

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TIKTOK DAN INTENSITAS KOMUNIKASI DENGAN TEMAN SEBAYA TERHADAP TINGKAT SELF DISCLOSURE PEREMPUAN PADA KONTEN KECANTIKAN DI TIKTOK

Amelia Jasmine Rahayu, Nuriyatul Lailiyah

amelia.jasminerahayu@gmail.com

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407 Faksimile (024) 746504
Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisip@undip.ac.id**

Abstract

Freedom of expression has made TikTok a space where users can share their feelings, opinions, and daily activities without hesitation. However, this creative freedom may also trigger excessive self-disclosure, which can potentially endanger users themselves. The purpose of this study is to determine the influence of TikTok social media usage intensity on women's self-disclosure in beauty content and to identify the influence of peer communication intensity on women's self-disclosure in beauty content. This study employs a quantitative method with an explanatory approach. The population consists of 2,799 students from the Faculty of Social and Political Sciences at Diponegoro University, Semarang, with a sample size of 100 students. Data analysis was conducted using multiple linear regression, coefficient of determination, F-test, and t-test. The results indicate that TikTok social media usage intensity and peer communication intensity have a positive and significant influence on self-disclosure. The coefficient of determination (adjusted R square) is 0.793, meaning that both independent variables explain 79.3% of women's self-disclosure in beauty content.

Keywords: Self-Disclosure, Peer Communication, TikTok Social Media

Abstrak

Kebebasan berekspresi, membuat TikTok menjadi ruang untuk mengungkapkan perasaan, pendapat, dan aktivitas sehari-hari tanpa rasa canggung. Namun, kelonggaran berkreasi ini dapat memicu self-disclosure berlebihan yang berpotensi membahayakan diri pengguna. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap self disclosure perempuan pada konten kecantikan dan mengetahui pengaruh intensitas komunikasi teman sebaya terhadap self disclosure perempuan pada konten kecantikan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Populasi adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang sebanyak 2.799 mahasiswa dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa. Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok dan intensitas komunikasi teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap self disclosure. Koefisien determinasi (adjusted R square) adalah 0,793 yang berarti variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok dan intensitas komunikasi teman sebaya dapat menjelaskan self disclosure perempuan pada konten kecantikan sebesar 79,3%.

Kata Kunci: Self Disclosure, Komunikasi Teman Sebaya, Media Sosial Tiktok

PENDAHULUAN

Era Society 5.0 menghadirkan perubahan interaksi manusia, dengan media sosial sebagai ruang utama identitas digital. Remaja menggunakan berbagai platform untuk memahami dan mengeksplorasi diri, dipengaruhi oleh rasa ingin tahu (Utama & Hidayat, 2025). Media sosial tidak lagi sekadar alat komunikasi, tetapi juga sarana pengembangan diri. Beragam platform seperti WhatsApp, TikTok, Facebook, Instagram, dan YouTube menawarkan fitur pesan, foto, video, hingga siaran langsung yang memicu kreativitas dan memberi kepuasan psikologis bagi penggunanya (Meiliani et al., 2023). Indonesia memiliki 167 juta pengguna media sosial (60,4% populasi), dengan TikTok sebagai platform terpopuler. Rata-rata pengguna global menghabiskan 23,5 jam per bulan di TikTok, yang juga menjadi ruang ekspresi diri melalui gaya dan tarian (Fatimah et al., 2021; Widhi, 2023; We Are Social Indonesia, 2024). Dukungan teman sebaya penting bagi kehidupan sosial generasi Z, mencakup perhatian emosional, penghargaan, bantuan, dan informasi. Kelompok sebaya membentuk perilaku, identitas, dan norma sosial (Abbas, 2024). Tingginya penggunaan media sosial di kalangan generasi Z menjadikan TikTok sebagai sarana utama untuk mengekspresikan identitas diri. Perilaku oversharing dipicu oleh kebutuhan akan perhatian dan validasi sosial, sementara frekuensi penggunaan yang tinggi meningkatkan kecenderungan untuk melakukan self-disclosure (Bai et al., 2025; Yosida, 2025). Self-disclosure adalah proses seseorang membagikan informasi pribadi, perasaan, atau pemikiran yang sebelumnya tidak diketahui orang lain, dipengaruhi oleh kebutuhan dan konteks individu (DeVito, 2019).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah:

- Adakah pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap tingkat self disclosure perempuan pada konten kecantikan di TikTok?
- Apakah pengaruh intensitas komunikasi teman sebaya berkontribusi terhadap tingkat self disclosure perempuan pada konten kecantikan di TikTok?
- Seberapa kuat pengaruh intensitas penggunaan TikTok dan intensitas komunikasi teman sebaya terhadap tingkat self disclosure perempuan pada konten kecantikan di TikTok?

Kerangka Teori & Hipotesis

Teori I-PACE (Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution) menjelaskan bahwa perilaku individu di media digital terbentuk melalui interaksi antara faktor pribadi, emosi, proses kognitif, dan pengendalian perilaku (Brand et al., 2016). Dalam konteks ini, intensitas penggunaan TikTok dan komunikasi teman sebaya memengaruhi proses afektif dan kognitif yang mendorong individu melakukan self-disclosure.

H1: Intensitas penggunaan TikTok berpengaruh positif terhadap tingkat self disclosure perempuan pada konten kecantikan di TikTok.

H2: Intensitas komunikasi dengan teman sebaya berpengaruh positif terhadap tingkat self disclosure perempuan pada konten kecantikan di TikTok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori (Sugiyono, 2022). Populasi penelitian adalah mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi tidak pasti sehingga diperoleh nilai $n = 96,04$ yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Kriteria sampel mencakup mahasiswi aktif FISIP Undip, berusia 18-24 tahun, dan pengguna aktif TikTok. Data primer dikumpulkan via kuesioner dengan skala Likert (1-5). Teknik analisis data meliputi uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas) serta analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan nilai Corrected Item-Total Correlation dengan batas $r\text{-tabel} = 0,196$. Hasil menunjukkan semua item kuesioner pada ketiga variabel memiliki $r\text{-hitung} > 0,196$ dan dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan batas signifikansi $> 0,60$.

Variabel	Cronbach's Alpha	Titik Kritis	Keterangan
Intensitas Penggunaan Medsos	0.926	0.6	Reliable
Intensitas Komunikasi Teman Sebaya	0.941	0.6	Reliable
Self Disclosure	0.946	0.6	Reliable

Analisis Deskriptif

Distribusi frekuensi menunjukkan tingkat intensitas penggunaan media sosial TikTok berada pada kategori Tinggi (73%) dan Sedang (27%). Intensitas komunikasi teman sebaya dominan pada kategori Tinggi (75%) dan Sedang (25%). Sementara itu, tingkat self disclosure subjek berada pada kategori Tinggi (81%) dan Sedang (19%).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas: Nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,057 ($> 0,05$), data berdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas: Nilai tolerance 0,150 ($> 0,10$) dan VIF 6,669 (< 10), tidak terjadi multikolinearitas.
3. Uji Heteroskedastisitas: Nilai signifikansi variabel X1 (0,242) dan X2 (0,067) $> 0,05$, terbebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 22,562 + 0,529 X1 + 0,262 X2$

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	22.562	4.304	-	5.242	.000
X1 (TikTok)	.529	.109	.576	4.874	.000
X2 (Peer)	.262	.093	.334	2.824	.006

Uji F (Simultan) menunjukkan nilai $F = 190,414$ dengan signifikansi $0,000 (< 0,05)$, yang berarti X1 dan X2 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y. Nilai Adjusted R Square sebesar $0,793$ menunjukkan kontribusi kedua variabel independen sebesar $79,3\%$ terhadap variasi Self Disclosure perempuan pada konten kecantikan di TikTok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Intensitas penggunaan TikTok dan komunikasi teman sebaya baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat self disclosure perempuan pada konten kecantikan di TikTok. Disarankan kepada mahasiswi agar tetap bijak dan berhati-hati dalam melakukan pengungkapan diri (oversharing) di media sosial. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi variabel luar lainnya dan memperluas cakupan sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, H. R., Auliya, I., & Alfira, N. (2023). *Over sharing yang Dilakukan Mahasiswa Mencari Perhatian di Media Sosial* (Vol. 1, Number 1).
- Anggraini, D., Nurmayasari, M., & Saripah. (2023). Penggunaan Media Sosial Tik Tok dan Pengaruhnya terhadap Motivasi Berprestasi Siswa SMK Al Khairiyah Bahari Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 7(1), 2239–2244. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Apriyanti, E., Sari, S., & Heriniazwi Dianthi, M. (2024). Self Disclosure Pada Komunikasi Generasi Z. In *Jurnal Professional* (Vol. 11, Number 1).
- Auliya, A. A., Yahya, A. B., & Hurryos, F. K. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja Di Indonesia. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 57–66. <http://stipram.co.id>
- Bai, Q., Dan, Q., Choi, Y., & Luo, S. (2025). Why We Disclose on Social Media? Towards a Dual-Pathway Model. *Behavioral Sciences*, 15(4). <https://doi.org/10.3390/bs15040547>
- Bashiroturrohmah, Z., Cahyani, S. M. N., & Faristiana, A. R. (2023). Pengaruh Media Sosial Tik - Tok Terhadap Karakter Siswa Sekolah Dasar. *JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JUPENDIS)*, 1(3), 119–131. <https://doi.org/10.54066/jupendis-itb.v1i3.251>
- Devito, J. (2021). *Komunikasi Antar Manusia*. Karisma Publishing Group.
- Dewi, A. P., & Delliana, S. (2021). Self Disclosure Generasi Z Di Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 62–69. <http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index>

- Fatimah, S. D., Hasanudin, C., & Amin, A. K. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Mendemonstrasikan Teks Drama. *Indonesian Journal Of Education And Humanity*, 1.
- Fatmawati. (2021). *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*. Amerta Media.
- Fauziah, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Firual, A. R., & Hariyadi, S. (2022). Pengaruh Interpersonal Trust dan Intimate Friendship Terhadap Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Twitter. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 11(1), 44–52. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
- Habil, M., Budiman², D. A., & Makhrian³, A. (2023). Instagram Stories Sebagai Media Pengungkapan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIB (Kajian Pengguna Instagram Stories pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu). *JURNAL KAGANGA*, 7(1), 69–82.
- Hidayat, M. A. (2023). Self Disclosure Generasi Z pada Media Sosial TikTok. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 81–92.
- Meiliani, A. P., Fuady, I., & Komunikasi, J. I. (2023). Pengaruh Motivasi Pengguna Aplikasi Kencan Terhadap Kesehatan Mental Pada Mahasiswa. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 43–55.
- Moekahar, F., & Hastuti, R. A. (2022). Self-Disclosure: Hidden Talent Remaja di TikTok. *Koneksi*, 6(2), 456–465.
- Muar, A. (2024). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok @hey.tessss Terhadap Self-Disclosure Followers (Survei Pada Followers TikTok @hey.tessss)*.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Priyanto, D. (2022). *Analisis korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media.
- Putri, J., Afrilya, A., Ramba, H., Dari, F., & Suharyo, D. (2025). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa BPI. *Jurnal Psikologi*, 2(4), 10. <https://doi.org/10.47134/pjp.v2i4.4309>
- Rakhmat, J. (2022). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Santrock, J. W. (2022). *Adolescence: Perkembangan Remaja*. Erlangga.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfa Beta.
- Ulandari, N. P. (2024). *Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Self Esteem Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Mataram.

- Utama, N. F., & Hidayat, O. (2025). Self Disclosure Mahasiswa Gen Z Di Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa). *Jurnal Psimawa*, 8(1), 82–90. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/PSIMAWA>
- Widhi, D. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id . <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167juta-pada-2023>
- Yosida, E. (2025). Persepsi Gen Z Mengenai Perilaku Oversharing di Media Sosial. *Ikraith Humaniora*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora>