

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Media sosial merupakan sebuah alat yang dimanfaatkan untuk mempermudah interaksi dan komunikasi seseorang dengan orang lain dalam jangkauan yang lebih luas tanpa terhalang oleh jarak. Media sosial juga dapat digunakan untuk membangun pandangan orang lain terhadap eksistensi diri. Pembangunan popularitas dan eksistensi diri inilah yang akan menjadi sebuah kepuasan tersendiri bagi kebanyakan orang (Nababan, Sagala, Sihombing, Ginting, & Chandra, 2019). Hal ini karena media sosial dikhususkan sebagai alat untuk saling terhubung satu sama lain dengan menggunakan fitur yang telah disediakan. Menurut Nasrullah (2015) media sosial memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Sejauh ini terdapat berbagai macam aplikasi media sosial antara lain Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, Whatsapps, Line, maupun Telegram.

Salah satu media sosial yang paling banyak diminati adalah Instagram. Terhitung pada April 2017 lalu, pengguna aktif bulanan Instagram telah mencapai 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya. Selaras dengan data yang dirilis oleh Napoleon Cat ada 92,53 Juta pengguna Instagram di Indonesia pada kuartal IV-2021. Jumlah ini bertambah 3,9 Juta atau naik hingga 4,37% dibanding dengan kuartal sebelumnya. Pada kuartal IV-2021 tercatat mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah kelompok usia 18-24 tahun sebesar 34,4 Juta. Instagram merupakan bagian dari media sosial yang cenderung khusus digunakan dalam bentuk foto video dan foto untuk dibagikan kedalam akun milik pribadi. Menurut Atmoko (2012), Instagram memiliki sebuah fungsi yang hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak dalam mengutamakan bentuk pengambilan foto atau video untuk berbagi informasi terhadap pengguna lainnya. Fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi

Instagram diantaranya fitur *Instastory*, *Follower*, *Following*, *Direct Message*, *Filter*, *Reels*, dan *Live streaming*. Salah satu fitur yang selalu digunakan setiap harinya adalah fitur Instagram story. Berdasarkan sumber data pengguna Instagram, menurut Tempo.co Jakarta (2017), tak kurang dari 45 juta orang Indonesia ternyata menggunakan media sosial secara aktif, serta tercatat sebagai pembuat content *Instagram Story* terbanyak didunia.

Instastory didesign untuk para pengguna aplikasi untuk membagikan berbagai momen keseharian dalam bentuk foto atau video yang diposting dan akhirnya akan terhapus secara otomatis dalam jangka waktu 24 jam. Dalam fitur *Instastory* terdapat tambahan berbagai macam *Filter*, *Sticker*, *Geotagging*, *Closefriends*, *Question*, *Add yours* dan *Music* yang menunjang hasil akhir hal yang akan di posting kepada Pengikut. Tidak jarang aplikasi *Instastory* dimanfaatkan untuk berdakwah, mempromosikan penjualan, menyebarkan informasi sebuah event, mengupload foto selfie, pemandangan, video keseharian dan hobi. Seperti yang dilakukan pada anggota komunitas lari CEO Runners di Kota Bekasi. Seperti fenomena yang terjadi pada peserta lomba lari Borobudur Marathon 2018 diikuti oleh 10.000 peserta diadakan di Jogja yang mengalami fokus teralihkan dengan sibuk berswafoto dikarenakan untuk mengabadikan rute lari yang berlatar belakang pemandangan pedesaan dan ikon candi-candi Borobudur. Bahkan beberapa dari peserta kompak bergantian dan tidak segan untuk berlaga layaknya model untuk mendapat hasil foto terbaik yang nantinya akan diposting di media sosial (Jatengprov.go.id).

Segala bentuk hal yang dibagikan pada *Instastory* merupakan bentuk komunikasi melalui perantara dengan tujuan membuka diri kepada orang lain. Menurut Hargie (2017), *Self disclosure* sebagai proses individu berkomunikasi secara verbal dan atau secara nonverbal kepada individu lain mengenai beberapa informasi pribadi yang sebelumnya tidak diketahui. *Self Disclosure* atau keterbukaan diri yang dilakukan individu untuk memberikan informasi mengenai dirinya agar orang lain mengetahui fakta-fakta tentang dirinya. Menurut Devito (dalam Masturah, 2013) keterbukaan diri ini dapat berupa berbagai topik seperti

informasi perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang sesuai dan terdapat didalam diri orang yang bersangkutan. Dalam perkembangannya, *self disclosure* seseorang terjadi tidak hanya melalui proses komunikasi tatap muka saja, melainkan sudah merambah ke bentuk tertulis, pendengaran, dan bahkan visual melalui jaringan teknologi berbentuk internet (Nurdin, 2020). Seiring meluasnya era media sosial berdampak pada cara mengungkapkan diri yang kini dapat terjadi melalui media sosial Instagram, salah satunya ada pada fitur *Instastory*.

Self disclosure atau pengungkapan diri melalui media sosial pada umumnya dapat dilakukan juga dalam bentuk pembuatan status, foto, video, *Chatting*, komentar, like dan lain-lain yang terkait dengan kejadian yang dialami dan perasaan yang sedang dirasakan agar diketahui oleh sesama pengguna akun media sosial lain (dalam Sagianto, 2018). Menurut Sihabudin & Winangsih (dalam Ningsih, 2015) mengatakan membuka diri disini yaitu ruang maya sama dengan membagikan kepada orang lain tentang perasaan terhadap sesuatu yang telah dikatakannya atau dilakukannya, ataupun perasaannya terhadap kejadian-kejadian yang baru saja dialaminya. Namun berbeda dengan narsistik yang merupakan suatu gangguan kepribadian yang di alami oleh individu dengan memiliki kecintaan berlebihan terhadap dirinya, sehingga memiliki anggapan bahwa dirinya sangat penting dan selalu ingin di kagumi oleh orang lain dengan cara mencari perhatian melalui media sosial (Rahman & Ilyas, 2019). Sedangkan *self Disclosure* merupakan sebuah aktivitas atau proses berbagi informasi dengan orang lain. Informasi berupa pengalaman pribadi, perasaan, rencana masa depan, impian dan lain-lain di media sosial (Mahardika & Farida, 2019).

Salah satu faktor yang mempengaruhi *Self Disclosure* pengguna fitur *instastory* media sosial ialah kepribadian. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Cut Nozan (Widiyastuti, 2016) yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *self disclosure* pengguna internet, dinyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi adalah jenis kepribadian. Kepribadian merupakan sebuah karakteristik setiap individu yang menjadi dasar munculnya perilaku. Seperti

penelitian yang dilakukan oleh Kepribadian dapat diartikan sebagai keseluruhan pola pikiran, perasaan dan perilaku yang sering digunakan untuk beradaptasi secara terus menerus dalam kehidupan (Putra dan Luh, 2015). Menurut Jung (dalam Habibi, 2016) menjelaskan salah satu tipe kepribadian yang ada pada manusia yaitu tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert*. Eysenck (Dominika, 2018) yang mengatakan bahwa ada dua tipe kepribadian pada manusia yakni *ekstrovert* dan *introvert* yang menggambarkan keunikan individu dalam bertingkah laku terhadap stimulus sebagai suatu perwujudan karakter, tempramen, fisik, dan intelektual individu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Menurut Adnan (dalam Fauziah, Masliah, & Ihsan, 2019) Seseorang cenderung memiliki kepribadian extrovert akan nyaman mengungkapkan berbagai hal baik impersonal maupun personal pada media sosial, masalah pribadinya, hubungan percintannya dengan orang lain. Ciri kepribadian *ekstrovert* digambarkan sebagai kepribadian yang memiliki orientasi pada lingkungan, memiliki banyak teman, gemar berbicara dan nyaman berada ditengah-tengah keramaian. Eysenck menjelaskan individu dengan tipe kepribadian *ekstrovert* yang memiliki karakteristik kurang peka terhadap orang lain (*touch restless*), memiliki banyak teman (*sociable*), membutuhkan orang untuk diajak bicara (*talkative*), tidak menyukai membaca dan belajar sendiri, mencari-cari kegembiraan (*sensation seeking*), mudah tertarik terhadap sesuatu yang baru (*exciteable*), mudah berubah (*changeable*) (Kadir, Hikmawati, & Gamayanti, 2018). Individu dengan kepribadian *ekstrovert* membuka dirinya pada lingkungannya, baik dalam dunia nyata maupun dunia maya. Bahkan, Seidman (2012) di media sosial *ekstrovert* cenderung mengekspresikan dirinya yang sebenarnya. Menurut hasil penelitian Fauziah, Masliah, & Ihsan (2019) Extraversion atau *Ekstrovert* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Self disclosure* dengan nilai sig yaitu 0,000 ($< 0,05$) yang artinya seseorang memiliki kecenderungan Ekstraversion atau *Ekstrovert* akan cenderung juga melakukan *Self Disclosure*. *Ekstrovert* berkomunikasi dengan orang lain lebih efektif dan

berniat untuk menjaga komunikasi ini dengan memposting foto *selfie*. *Ekstrovert* ingin berbagi kenangan, perasaan, dan kegiatan yang menampilkan lebih banyak sikap positif pada unggahan *selfienya* (Arapaci, Baloglu, & Kesici, 2018).

Selain itu *ekstrovert* cenderung lebih sering mengunggah status dan foto, memberi komentar, serta memiliki jumlah teman yang lebih banyak di dalam media sosialnya dari pada *introvert* (Lee, Ahn, & Kim, 2014). Dengan kepribadian yang mudah bergaul dan memiliki kenyamanan dengan keramaian melakukan lebih banyak pengungkapan diri termasuk dalam dunia maya. Mereka yang *ekstrovert* mungkin mencoba untuk meningkatkan popularitas mereka dan ingin terlihat populer di media sosial (Sun & Wu, 2012). Dapat disimpulkan bahwa kepribadian dengan hubungan sosial yang luas, hati yang terbuka, gemar berbicara, dan memiliki banyak teman merupakan ciri individu dengan tipe kepribadian *ekstrovert*.

Salah satu pengguna yang secara aktif turut menggunakan media sosial adalah sebuah Komunitas lari. Komunitas Lari merupakan sebuah kelompok yang memiliki minat, hobi dan tujuan yang sama terhadap suatu aktifitas olahraga lari. Komunitas lari yang telah berdiri sejak 2 september tahun dan memiliki pengikut sebanyak 8.383 di media sosialnya adalah CEO Runners. Dalam melakukan aktifitasnya komunitas tersebut secara aktif menggunakan media sosial Instagram sebagai perantara untuk memberikan informasi mengenai event, media promosi, hingga menjadi tempat untuk mengabadikan semua hasil foto dan video anggota yang direkam di beberapa kesempatan. Pada dasarnya anggota komunitas lari didasari atas kebutuhan, hobi, maupun prestasi. Prestasi dimaksudkan sebagai sebuah tujuan tertentu yang diinginkan individu untuk dicapai. Terdapat berbagai aplikasi yang dapat membantu anggota dalam meraih potensi. Pada aplikasi tersebut dapat mengukur jarak, menghitung durasi, melacak rute, hingga mengambil foto yang dapat dibagikan ke media sosial. Namun pada beberapa anggota komunitas terdapat focus yang teralihkan pada fitur foto dan video yang ada untuk di unggah melalui *instastory*.

Penggunaan fitur *instastory* pada aplikasi *instagram* merupakan sebuah media untuk memperoleh informasi hingga membangun citra diri. Hal ini dikarenakan tujuan dibuatnya *Instagram* adalah agar pengguna dapat selalu terhubung dengan orang lain serta menjadikan tempat untuk mengekspresikan diri melalui foto atau video yang telah dibagikan menurut Hasan (Fauzia, Maslihah, & Ihsan, 2019). *Instastory* sudah menjadi hal yang cukup dekat dengan anggota komunitas. Berbagai hasil foto maupun video yang direkam dari berbagai event yang diikuti dibagikan ke pengikut media sosial. Anggota komunitas juga memanfaatkan *instastory* untuk memposting foto prestasi yang telah diraih. Sebuah penelitian yang dilakukan Arpaci, Baluglu, dan Kesici (2018) menunjukkan swafoto yang dibagikan ke media sosial menjadi sarana komunikasi online. Tanda non verbal (seperti postur, Gerakan, ekspresi wajah) wujud yang kuat komunikasi online Frosh (dalam Rarasati, Hudaniah, & Prasetyaningrum, 2019)

Fenomena mengenai *self disclosure* melalui *instastory* media sosial *instagram* yang terjadi pada komunitas lari CEO Runners didukung oleh hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa anggota komunitas lari. Berikut ini merupakan kutipan wawancara ;

Wawancara 1 :

“... Iya benar aku anggota lari pada komunitas CEO Runners. Menurut saya Instastory merupakan wadah yang dapat kita gunakan buat membagikan banyak hal yang ingin kita bagikan. Moment tersebut biasanya menyangkut kegiatan yang aku lakukan. Seperti hal-hal yang bersangkutan dengan lari. Benar saya suka mengabadikan dalam bentuk video ketika menjalankan kegiatan di komunitas dan membagikannya ke instastory dengan tujuan memberi tahu ke teman-teman saya bahwa malam itu saya sedang bersama teman-teman komunitas. Apalagi untuk event besar yang bersangkutan dengan kegiatan lari seperti marathon sudah pasti pada mengabadikannya dalam bentuk foto atau video dan di upload ke Instastory.”

(Ar, maret 2022)

Wawancara 2 :

“...Betul ka saya salah satu anggota komunitas lari CEO Runners. Menurut saya Snapgram atau Instastory adalah tempat untuk kita pamer ke teman-teman. Seperti mengenai komunitas lari ini, foto saat saya mengikuti Latihan lari malam hari yang rutin dilaksanakan. Kadang juga saya suka rekam video 7ambal lari untuk di publish di snapgram atau Instastory. Iya, apalagi untuk event yang besar sangat tidak mungkin untuk tidak upload apapun di akun kita”

(E, Maret 2022)

Wawancara 3 :

“... Iya aku anggota komunitas lari CEO Runners. Menurut aku Instastory adalah media yang tepat untuk menjembatani aku dengan rekan-rekan yang jaraknya jauh untuk saling terhubung. Hal yang biasanya aku bagikan ke instastory milik aku berupa foto baju apa yang aku pakai, ada juga video kebersamaan aku dengan temen-temen, aku juga suka mengupload ulang mengenai informasi event-event lari atau ajakan hidup sehat. Iya, sudah sangat pasti untuk berfoto-foto ketika ada event lari apalagi yang sifatnya besar. Hal-hal itu kalau dibagikan ke sosial media pasti akan memberikan pengaruh positif dan secara tidak langsung akan mengajak teman lainnya untuk menjalankan hidup sehat.”

(Rr, maret 2022)

Wawancara 4 :

“... Iya benar saya merupakan salah satu anggota komunitas lari di CEO Runners. Menurut saya instastory merupakan fitur yang diperuntukan untuk kita membagikan hal apapun yang ingin saya bagikan. Biasanya hal-hal yang saya upload masih berhubungan dengan kegiatan saya, seperti kegiatan saat berolahraga, salah satunya olahraga yang saya gandrungi adalah lari. Selain

itu di fitur tersebut saya dengan mudah mendapatkan informasi mengenai event-event yang berhubungan dengan hobi saya yang dapat saya ikuti. hal tersebut dikarenakan saya kerap mengikuti event-event lari di beberapa tempat dan pada kegiatan tersebut saya pasti akan berfoto dengan teman-teman komunitas dan membagikannya ke instastory”

(Bw, Maret 2022)

Wawancara 5 :

“... Benar saya salah satu anggota komunitas lari di CEO Runners. Menurut saya Instastory itu fitur yang cukup saya sukai karena pada fitur tersebut saya dapat membagikan foto atau video ke teman-teman saya dengan waktu tertentu. Biasanya yang saya bagikan di Instastory pribadi saya mengenai kegiatan pada komunitas lari berupa mengupload ulang informasi-informasi event besar lari di Kota Bekasi dan sekitarnya. Iya saya rutin meluangkan waktu pada malam hari untuk bergabung mengikuti kegiatan Latihan. Saya kerap berfoto mengenai outfit yang sedang saya kenakan untuk Latihan tersebut di beberapa rute yang dilewati yang menurut saya tempat tersebut dapat menunjang hasil foto saya dan tujuannya sudah pasti untuk kebutuhan pada Instastory saya.”

(Mt, 30 maret 2022)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa anggota komunitas lari menghasilkan adanya kegiatan *Self disclosure* yang dilakukan oleh anggota aktif komunitas lari CEO Runners ketika mengikuti Latihan rutin malam hari atau event-event besar yang di ikuti. Dengan ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan tipe kepribadian *Ekstrovert* dengan *Self disclosure* pengguna fitur *Instastory* pada komunitas lari CEO Runners di Kota Bekasi”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti menemukan beberapa perbedaan. Di antaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Widiyastuti (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh tipe kepribadian terhadap *self disclosure* pada pengguna *Facebook*” menghasilkan terdapatnya pengaruh tipe kepribadian terhadap *self disclosure* pengguna facebook. Pada mahasiswa pengguna media sosial facebook cenderung kurang mampu dalam mengekspresikan emosinya di facebook, tidak banyak teman, dan menutupi masalah pribadinya, tidak nyaman dalam peungkapan diri, mereka hanya melakukan pengungkapan diri tentang hal-hal impersonal, dan hanya sekedar “basa-basi”. Berbeda dengan mahasiswa yang memiliki kepribadian *ekstrovert*, mereka akan nyaman mengungkapkan apa saja baik yang personal maupun impersonal di facebook, masalah-masalah pribadinya, hubungan percintaannya dengan orang lain. Peneliti ini menggunakan kuantitatif non-*eksperimental* yang mana peneliti hanya dapat mengidentifikasi hubungan antar variabel dan tidak dapat melakukan manipulasi variabel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan jumlah 188 mahasiswa Fakultas Psikologi UEU. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tipe kepribadian terhadap *self disclosure*. Hasil dari kategorisasi tipe kepribadian diperoleh mahasiswa pengguna Facebook UEU cenderung berkepribadian *Ekstrovert* 52,50% dan *Self disclosure* tinggi 52,46%.

Penelitian kedua yang dilakukan Zulkifli (2018) yang berjudul “ *Self disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian dan *self-esteem* pada remaja pengguna media sosial” *self esteem* terhadap *self disclosure* pada remaja pengguna media sosial. Remaja dengan kecenderungan kepribadian *ekstrovert* dapat menggunakan media sosial di internet dengan leluasa. Hal ini karena jiwa *sociable* yang baik. *Introvert* mereka cenderung senang berkomunikasi di media sosial dari pada bertatap muka karena kurang mampu bergaul dan berkomunikasi tatap muka di dunia nyata. Dengan adanya kesempatan untuk berkomunikasi di

media sosial mungkin sangat berharga bagi mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah remaja yang memiliki media sosial berusia 15-18 tahun dan pernah mengakses media sosial untuk berkomunikasi. Teknik yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Rais (2014) dengan judul penelitian “Perbedaan pengungkapan diri mahasiswa berdasarkan tipe kepribadian” menggunakan pendekatan kuantitatif dan Analisis data menggunakan Uji T (Independent Sample T-Test) menghasilkan tidak terdapatnya perbedaan pengungkapan diri mahasiswa semester lima program studi psikologi fakultas dakwah dan ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya berdasarkan tipe kepribadian. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi kelas sebesar $0,517 > 0,05$. Karena lebih besar 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Subjek penelitian ini berjumlah 50 mahasiswa semester 5 Program Studi Psikologi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Ampel Surabaya.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Xaviera, Prasetyo dan Mulya (2021) yang berjudul “Perbedaan *Self Disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian *extrovert & Introvert* pada remaja pengguna media sosial Instagram di Surabaya”. Subjek penelitian ini adalah remaja berusia 18-21 tahun dan bertempat tinggal di Surabaya (N=152). Teknik pengambilan data dilakukan dengan teknik *incidental sampling*. *Self disclosure* diukur dengan skala *self disclosure* dan tipe kepribadian diukur dengan Eysenck Personality Inventory (EPI-A). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji beda Mann-Whitney U. Penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,482 ($p > 0,05$) yang diartikan tidak ada perbedaan yang signifikan *Self disclosure* ditinjau dari tipe kepribadian *Ekstrovert* dan *Introvert* pada remaja pengguna sosial media Instagram di Surabaya. Berdasarkan nilai mean, *self disclosure* pada tipe kepribadian *extrovert* sebesar 78,49 dan *self disclosure* pada tipe kepribadian *introvert* sebesar 73,36.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Muhammad, Erliana, dan Hakim (2021) yang berjudul “Hubungan jenis kepribadian (*ekstrovert* dan *introvert*) dengan pengungkapan diri (*self disclosure*) pada pengguna media sosial Instagram”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, yaitu suatu metode bertujuan membuat gambaran atau deskriptif mengenai keadaan secara objektif menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data hingga hasilnya. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik purposive sampling dan sampel berjumlah 71 orang. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif sedang dan signifikan antara jenis kepribadian dengan *self disclosure* pada pengguna media sosial Instagram mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Teknologi Sumbawa dengan nilai koefisien korelasi sebesar $r=0,467$; $p=0,000$ atau $p<0,05$ yang menandakan jenis kepribadian *ekstrovert* dan *introvert* berhubungan secara simultan dan signifikan terhadap *self disclosure* pada pengguna media sosial Instagram. Adapun hubungan antara variabel jenis kepribadian *ekstrovert* (X1) terhadap Y (*Self Disclosure*) $0,000<0,05$ dengan nilai koefisien korelasi 0,467 menandakan bahwa terdapat hubungan positif sedang antara jenis kepribadian *ekstrovert* dengan *self disclosure*, sedangkan hubungan antara variabel jenis kepribadian *introvert* (X2) terhadap Y (*self disclosure*) memiliki nilai sig sebesar $0,384>0,05$ yang menandakan bahwa tidak ada hubungan antara jenis kepribadian *introvert* dengan *self disclosure*. Maka dari itu berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa semakin *ekstrovert* mahasiswa, maka semakin tinggi *self disclosure* di media sosial Instagram.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan dan beberapa hasil penelitian yang ada dan terdapat kesenjangan pada beberapa penelitian. Maka peneliti memiliki rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada hubungan antara *Self disclosure* dengan tipe kepribadian *ekstrovert* pengguna fitur *instastory* pada komunitas lari CEO Runners di Kota Bekasi ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan tipe kepribadian *ekstrovert* dengan *self disclosure* pada pengguna fitur *instastory* pada komunitas lari CEO RUNNERS di Kota Bekasi.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ilmu psikologi pendidikan dan psikologi kepribadian, serta dapat menambah informasi-informasi terutama tentang kepribadian *ekstrovert* dan *self disclosure*.

b. Manfaat Praktis.

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai hubungan tipe kepribadian *ekstrovert* pada *self disclosure* pada media sosial Instagram.

2. Bagi Pihak lain

Sebagai bahan referensi serta menambah wawasan bagi rekan-rekan mahasiswa dalam penyusunan tugas akhir yang berkaitan dengan hubungan tipe kepribadian *ekstrovert* pada *self disclosure* pada media sosial Instagram.