

# HUBUNGAN KEBUTUHAN BERAFILIASI DENGAN PENGUNGKAPAN DIRI PADA WANITA DEWASA MADYA PENGGUNA INSTAGRAM

Gabriela Nenni Sri Novera, Zulian Fikry  
Universitas Negeri Padang  
e-mail: gabriela\_novera@yahoo.com

***Abstract:** Correlation of need for affiliation and self disclosure on middle adult women that using instagram . This study intends to find the correlation of need for affiliation and self disclosure on middle adult women instagram users. The samples in this research amounted to 50 middle adult women that using instagram. This study using snowball sampling techniques. Measuring instrument in this research was Self Disclosure Scale by Al-Kandari (2016) and Interpersonal Orientation Scale (IOS) by Hill (1987). The yield of this study showed the correlation value (r) is 0,263 with p value 0,065 (p>0,05). This could be deduced that there's no correlation of the need for affiliation and self disclosure on middle adult women that using instagram.*

***Keywords:** Need for affiliation, self disclosure, middle adult women, instagram users*

**Abstrak:** Hubungan kebutuhan berafiliasi dengan pengungkapan diri pada wanita dewasa madya pengguna instagram. Temuan ini ditujukan untuk mengetahui adakah korelasi kebutuhan berafiliasi dan pengungkapan diri pada wanita dewasa madya yang menggunakan instagram. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 50 orang wanita dewasa madya yang menggunakan instagram dengan teknik *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan skala pengungkapan diri oleh Al-Kandari (2016) dan Interpersonal Orientation Scale (IOS) oleh Hill (1987). Hasil penelitian ini menunjukkan nilai korelasi (r) = 0,263 dan nilai p = 0,065 (p > 0,05). Maka diberi simpulan dengan tidak ditemukannya korelasi kebutuhan berafiliasi dan pengungkapan diri pada wanita dewasa madya pengguna instagram.

**Kata Kunci:** Kebutuhan berafiliasi, pengungkapan diri, wanita dewasa madya, pengguna instagram

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memudahkan manusia untuk berinteraksi dan menjaga hubungan interpersonalnya. *Social Networking Site* (SNS) memberi peluang bagi pengguna untuk berbagi banyak jenis informasi dengan teman, keluarga, dan lainnya. Misalnya, pengguna dapat mengungkapkan preferensi mereka untuk makanan, status hubungan, atau kegembiraan pekerjaan sehari-hari (Pu et al., 2016). Salah satu *social networking site* (SNS) yaitu instagram yang dapat membagikan foto maupun video dengan orang lain di seluruh dunia (Ting, 2014), karena Instagram adalah situs jejaring sosial yang sederhana, nyaman dan ramah pengguna.

Hasil survei yang dilakukan oleh NapoleonCat (2019), menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-4 sebagai pengguna instagram terbanyak di dunia pada tahun 2019. Terdapat 37,1% pengguna instagram yang berusia 18-24 tahun, 33,9% berusia 23-34 tahun, 11,4% pada usia 35-44 tahun, 4,2 % pada usia 45-54 tahun, dan 1,1% pada usia 55-64 tahun. Berdasarkan data yang telah dipaparkan, pengguna instagram berasal dari berbagai latar usia, salah satunya yaitu dewasa madya. Dewasa madya (berkisar antara usia 34-60 tahun) merupakan usia dimana seseorang memiliki tugas penting yaitu manajemen

perubahan peran antara tempat kerja dengan keluarga (Bowler & Weinraub, 2018).

Hurlock (1980), mengatakan bahwa ciri dari dewasa madya yaitu berada pada masa transisi, masa stres, masa penyesuaian kembali, masa berprestasi dan masa jenuh. Masa jenuh yang dialaminya membuat dewasa madya akan meluangkan waktunya untuk memainkan media sosial, salah satunya yaitu instagram. Dewasa madya menggunakan instagram dengan berbagai kepentingan. Penggunaan instagram dalam pengekspresian diri dapat digunakan dewasa madya sebagai bentuk dari pengungkapan dirinya. Parker dan Parrott (1995), menjelaskan bahwa dewasa madya melakukan pengungkapan diri untuk mengklarifikasi diri dan untuk mengekspresikan diri kepada teman dan keluarga. Secara konseptual (Lin & Utz, 2017) pembaruan status/memposting siaran pada media sosial yang berisi segala bentuk informasi diri dapat dikatakan sebagai pengungkapan diri.

Lee, Xiao, dan Wells (2018), menemukan bahwa usia dewasa madya dan wanita memiliki jumlah yang lebih besar dalam pengungkapan diri. Namun, pengungkapan diri secara *online* juga dapat memberikan resiko pengalaman yang tidak menyenangkan seperti menerima pesan, gambar, atau video yang membuat

seseorang merasa tidak nyaman, (Blau, 2011). Akan tetapi, pengungkapan diri juga dapat meningkatkan hubungan interpersonal seseorang (Arslan & Kiper, 2018).

Abramova, Krasnova, dan Buxmann (2017) mengatakan bahwa pengungkapan diri pada media sosial memiliki manfaat relasional, termasuk membangun hubungan baru mempertahankan ikatan yang ada, dan dimotivasi oleh hubungan timbal balik dalam komunitas dan kebutuhan berafiliasi. Hal ini didukung dengan pendapat Peter dan Valkenburg (2006), yang mengungkapkan bahwa kebutuhan berafiliasi memiliki hubungan yang erat dengan pengungkapan diri. Jika orang memiliki kebutuhan afiliasi yang kuat, maka pengungkapan diri merupakan hal penting yang harus dilakukan.

Kebutuhan berafiliasi mengacu pada kebutuhan akan kehangatan dan dukungan dari orang lain dan kebutuhan untuk terikat sebagai bentuk dari hubungan yang intim dengan orang lain (Marissa, 2015). Erdwins, Tyer, dan Mellinger (1982), menemukan bahwa ibu rumah tangga yang berusia pada dewasa madya memiliki kebutuhan berafiliasi yang lebih besar dibandingkan yang lebih muda, yang mana hasilnya menunjukkan bahwa kebutuhan afiliasi mungkin lebih penting bagi wanita yang telah memilih pusat kehidupan mereka yang berorientasi pada interpersonal tradisional, berperan sebagai istri, ibu dan

rumah tangga. Hofer dan Busch (2011), mengatakan bahwa kebutuhan berafiliasi yang rendah dikaitkan dengan peningkatan tingkat kecemburuan dan agresi tidak langsung dengan motif afiliasif-intimasi yang jelas. Oleh karena itu, sosialisasi dan pengungkapan diri (Dufner, *et al.*, 2015) merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan berafiliasi positif untuk berinteraksi dengan seseorang.

Pemaparan diatas membuat penelitian ini memiliki ketertarikan untuk lebih lanjut mengetahui mengenai hubungan kebutuhan berafiliasi dan pengungkapan diri bagi wanita dewasa madya pengguna instagram.

## **METODE**

Temuan ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Penelitian ini bersifat korelasional yang akan melihat apakah terdapat hubungan antara kebutuhan berafiliasi dengan pengungkapan diri pada wanita dewasa madya pengguna instagram. Variabel bebas penelitian ini adalah kebutuhan berafiliasi, sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan diri.

Wanita dewasa madya pengguna instagram adalah populasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang wanita dewasa madya yang menggunakan media sosial instagram. Subjek pada penelitian

berusia antara 34-54 tahun dengan memiliki pekerjaan yang berbeda-beda dan status hubungan perkawinan yang berbeda. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *google form* yang disebarakan kepada 50 orang wanita dewasa madya yang menggunakan instagram.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Instrumen penelitian ini terdiri dari skala pengungkapan diri disusun berdasarkan empat dimensi dari Al-kandari, Melkote, dan Sharif (2016) sesuai dengan dimensi yang telah dikemukakan oleh Wheelless (1976) sebelumnya, sedangkan untuk skala kebutuhan berafiliasi menggunakan *Interpersonal Orientation Scale* (IOS) disusun berdasarkan empat dimensi yang dikemukakan oleh Hill (1987). Adapun dimensi pada skala pengungkapan diri meliputi *honesty, amount, positive valence, depth*. Dimensi pada IOS yaitu Dukungan emosional (*emotional support atau sympathy*), perhatian (*need for attention*), stimulasi positif (*positive stimulation*), perbandingan sosial (*social comparison*).

Pada skala pengungkapan diri terdiri dari 15 item dan setelah dilakukan uji coba terdapat 2 item yang gugur, sehingga 13 item yang sah. Pada skala IOS, terdapat 26 item dan setelah dilakukan uji coba, terdapat 1 yang item gugur sehingga 15 item yang sah. Analisis digunakan untuk mengukur

reliabilitas skala kebutuhan berafiliasi dan pengungkapan diri dalam penelitian ini yaitu *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan bantuan program perangkat lunak statistik untuk mendapatkan koefisien reliabilitas. Pengujian reliabilitas skala pengungkapan diri dengan memperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar  $\alpha = 0,784$ . Pengujian reliabilitas pada IOS dengan memperoleh nilai koefisien sebesar  $\alpha = 0,867$ .

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik statistik *Product Moment Correlation Coefficient* oleh Pearson yang dibantu dengan bantuan program perangkat lunak statistik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Berdasarkan pengukuran pengungkapan diri dan kebutuhan berafiliasi diperoleh hasil bahwa wanita dewasa madya pengguna instagram termasuk kategori sedang. Terdapat 76% subjek ada di kategori sedang dalam pengungkapan diri dan 84% subjek memiliki kebutuhan berafiliasi yang sedang. Hasil kategorisasi skor skala pengungkapan diri dan skala kebutuhan berafiliasi tersebut dicantumkan pada tabel berikut:

**Tabel 1. Kategorisasi Skor Skala Pengungkapan Diri (N=50)**

Standar Deviasi	Skor	Kategorisasi	F	Persentase
$(\mu+1,0 \sigma) \leq X$	$39 \leq X$	Tinggi	10	20%
$(\mu-1,0 \sigma) \leq X < (\mu+1,0 \sigma)$	$26 \leq X < 39$	Sedang	38	76%
$X < (\mu-1,0 \sigma)$	$X < 26$	Rendah	2	4%
Jumlah			50	100%

**Tabel 2. Kategorisasi Skor Skala Kebutuhan Berafiliasi (N=50)**

Standar Deviasi	Skor	Kategorisasi	F	Persentase
$(\mu+1,0 \sigma) \leq X$	$75 \leq X$	Tinggi	6	4%
$(\mu-1,0 \sigma) \leq X < (\mu+1,0 \sigma)$	$50 \leq X < 75$	Sedang	42	84%
$X < (\mu-1,0 \sigma)$	$X < 50$	Rendah	2	12%
Jumlah			50	100%

Berdasarkan uji linearitas dengan nilai K-SZ = 0,959 dan untuk pengungkapan diri dan kebutuhan berafiliasi di instagram diperoleh *F-linearity* dengan nilai F = 5,262 yang mempunyai p = 0,03 (p<0,05). Hal ini diartikan dengan asumsi linear dalam penelitian ini terpenuhi. Hasil uji normalitas pada variabel pengungkapan diri diperoleh nilai p = 0,317 (p>0,005)

dengan nilai K-SZ = 0,959 dan untuk variabel kebutuhan berafiliasi memiliki nilai K-SZ = 0,630 dan p = 0,810 (p>0,005). Oleh karena itu dapat diberikan kesimpulan bahwa dalam penelitian ini kedua variabel terdistribusi secara normal dan hasil dapat diamati dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

No	Variabel	SD	Mean	K-SZ	Asymp Sig (2-tailed)	Keterangan
1	Pengungkapan Diri	5,255	33,88	,959	,317	Normal
2	Kebutuhan Berafiliasi	9,467	64,64	,639	,810	Normal

**Tabel 4. Rerata Hipotetik dan Rerata Empirik Skala Kebutuhan Berafiliasi dan Pengungkapan Diri**

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Kebutuhan Berafiliasi	25	75	62,5	12,5	37	85	64,64	9,467
Pengungkapan Diri	13	52	32,5	6,5	16	45	33,88	5,255

Berdasarkan tabel 4 diatas pada variabel pengungkapan diri, rerata empiriknya lebih besar dibandingkan rerata hipotetiknya ( $\mu_e = 33,88 > \mu_h = 32,5$ ). Pada variabel kebutuhan berafiliasi rerata empiriknya lebih besar daripada rerata hipotetiknya ( $\mu_e = 64,64 > \mu_h = 62,5$ ). Hal ini berarti secara umum subjek memiliki kebutuhan berafiliasi dan pengungkapan diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan dugaan penelitian.

Berdasarkan hasil analisis korelasi mengenai hubungan antara kebutuhan berafiliasi dengan pengungkapan diri pada wanita dewasa madya pengguna instagram diperoleh koefisien korelasi ( $r = 0,263$  dan nilai  $p = 0,065$  ( $p > 0,05$ )). Oleh karena itu tidak ditemukan korelasi antara kebutuhan berafiliasi dan pengungkapan diri pada wanita dewasa madya yang menggunakan instagram, sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

## **Pembahasan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada wanita dewasa madya pengguna instagram, tidak ditemukan adanya hubungan antara kebutuhan berafiliasi dengan pengungkapan diri. Serupa dengan temuan Park, Jin, dan Jin (2011) sebelumnya yang juga tidak menemukan adanya hubungan antara kebutuhan berafiliasi dengan pengungkapan

diri pada pengguna facebook. Sebaliknya kebutuhan berafiliasi dikaitkan dengan motivasi untuk pemeliharaan dan inisiasi hubungan, yang pada gilirannya memengaruhi pengungkapan diri dan keintiman.

Berbeda dengan hasil penelitian Shih, Hsu, dan Lee (2015), yang menemukan adanya hubungan antara kebutuhan berafiliasi dengan pengungkapan diri dalam komunikasi online, namun penelitian Shih juga menjelaskan bahwa efek yang tidak signifikan dari pengungkapan diri pada pemeliharaan hubungan mungkin terjadi karena orang mungkin terlibat dalam pengungkapan diri untuk alasan lain selain mempertahankan hubungan interpersonal.

Hal ini disebabkan karena subjek memiliki perilaku dan tujuan yang bervariasi dalam mengungkapkan dirinya (Parker & Parrott, 1995) di instagram. Faktor-faktor lain yang juga berpengaruh pada pengungkapan diri dan kebutuhan berafiliasi, seperti perilaku dan emosi yang mungkin dipengaruhi oleh pengungkapan diri (Shih, Hsu, & Lee, 2015) juga dapat mempengaruhi hal ini. Sebagaimana individu melakukan pengungkapan diri kepada orang yang juga mengungkapkan diri mereka dan mereka cenderung menanggapi pengungkapan yang diterima dengan mengungkapkan diri mereka sebagai

imbalan timbal balik (Park, Jin, & Jin, 2011). Kim, Shin, dan Chai (2015) mengatakan bahwa pengguna SNS lebih banyak melakukan pengungkapan dirinya kepada pengguna lain yang memiliki ikatan yang lebih kuat dengannya atau orang yang lebih dekat dengannya. Faktor lain seperti perbedaan dalam kemauan untuk mengungkapkan diri sesuai dengan kekuatan ikatan sosial juga berpengaruh. Oleh karena itu hal ini tidak memiliki hubungan dengan kebutuhan berafiliasinya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, pengungkapan diri pada wanita dewasa madya pengguna instagram berada pada kategori sedang dengan rerata empirik lebih tinggi dibandingkan rerata hipotetiknya. Hal ini menunjukkan bahwa subjek mengungkapkan dirinya lebih tinggi daripada dugaan penelitian. Pengungkapan diri merupakan informasi mengenai diri yang dikomunikasikan kepada orang lain (Wheeless, 1976). Jourad (dalam Lange, 1975) mengatakan bahwa seseorang dengan pengungkapan diri yang tinggi akan mengungkapkan dirinya dengan orang-orang tertentu, sedangkan orang dengan pengungkapan diri yang sedang mengungkapkan dirinya pada lingkungan sosialnya maka cenderung mereka mempunyai kesehatan mental yang positif.

Hasil penelitian Hesser et al., (2015) menjelaskan bahwa alasan seseorang mengunggah gambar di media sosial sebagai

bentuk untuk memenuhi kebutuhan untuk mengesankan dan memengaruhi orang lain dibandingkan kebutuhan berafiliasi aktual. Hal yang sama berlaku untuk jumlah gambar yang diunggah, menunjukkan bahwa gambar tersebut termotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan reputasi dan untuk mengesankan orang lain. Mengunggah gambar-terutama gambar yang menunjukkan kegiatan dengan orang lain- mungkin merupakan cara yang nyaman untuk mempertahankan dan memperkuat hubungan yang bermakna dengan orang lain.

Hasil penelitian menyatakan bahwa sebagian besar wanita dewasa madya pengguna instagram memiliki kebutuhan berafiliasi dengan kategori sedang. Penyebabnya karena pada masa dewasa madya orang lebih mementingkan hubungan romantis (Wrzus, *et al.*, 2017), yang mana fungsi pertemanan lebih sebagai orang kepercayaan dan rekan dalam menghabiskan waktu luang. Masa dewasa madya merupakan periode kehidupan ketika orang menghadapi berbagai tantangan dalam hubungan sosialnya karena perubahan dalam struktur keluarga, perkembangan atau perubahan dalam pekerjaan seseorang, dan perubahan dalam status kesehatan (Nersesian *et al.*, 2018). Hill (1987) menambahkan bahwa alasan individu tertentu lebih tinggi berafiliasi daripada yang lain adalah karena mereka memiliki

kepekaan yang tinggi terhadap ketersediaan keempat jenis imbalan sosial ini (dimensi-dimensi kebutuhan berafiliasi) dan karena mereka juga mengalami reaksi emosional yang sangat positif terhadap imbalan ini. Seseorang dapat memiliki kebutuhan berafiliasi yang berubah tergantung bagaimana situasi sosial yang dimilikinya.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa pada wanita dewasa madya pengguna instagram memiliki kebutuhan berafiliasi yang sedang dan pengungkapan diri yang sedang. Penelitian ini juga tidak menemukan adanya hubungan antara kebutuhan berafiliasi dengan pengungkapan diri. Adanya faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi hal ini.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Secara garis besar hasil yang telah diperoleh dalam penelitian tentang hubungan antara kebutuhan berafiliasi dan pengungkapan diri yang telah dilakukan pada 50 orang wanita dewasa madya pengguna instagram, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Wanita dewasa madya pengguna instagram memiliki pengungkapan diri yang sedang.
2. Wanita dewasa madya pengguna instagram memiliki kebutuhan berafiliasi yang sedang

3. Tidak terdapat hubungan antara kebutuhan berafiliasi dengan pengungkapan diri pada wanita dewasa madya pengguna instagram.

### **Saran**

Berdasarkan temuan yang telah dipaparkan, berikut saran dari peneliti:

#### **1. Bagi Subjek Penelitian**

Subjek penelitian memiliki pengungkapan diri di instagram yang sedang, sehingga disarankan bagi subjek untuk mempertahankan pengungkapan diri yang dimilikinya sehingga dengan mengontrol pengungkapan diri pada media sosial seperti instagram, apa yang mereka ungkapkan dan tidak ungkapkan tentang diri mereka merupakan hal yang penting agar terhindar dari masalah privasi pada media sosial. Subjek penelitian memiliki kebutuhan berafiliasi yang sedang sehingga diharapkan agar subjek lebih meningkatkannya agar subjek yang berada pada masa dewasa madya yang mana merupakan masa transisi kehidupan dapat menjaga hubungan interpersonal.

#### **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Temuan ini diharapkan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya serta lebih menggali faktor penyebab lainnya yang dapat mempengaruhi

pengungkapan diri dan kebutuhan berafiliasi. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat memilih subjek remaja, atau dengan masalah

yang dihadapi pada dewasa madya, seperti kebutuhan pencapaian, atau kontruk lainnya yang berkaitan dengan dewasa madya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abramova, O., Krasnova, H., & Buxmann, P. (2017). Understanding self-disclosure on social networking sites - a literature review americas conference on information Systems. *23rd Americas Conference on Information Systems Manuscript*.
- Al-kandari, A., Melkote, S. R., & Sharif, A. (2016). Needs and motives of instagram users that predict self-disclosure use : a case study of young adults in kuwait. *Journal of Creative Communications*, *11*(2), 85–101. <https://doi.org/10.1177/0973258616644808>
- Anonim, (2019). Social Media Users in Indonesia. *NapoleonCat*. Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia>
- Arslan, N., & Kiper, A. (2018). Self-disclosure and internet addiction. *Malaysian Online Journal of Educational Technology*, *6*(1), 56–63.
- Blau, I. N. A. (2011). Application use , online relationship types , self-disclosure , and internet abuse among children and youth : implications for education and internet safety programs. *J. Educational Computing Research*, *45*(1), 95–116. <https://doi.org/10.2190/EC.45.1.e>
- Bowler, G., & Weinraub, M. (2018). Developmental Task. In M. H. Bornstein (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Lifespan Human Development* (pp. 3–7). SAGE Publication, Inc.
- Dufner, M., Arslan, R. C., Hagemeyer, B., & Schönbrodt, F. D. (2015). Affective contingencies in the affiliative domain : physiological assessment , associations with the affiliation motive , and prediction of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *109*(4), 662–676.
- Erdwins, C. J., Tyer, Z. E., & Mellinger, J. C. (1982). Research and theory on human development achievement and affiliation needs of young adult and middle-aged women. *The Journal of Genetic Psychology*, *141*(2), 219–224. <https://doi.org/10.1080/00221325.1982.10533476>
- Heser, K., Banse, R., & Imhoff, R. (2015). Affiliation or power: what motivates behavior on social networking sites? *Swiss Journal of Psychology*, *74*(1), 37–47. <https://doi.org/10.1024/1421-0185/a000144>
- Hill, C. A. (1987). Affiliation motivation : people who need people ... but in different ways affiliation motivation : people who need people but in different ways. *American Psychology Association, Inc*, *52*(5), 1008–1018. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.5.1008>
- Hofer, J., & Busch, H. (2011). When the needs for affiliation and intimacy are

- frustrated : envy and indirect aggression among german and cameroonian adults. *Journal of Research in Personality*, 45(2), 219–228.  
<https://doi.org/10.1016/j.jrp.2011.02.003>
- Hurlock, E (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta:Gramedia
- Kim, B., Shin, K.-S., & Chai, S. (2015). How people disclose themselves differently according to the strength of relationship in sns? *The Journal of Applied Business Research*, 31(6), 2139–2146.
- Lange, J. I. (1975). *The effects of low, moderate, and high self-disclosure on electromyographic, psychogalvanic, and attitudinal response* (Maters's Thesis). Portland State University. Retrieved from [http://pdxscholar.library.pdx.edu/open\\_access\\_etds](http://pdxscholar.library.pdx.edu/open_access_etds)
- Lee, Y., Xiao, M., & Wells, R. H. (2018). The effects of avatars' age on older adults' self-disclosure and trust. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(3), 173–178.  
<https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0451>
- Lin, R., & Utz, S. (2017). Computers in human behavior self-disclosure on sns : do disclosure intimacy and narrativity in fl uence interpersonal closeness and social attraction ? *Computers in Human Behavior*, 70, 426–436.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.012>
- Marissa, A. (2015). Correlation of affiliation needs with intensity of using facebook in young adulthood. *The European Journal of Social and Behavioural Sciences*, 17.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15405/ejsbs.197>
- Nersesian, P. V, Han, H., Yenokyan, G., Blumenthal, R. S., Nolan, M. T., Hladek, M. D., & Szanton, S. L. (2018). Loneliness in middle age and biomarkers of systemic in fl ammation : Findings from Midlife in the United States. *Social Science & Medicine*, 1–8.  
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.04.007>
- Park, N., Jin, B., & Jin, S. A. (2011). Computers in human behavior effects of self-disclosure on relational intimacy in facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1974–1983.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.05.004>
- Parker, R. G., & Parrott, R. (1995). Patterns of self-disclosure across social support networks : elderly , middle-aged , and young adults. *Int'l. J. Aging and Human Development*, 41(4), 281–297.  
<https://doi.org/10.2190/N9PC-CKMD-JKRR-1VJM>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2006). Research note : individual differences in perceptions of internet communication. *European Journal Of CommunicatiON*, 21(2), 213–226.
- Pu, W., Li, S., & Thatcher, J. B. (2016). Self-disclosure and sns platforms : the impact of sns transparency and culture self - disclosure and sns platforms : the impact of sns transparency and culture. *AISeL, DIGIT 2016*.
- Shih, Y., Hsu, M., & Lee, D. (2015). Self-disclosure, interpersonal relationships, and stickiness of online communities. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(2), 71–78.  
<https://doi.org/10.11648/j.pbs.20150402.16>

Ting, C. T. (2014). A study of motives , usage , self-presentation and number of followers on instagram. *Discovery – SS Student E-Journal*, 3, 1–35.

Wheless, L. R. (1976). Self-disclosure and interpersonal solidarity : measurement , validation , and relationships. 3(1).

Wrzus, C., Zimmermann, J., Mund, M., &

Neyer, F. J. (2017). Friendships in young and middle adulthood friendships in young and middle adulthood friendships in young and middle adulthood : Normative patterns and personality differences. In M. Hojjat & A. Moyer (Eds.), *Psychology of friendship* (pp. nn). New York: Oxford University Press.. <http://doi.org/10.1093/acprof>