform semacam itu bahkan mungkin berfungsi karena mereka kurang menimbulkan kecemasan daripada interaksi tatap muka (Andrews et al., 2020). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa individu dengan skor *extraversion* rendah maupun tinggi menggunakan media sosial dalam tingkat yang sama dan tidak mempengaruhi kemunculan perilaku *online disinhibition* dengan perbedaan karakteristik mereka.

Hipotesis 4 diterima dan terdapat pengaruh yang negatif antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *online disinhibition*. Hasil SPSS menunjukkan nilai t hitung $-2,041 > 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,042 < 0,05$. Hasil ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa *agreeableness*, adalah prediktor positif dari penggunaan media sosial (Gil De Zuniga et al., 2017). Namun, hasil penelitian ini serupa dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa individu dengan *agreeableness* yang lebih rendah berkaitan dengan penggunaan internet yang bermasalah (Sumaryanti et al., 2020). Sedangkan *agreeableness* yang tinggi ditemukan lebih cenderung menolak untuk menggunakan semua bentuk jejaring sosial (Shahreki et al., 2022). Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa *agreeableness* dikaitkan secara negatif dengan kecanduan Facebook (Rajesh & Rangaiah, 2022). Individu dengan

empati dan kasih sayang yang lebih sedikit cenderung lebih bergantung pada internet daripada orang yang memiliki kepedulian terhadap orang lain (Jojo & Sundaramoorthy, 2022).

Individu dengan *agreeableness* yang rendah kemungkinan besar akan terlibat dengan perilaku penggunaan internet yang lebih berat atau kompulsif. Dimana individu dengan *agreeableness* rendah juga cenderung menunjukkan perilaku antisosial yang dikaitkan dengan kepribadian adiktif, secara tidak langsung dikatakan bahwa hal ini memunculkan perilaku kecanduan internet (Sulaiman et al., 2018). Remaja dengan *agreeableness* rendah juga ditemukan lebih cenderung agresif dan menunjukkan ketidakpercayaan pada orang lain, yang mungkin lebih mudah dan sering ditampilkan di dunia online yang anonim dan tanpa hambatan (X. Wang, 2023). Umumnya, *agreeableness* menjadi kooperatif dan bersahabat dalam hubungan dengan orang lain. Dengan demikian, diusulkan bahwa skor tinggi pada *agreeableness* dapat menjadi faktor pelindung untuk mengembangkan perilaku kecanduan karena motif untuk menghindari konflik antarpribadi (Nikbin et al., 2020; Rajesh & Rangaiah, 2022). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa individu dengan skor *agreeableness* rendah cenderung menggunakan media sosial secara aktif yang mana hal ini memunculkan perilaku *online disinhibition* karena sifat mereka yang kurang bersahabat dan tidak kooperatif.

Hipotesis 5 ditolak dan tidak terdapat pengaruh antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan *online disinhibition*. Hasil SPSS menunjukkan nilai t hitung $0,098 < 1,965912$ dan nilai signifikansi $0,922 > 0,05$. Hasil ini

bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa neurotisme telah terbukti berhubungan positif dengan penggunaan media sosial (J. H. Tang et al., 2016). Individu dengan neurotisme tinggi (kestabilan emosi rendah) dapat menggunakan internet dengan cara yang tidak sehat dan pada tingkat ketergantungan (Nikbin et al., 2020). Namun, hasil penelitian ini serupa dengan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa tipe kepribadian *neuroticism* tidak ditemukan memengaruhi penggunaan media sosial (Andrews et al., 2020; Ozguven & Mucan, 2013). Selanjutnya, penelitian lain juga tidak menemukan hubungan neurotisme tingkat tinggi dengan peningkatan penggunaan SNS atau kecenderungan adiktif terhadap penggunaan SNS (Abbasi & Drouin, 2020; Wilson et al., 2010).

Hasil ini diketahui konsisten dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa individu neurotik lebih suka mengontrol informasi apa yang dibagikan dan cemas tentang presentasi diri, yang mengarah ke kecemasan sosial. *Neuroticism* hanya menggunakan Facebook ketika dirinya percaya bahwa Facebook menyediakan keamanan untuknya dalam berekspresi. *Neuroticism* tidak hanya tidak ingin menerima terlalu banyak informasi, tetapi juga tidak ingin mengungkapkan terlalu banyak di Facebook (Hong & Oh, 2020). Tipe kepribadian neurotisme ditemukan hanyalah prediktor penggunaan Internet untuk tujuan khusus mencari informasi (bukan bersosialisasi). Mungkin karena sifat tidak aman dan cemas mereka, dewasa muda yang neurotik mungkin tidak menyukai gagasan memposting foto dan informasi tentang diri mereka sendiri di SNS dan malah lebih suka

menggunakan Internet untuk fungsi lain (Abbasi & Drouin, 2020; Wilson et al., 2010). Hal ini serupa dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial tampaknya tidak banyak membantu neurotik, itu juga tampaknya tidak banyak merugikan dibandingkan dengan kecenderungan mereka (Bunz, 2021). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa individu dengan skor *neuroticism* rendah maupun tinggi menggunakan media sosial dalam tingkat yang sama dan tidak mempengaruhi kemunculan perilaku *online disinhibition* dengan perbedaan karakteristik mereka.

Hipotesis 6 diterima dan terdapat pengaruh simultan antara kelima dimensi *big five personality* dengan *online disinhibition*. Hasil SPSS menunjukkan nilai f hitung sebesar $3,733 > 2,236551$ dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kepribadian adalah prediktor utama perilaku internet secara umum dan penggunaan SNS (Amiel & Sargent, 2004; Moore & Craciun, 2021). Seidman (2013; Rahardjo et al., 2020) menyatakan bahwa kepribadian mempengaruhi motivasi dan penggunaan media sosial. Penelitian lain juga mengonfirmasi temuan sebelumnya bahwa kepribadian memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku individu di dunia maya. Secara khusus, kepribadian juga memberi pengaruh terkait intensi individu dalam berbagi informasi di media sosial (Sartana & Afriyeni, 2019).

Islam menganggap kepribadian sebagai fitrah yang membedakan manusia dari makhluk lain. Dalam perspektif Islam, kepribadian merupakan

hasil integrasi kalbu (hati), akal, dan nafsu yang membentuk perilaku manusia (Hasanah & Islami, 2015). Ayat-ayat Al-Qur'an menegaskan kebebasan manusia untuk berkepribadian, seperti dalam QS Al-Balad ayat 8-10 yang menunjukkan bahwa manusia memiliki kebebasan untuk memilih antara kebaikan atau jalan keburukan. Dengan kebebasan ini, manusia dituntut untuk mengarahkan perilaku mereka dengan baik. Dalam dunia teknologi dan media sosial, penyampai informasi juga diingatkan untuk memiliki pengetahuan dan etika yang baik sesuai ajaran Al-Qur'an (Rizal, 2021).

Hal ini tercermin dalam berbagai bentuk ahlakul karimah yang relevan dalam penggunaan media sosial:

- 1) Menyampaikan informasi dengan kebenaran dan tidak memanipulasi fakta (QS. Al-Hajj: 30). Pengguna media sosial harus berhati-hati dalam menyebarkan informasi yang belum terverifikasi agar tidak menyebarluaskan informasi palsu.
- 2) Bersikap bijaksana, memberikan nasihat yang baik, dan berargumentasi dengan jelas dan terstruktur (QS. An-Nahl: 125). Informasi yang disampaikan di media sosial harus mudah dipahami dan ditindaklanjuti dengan tata bahasa yang baik dan jelas.
- 3) Mengecek dan memverifikasi fakta sebelum menyebarkan informasi untuk menghindari fitnah, ghibah, dan namimah (QS. Al-Hujurat: 6).
- 4) Menjauhi penghinaan, caci-maki, atau tindakan yang menumbuhkan kebencian (QS. Al-Hujurat: 11). Pengguna media sosial perlu berhati-hati

dalam berkomentar dan berinteraksi dengan orang lain secara sopan dan tidak menyakiti perasaan mereka.

- 5) Menghindari prasangka dan suudzon (QS. Al-Hujurat: 12). Sebelum menilai atau menghakimi orang lain, sebaiknya memiliki keyakinan yang baik terhadap mereka.
- 6) Tidak berlebihan dalam bercerita, mengeluh, atau berdoa di media sosial. Rasulullah SAW telah mengingatkan untuk tidak mengumbar aib sendiri dan menghindari kesombongan (HR. Bukhari dan Muslim) (Aksin, 2016).

Dalam penggunaan media sosial, prinsip-prinsip ini mengingatkan kita untuk selalu bertindak dengan penuh pertimbangan dan menghormati hak-hak dan perasaan orang lain.

Masing-masing dimensi *big five personality* menunjukkan sumbangan efektif yang cukup kecil terhadap *online disinhibition*. Hal ini dimungkinkan karena selain kepribadian, terdapat faktor lain yang dianggap lebih berkontribusi terhadap munculnya perilaku *online disinhibition*. Faktor-faktor mendasar yang diprediksi memunculkan perilaku *online disinhibition* antara lain seperti anonimitas, *invisibility*, *asynchronicity*, *introjections solipsistic*, imajinasi disosiatif, dan minimisasi otoritas (Stuart & Scott, 2021; Suler, 2004). Selanjutnya pada penelitian lain juga menemukan faktor lain seperti lingkungan, pengaruh sosial (S. Wu et al., 2017), kecemasan sosial (Antoniadou et al., 2019) dan lain sebagainya. Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, *big five personality* diketahui tidak cukup untuk menjadi

faktor yang mempengaruhi *online disinhibition* secara keseluruhan. Diketahui bahwa banyak faktor lain yang bisa memunculkan perilaku *online disinhibition* baik faktor internal dari diri individu tersebut, maupun faktor eksternal.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif pada tipe kepribadian *openness to experiences* terhadap *online disinhibition*
2. Terdapat pengaruh yang negatif pada tipe kepribadian *conscientiousness* terhadap *online disinhibition*
3. Tidak terdapat pengaruh pada tipe kepribadian *extraversion* terhadap *online disinhibition*
4. Terdapat pengaruh yang negatif pada tipe kepribadian *agreeableness* dengan *online disinhibition*
5. Tidak terdapat pengaruh pada tipe kepribadian *neuroticism* terhadap *online disinhibition*
6. Terdapat pengaruh simultan pada kelima dimensi *big five personality* terhadap *online disinhibition*

B. Saran

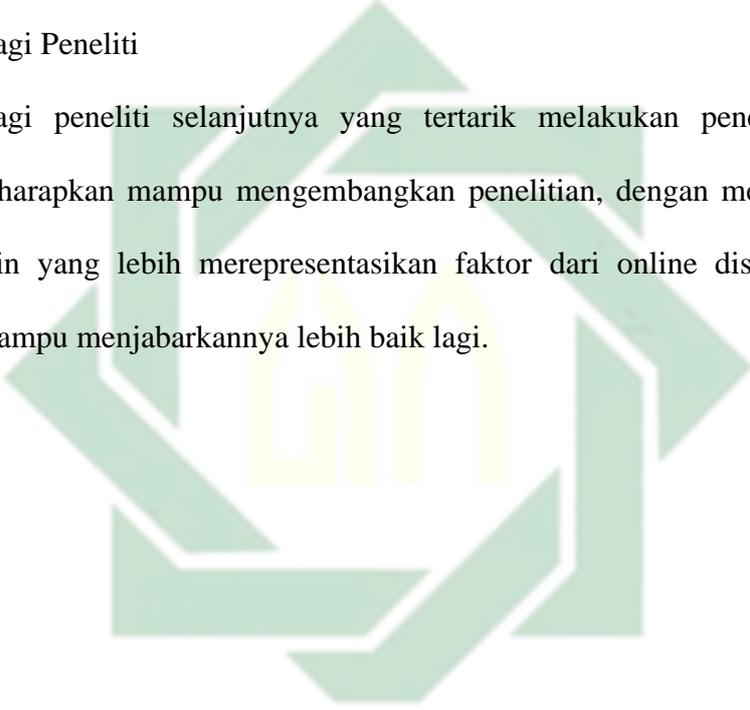
Penelitian ini tentunya jauh dari kesempurnaan. Besar harapan penulis, beberapa pihak dapat memahami kekurangan tersebut dan berusaha dalam langkah perbaikan. Berikut saran yang diharapkan :

1. Bagi Individu

Peneliti mengharapkan agar individu dapat memahami karakter kepribadian masing-masing dan dapat mengontrol diri dalam penggunaan media sosial. Individu diharapkan dapat melakukan introspeksi dan evaluasi diri demi meningkatkan kebijaksanaan dalam bermedia sosial.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian serupa, diharapkan mampu mengembangkan penelitian, dengan mencari variabel lain yang lebih merepresentasikan faktor dari online disinhibition dan mampu menjabarkannya lebih baik lagi.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, I., & Drouin, M. (2020). Neuroticism and Facebook Addiction : How Social Media can Affect Mood ? *The American Journal of Family Therapy*, 47(4), 199–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01926187.2019.1624223> Neuroticism
- Abdullah, M. N. L. Y., Lian, L. H., & Ismail, H. N. (2019). *New Horizon of Psychological Assessment in Education*. Penerbit USM.
- Adiyono, Purnomo, R., & Adawiyah, W. R. (2017). Pengaruh Kepribadian Lima Faktor Terhadap Kesuksesan Karir. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(2), 162–176.
- Agbaria, Q., & Bdier, D. (2019). The association of Big Five personality traits and religiosity on Internet addiction among Israeli- Palestinian Muslim college students in Israel The association of Big Five personality traits and religiosity on students in Israel. *Mental Health, Religion & Culture*, 22. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13674676.2019.1699041>
- Agustin, D. T. (2021). The Impact of Social Media on Adolescent Personality in Psychosocial Perspective. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 133–147. <https://doi.org/https://doi.org/10.21093/lentera>
- Ahmed, O., Sultana, T., Alam, N., Griffiths, M. D., & Akhter, F. (2022). Problematic Social Media Use , Personality Traits , and Mental Health Among Bangladeshi University Students. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 183–191. <https://doi.org/10.1007/s41347-021-00235-1>
- Aksin, N. (2016). Pandangan Islam terhadap Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 2, 119–126.
- Allport, G. W. (1937). *Personality: a psychological interpretation*. Holt.
- Amiel, T., & Sargent, S. L. (2004). Individual differences in Internet usage motives. *Computers in Human Behavior*, 20(6), 711–726. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.09.002>
- Ananda, R., & Fadhli, M. (2018). *Statistik Pendidikan (Teori dan Praktik dalam Pendidikan)*. CV. Widya Puspita.
- Andrews, N. P., Yogeewaran, K., Wang, M., Nash, K., Hawi, D. R., & Sibley, C. G. (2020). *Is Social Media Use Changing Who We Are? Personality and Social Media Use*. 00(00), 1–9. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0744>
- Anisyah, L., Ningsih, Y. T., Psikologi, J., Pendidikan, I., & Padang, U. N. (2021). Perbedaan tingkat agresi verbal pada pengguna akun anonimitas dan akun asli di media sosial Instagram. *Socio Humanus*, 3(4), 340–350. <http://ejournal.pamaaksara.org/index.php/sohum>
- Annur, C. M. (2021). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Antoniadou, N., Kokkinos, C. M., & Markos, A. (2019). Psychopathic traits and social anxiety in cyber-space : A context-dependent theoretical framework

- explaining online disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 99, 228–234. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.025>
- Bayu, D. (2022). Remaja Paling Banyak Gunakan Internet di Indonesia pada 2022. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>
- Beierle, F., Probst, T., Allemand, M., Zimmermann, J., Pryss, R., Neff, P., Schlee, W., Stieger, S., & Budimir, S. (2020). Frequency and Duration of Daily Smartphone Usage in Relation to Personality Traits. *Digital Psychology*, 1(1), 20–28. <https://doi.org/10.24989/dp.v1i1.1821>
- Bunz, U. (2021). Investigating the Relationship Between Social Media Use, Big Five Personality, and Well Being. *Journal of Communication Technology*, 4(3), 25–52. <https://doi.org/10.51548/joctec-2021-016>
- Charaschanya, A., & Blauw, J. (2017). A Study of the Direct and Indirect Relationships between Online Disinhibition and Depression and Stress being Mediated by the Frequency of Cyberbullying from Victim and Perpetrator Perspectives. *Scholar : Human Sciences*, 9, 275–301.
- Chen, Z., & Lin, T. (2017). Automatic personality identification using writing behaviours: an exploratory study. *Behaviour and Information Technology*, 36(8), 839–845. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2017.1304994>
- Cheung, C. M. K., Wong, R. Y. M., & Chan, T. K. H. (2020). Online disinhibition: conceptualization, measurement, and implications for online deviant behavior. *Industrial Management and Data Systems*, 121(1), 48–64. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0509>
- Corr, P. J., & Matthews, G. (2020). *The Cambridge Handbook of Personality Psychology*. Cambridge University Press.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & de Zúñiga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247–253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are not basic. *Personality and Individual Differences*, 13(6), 653–665. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(92\)90236-I](https://doi.org/10.1016/0191-8869(92)90236-I)
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). *Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah*.
- Djazari, M., Rahmawati, D., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Sikap Menghindari Risiko Sharing dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Informal Knowledge Sharing pada Mahasiswa FISE UNY. *Jurnal Nominal*, 11, 181–209.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity Youth and Crisis*. W. W. Norton.
- Eysenck, H. J. (1947). *Dimensions of Personality*. Kegan Paul.
- Feist, J., & Feist, G. (2010). *Teori Kepribadian* (2nd ed.). Salemba Humanika.
- Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T.-A. (2018). *Theories of personality*. McGraw-Hill Education.
- Fichman, P., & Rathi, M. (2022). The Impact of Culture on Online Toxic

- Disinhibition: Trolling in India and the USA. *Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2022.357>
- Florentina, T., & Alim, S. (2020). Factors Analysis of IPIP-BFM-50 as Big Five Personality Measurement in Bugis-Makassar Culture. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 20(Ii), 122–131.
- Gil De Zuniga, H., Diehl, T., Huber, B., & Liu, J. (2017). Personality Traits and Social Media Use in 20 Countries: How Personality Relates to Frequency of Social Media Use, Social Media News Use, and Social Media Use for Social Interaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(9), 540–552. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0295>
- Günaydın, H. D. (2021). Personality Traits , Gender , Frequency of Internet Use as Predictors of Turkish Teenagers ' Internet Addiction. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 20(4), 44–52. <https://doi.org/https://orcid.org/0000.0002.2062.4246>
- Hall, G. S. (1904). *Adolescence: Its Psychology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion, and Education*. In *Adolescence*. D. Appleton & Co. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/10618-000>
- Harriman, N., Shortland, N., Su, M., Cote, T., Testa, M. A., & Savoia, E. (2020). Youth exposure to hate in the online space: an exploratory analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 1–14. <https://doi.org/10.3390/ijerph17228531>
- Hasanah, M., & Islami, P. (2015). Dinamika kepribadian menurut psikologi islami. *Jurnal Ummul Qura*, VI(2), 110–124.
- Hollenbaugh, E. E., & Everett, M. K. (2013). *The Effects of Anonymity on Self-Disclosure in Blogs : An Application of the Online Disinhibition Effect*. 18(2002), 283–302. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12008>
- Hong, S., & Oh, S. K. (2020). Why People Don ' t Use Facebook Anymore ? An Investigation Into the Relationship Between the Big Five Personality Traits and the Motivation to Leave Facebook. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01497>
- Huang, C. (2019). Social network site use and Big Five personality traits: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 97(February 2018), 280–290. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.009>
- Hurlock, E. B. (1953). *Developmental psychology*. McGraw-Hill Education.
- Ismanto, H., & Pebruary, S. (2021). *Aplikasi SPSS Dan Eviews Dalam Analisis Data Penelitian*. Deepublish.
- Iswara, A. J. (2021). Separuh Penduduk Bumi Memakai Media Sosial, Dunia Pun Berubah... *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/global/read/2021/10/08/101434070/separuh-penduduk-bumi-memakai-media-sosial-dunia-pun-berubah?page=all>
- Jaya, I. (2019). *Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan* (1st ed.). Prenadamedia.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *The Big-Five Trait Taxonomy : History, Measurement, and Theoretical Perspectives* (Issue 510). Guilford.
- Joinson, A. (1998). *Psychology and the Internet: intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications*. Academic Press.

- Jojo, C. E., & Sundaramoorthy, J. (2022). Personality traits associated with Internet addiction among college students in South India Personality traits associated with Internet addiction among college students in South India. *Cogent Education*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2142455>
- Karim, S. (2017). Hubungan antara Big Five Personalty dan Religiusitas dengan Subjective Well-being Karyawan. *PSIKOPEDAGOGIA*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v6i1.7120>
- Knezevic, L. J. (2022). Students' Disinhibition in Online Communication and the Implications for Foreign Language Pedagogy. *Collection of Papers of the Faculty of Philosophy*, 077. <https://doi.org/10.5937/zrffp52-36824>
- Kousis, A. (2021). *Personality traits and social desirability as predictors of subjective well-being*. 34.
- Kurek, A., Jose, P. E., Stuart, J., & Zealand, N. (2019). Computers in Human Behavior ' I did it for the LULZ ': How the dark personality predicts online disinhibition and aggressive online behavior in adolescence. *Computers in Human Behavior*, 98(March), 31–40. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.027>
- Lapidot-lefler, N., & Barak, A. (2012). Computers in Human Behavior Effects of anonymity , invisibility , and lack of eye-contact on toxic online disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 434–443. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.014>
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2015). The benign online disinhibition effect: Could situational factors induce self-disclosure and prosocial behaviors? *Cyberpsychology*, 9(2). <https://doi.org/10.5817/CP2015-2-3>
- Leung, J. T. Y., & Shek, D. T. L. (2020). *Theories of Adolescent Development : Overview*. 1–12. <https://doi.org/10.1002/9781119171492.wecad305>
- Lin, J., & Lee, Y. (2017). *Jhih-Syuan Lin, PhD, Yen-I Lee, MA, Yan Jin, PhD, and Bob Gilbreath, MBA* 3. 20(10), 615–623. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0043>
- Lohar, D. N. A., & Shukla, D. A. H. (2022). *Personality Dimensions and Academic Achievements of NCC Cadets and Sports Persons of Mumbai University: A Comparative Study*. Ashok Yakkaldevi.
- Lu, H., Na, W., & Wenfa, Z. (2021). Personality and Internet Use: A Meta-Analysis. *EBIMCS*, 816, 279–286. <https://doi.org/10.1145/3511716.3511759>
- Maiti, D., Castellacci, F., & Melchior, A. (2019). *Digitalisation and Development: Issues for India and Beyond*. Springer Nature.
- Marengo, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., Montag, C., & Kuss, D. J. (2020). *One Social Media Company to Rule Them All : Associations Between Use of Facebook-Owned Social Media Platforms , Sociodemographic Characteristics , and the Big Five Personality Traits*. 11(May), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00936>
- Moore, K., & Craciun, G. (2021). Fear of Missing Out and Personality as Predictors of Social Networking Sites Usage: The Instagram Case. *Psychological Reports*, 124(4), 1761–1787. <https://doi.org/10.1177/0033294120936184>
- Mueller-Coyne, J., Voss, C., & Turner, K. (2022). The impact of loneliness on the

- six dimensions of online disinhibition. *Computers in Human Behavior Reports*, 5(October 2021), 100169. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100169>
- Mufarrikhah, J. L., Yuniardi, M. S., & Syakarofath, N. A. (2020). Peran Perceived Organizational Support terhadap Work Engagement Karyawan. *Gadjah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)*, 6(2), 151–164. <https://doi.org/10.22146/gamajop.56396>
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Windows* (2nd ed.). Zifatama Jawa.
- Mullins-sweatt, S. N., Deshong, H. L., Lengel, G. J., Helle, A. C., Krueger, R. F., & Moines, D. (2020). *HHS Public Access*. 55–61. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2019.04.006>. Disinhibition
- Nawwaf, M. N., Indriani, W., Maharani, W., & Yundianto, D. (2022). Analysis of Self Disclosure on Users of Pseudonym Accounts Which Display Toxic Disinhibition on Twitter Social Media : A Literature Study. *ICHSS*, 2, 402–409.
- Nikbin, D., Iranmanesh, M., & Foroughi, B. (2020). Personality traits , psychological well-being , Facebook addiction , health and performance : testing their relationships. *Behaviour & Information Technology*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1722749>
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nurbaiti, F., & Faradiba, A. T. (2022). Peran Faktor Kepribadian Extraversion, Neuroticism Personality Trait terhadap Problematic Sosial Media Use pada Remaja Akhir Pengguna Twitter. *JIVA: Journal of Behaviour and Mental Health*, 3(1), 24–33.
- Ozguven, N., & Mucan, B. (2013). The relationship between personality traits and social media use. *Social Behavior and Personality*, 41(3), 517–528. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2224/sbp.2013.41.3.517> THE
- Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan Pseudonym di Second Account Instagram dalam Perspektif Etika Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 89–102. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5184>
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Hermita, M., Suhatri, R. J., Marwan, M. A., & Andriani, I. (2020). Online Adolescent's Self-Disclosure As Social Media Users: the Role of Extraversion Personality, Perception of Privacy Risk, Convenience of Relationship Maintenance, and Self-Presentation. *Jurnal Psikologi*, 19(3), 219–232. <https://doi.org/10.14710/jp.19.3.219-232>
- Rajesh, T., & Rangaiah, B. (2022). Relationship between personality traits and facebook addiction : A meta-analysis. *Heliyon*, 8. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10315>
- Rajesh, T., & Rangaiah, B. (2023). Facebook addiction and personality. *Heliyon*, 6(October 2019). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03184>
- Rizal, I. (2021). Gambaran Kepribadian Gelap (Dark Triad Personality) Pada Pengguna Media Sosial. *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 18(1).
- Ruliyatin, E., & Ridhowati, D. (2021). Dampak Cyber Bullying Pada Pribadi

- Siswa Dan Penanganannya Di Era Pandemi Covid-19. *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v5n1.p1-5>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi Online*, 6, 1–12.
- Sartana, S., & Afriyeni, N. (2019). Tipe Kepribadian Dan Intensi Berbagi Informasi Di Media Sosial. *Jurnal Ecopsy*, 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v6i1.6255>
- Satici, S. A., Tekin, E. G., Deniz, M. E., & Satici, B. (2023). Doomscrolling Scale: its Association with Personality Traits, Psychological Distress, Social Media Use, and Wellbeing. *Applied Research in Quality of Life*, 833–847. <https://doi.org/10.1007/s11482-022-10110-7>
- Schyff, K. Van Der, Flowerday, S., & Benjamin, P. (2020). Information privacy behavior in the use of Facebook apps: A personality-based vulnerability assessment. *Heliyon*, 6(August). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04714>
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402–407. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.10.009>
- Shahreki, J., Ling, T. S., Ibrahim, N. F., Chin, A. L. L., Jayiddin, N. F., & Ai, Y. J. (2022). The effect of big five personality traits on social network usage among the young generation. *International Journal of Business Excellence*, 26(3), 378–397. <https://doi.org/10.1504/IJBEX.2022.122478>
- Sindermann, C., Elhai, J. D., Moshagen, M., & Montag, C. (2020). Heliyon Age , gender , personality , ideological attitudes and individual differences in a person ' s news spectrum : how many and who might be prone to “ fi lter bubbles ” and “ echo chambers ” online? *Heliyon*, 6(December 2019), e03214. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03214>
- Stachl, C., Au, Q., Schoedel, R., Gosling, S. D., Harari, G. M., Buschek, D., Völkel, S. T., Schuwerk, T., Oldemeier, M., Ullmann, T., Hussmann, H., Bischl, B., & Bühner, M. (2020). Predicting personality from patterns of behavior collected with smartphones. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(30), 17680–17687. <https://doi.org/10.1073/pnas.1920484117>
- Stuart, J., & Scott, R. (2021). Computers in Human Behavior The Measure of Online Disinhibition (MOD): Assessing perceptions of reductions in restraint in the online environment. *Computers in Human Behavior*, 114(March 2020), 106534. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106534>
- Sulaiman, A., Shin, K. Y., & Rofaie, N. (2018). *Personality traits and internet addiction among selected fi nancial institution employees*. <https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2017-0220>
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology and Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Sumaryanti, I. U., Azizah, S., Diantina, F. P., & Nawangsih, E. (2020). *Personality and Social Media Addiction Among College Students*. 409, 376–

379.

- Suparno, P. (2001). *Teori Perkembangan Kognitif Jean Piaget*. Kanisius.
- Süral, I., & Griffiths, M. D. (2019). Trait Emotional Intelligence and Problematic Social Media Use Among Adults : The Mediating Role of Social Media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 336–345. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11469-018-0022-6>
- Suryabrata, S. (2008). *Psikologi Kepribadian*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Taber, L. (2018). *Personality Depends on The Medium : Differences in Self-Perception on Snapchat , Facebook , and Offline*. 1–13. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174181>
- Tang, J., Chen, M., Yang, C., Chung, T., & Lee, Y. (2016). Telematics and Informatics Personality traits , interpersonal relationships , online social support , and Facebook addiction. *TELEMATICS AND INFORMATICS*, 33(1), 102–108. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.003>
- Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, C. Y., Chung, T. Y., & Lee, Y. A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, 33(1), 102–108. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.003>
- Toyama, M. (2022). Links of personality traits to media multitasking: Conscientiousness predicts mobile phone use in the college classroom. *Current Psychology*, 8660–8667. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12144-020-01258-2> Links
- Udris, R. (2014). *Computers in Human Behavior Cyberbullying among high school students in Japan : Development and validation of the Online Disinhibition Scale*. 41, 253–261.
- Wang, J. L., Jackson, L. A., Zhang, D. J., & Su, Z. Q. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students' uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2313–2319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.001>
- Wang, X. (2023). Agreeableness and adolescents ' cyberbullying perpetration : A longitudinal moderated mediation model of moral disengagement and empathy. *Journal of Personality*, June 2022, 1–17. <https://doi.org/10.1111/jopy.12823>
- Wen, R., & Miura, A. (2023a). Development of the Multi-Dimensional Measure of Online Disinhibition and examination of its validity and reliability. *Japanese Journal of Social Psychology*, 39(1), 1–23.
- Wen, R., & Miura, A. (2023b). Online Disinhibition: Reconsideration of the Construct and Proposal of a New Model. *Osaka Human Sciences*, 9, 63–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.18910/90710>
- Wilson, K., Dip, P. G., Fornasier, S., Dip, P. G., White, K. M., & Ph, D. (2010). Psychological Predictors of Young Adults ' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2). <https://doi.org/10.1089=cyber.2009.0094>
- Wright, M. F., Harper, B. D., & Wachs, S. (2018). Personality and Individual Differences The associations between cyberbullying and callous-unemotional

- traits among adolescents: The moderating effect of online disinhibition. *Personality and Individual Differences*, March, 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.04.001>
- Wu, B., Xiao, Y., Zhou, L., Li, F., & Liu, M. (2023). Why Individuals with Psychopathy and Moral Disengagement Are More Likely to Engage in Online Trolling? The Online Disinhibition Effect. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s10862-023-10028-w>
- Wu, S., Lin, T.-C., & Shih, J.-F. (2017). Examining the antecedents of online disinhibition. *Information Technology & People*, 30(1), 189–209. <https://doi.org/10.1108/ITP-07-2015-0167>
- Xu, Y., & Ye, Y. (2020). Who watches live streaming in China? Examining viewers' behaviors, personality traits and motivations. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01607>
- Yu, T. K., Lee, N. H., & Chao, C. M. (2020). The Moderating Effects of Young Adults' Personality Traits on Social Media Immersion. *Frontiers in Psychology*, 11(November), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.554106>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A