

Hubungan Tipe Kepribadian Agreeableness Dengan Self-Disclosure Pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram

Yohanes Bagas Saputro¹, Deny Surya Saputra², Adi Fahrudin³, Raden Yudhi Satria Restu Artosandi⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Esa Unggul

Email : yohanesbagas1983@student.esaunggul.ac.id

Abstrak

Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan remaja untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, membangun identitas, dan melakukan *self-disclosure*. Tingkat *self-disclosure* pada setiap individu dapat berbeda dan salah satu faktornya yang berkaitan dengan perilaku tersebut adalah karakteristik kepribadian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *self-disclosure* pada remaja pengguna media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Responden penelitian berjumlah 417 remaja berusia 15-18 tahun yang aktif menggunakan Instagram dan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala *agreeableness* berdasarkan teori *Big Five Personality* dari Costa & McCrae (2003) serta skala *self-disclosure* berdasarkan teori Devito (2002). Instrumen penelitian menunjukkan validitas dan reliabilitas yang memadai, dengan 23 aitem valid pada skala *self-disclosure* ($\alpha = 0,946$) dan 25 aitem valid pada skala *agreeableness* ($\alpha = 0,872$). Hasil uji normalitas menunjukkan data tidak terdistribusi dengan normal sehingga pengujian hipotesis menggunakan korelasi *Spearman Rank*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara *agreeableness* dengan *self-disclosure* ($r = 0,470$; $p < 0.001$). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *agreeableness* pada remaja, semakin tinggi pula kecenderungan *self-disclosure* yang dilakukan melalui Instagram. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa karakteristik kepribadian merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam menemani perilaku pengungkapan diri remaja di media sosial.

Kata Kunci: *agreeableness*, *self-disclosure*, remaja, Instagram, *Big Five Personality*

Abstract

Instagram has become one of the social media platforms used by adolescents to interact, express themselves, develop their identities, and engage in *self-disclosure*. Individual differences in *self-disclosure* may be associated with personality characteristics. This study aimed to examine the relationship between the *agreeableness* personality trait and *self-disclosure* among adolescent Instagram users. A quantitative correlational design was employed. The participants were 417 adolescents aged 15-18 years who actively used Instagram and were selected using *purposive sampling*. Data were collected using an *agreeableness* scale based on Costa & McCrae's *Big Five Personality* theory and a *self-disclosure* scale based on Devito's theory. The research instruments demonstrated satisfactory validity and reliability, with 23 valid items for the *self-disclosure* scale ($\alpha = 0.946$) and 25 valid items for the *agreeableness* scale ($\alpha = 0.872$). The normality test indicated that the data were not normally distributed; therefore, hypothesis testing was conducted using the *Spearman Rank* correlation. The result revealed a positive and significant relationship between *agreeableness* and *self-disclosure* ($r = 0,470$; $p < 0.001$). Thus, adolescents with higher levels of *agreeableness* tend to demonstrate higher levels of *self-disclosure* on Instagram. These findings indicate that personality characteristics are an important aspect to consider in understanding adolescent's *self-disclosure* behavior on social media.

Keywords: *agreeableness*, *self-disclosure*, adolescents, Instagram, *Big Five Personality*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai salah satu

ruang penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Media sosial tidak hanya digunakan untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, tetapi juga menjadi sarana untuk

mengekspresikan diri dan membangun hubungan interpersonal. Salah satu *platform* yang banyak digunakan adalah Instagram, yang menyediakan berbagai fitur seperti stories, feedss dan reels yang memungkinkan pengguna membagikan aktivitas, pengalaman, pikiran, maupun perasaan kepada orang lain. Penggunaan media sosial menjadi semakin relevan pada masa remaja karena periode ini merupakan tahap perkembangan yang ditandai dengan pencarian identitas diri, perluasan hubungan sosial, serta meningkatnya kebutuhan akan penerimaan dari lingkungan. Dalam proses tersebut, remaja dapat menggunakan media sosial sebagai ruang untuk mengekspresikan diri, memperoleh respons sosial, membangun hubungan dengan teman sebaya, serta mengembangkan identitas. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi salah satu ruang sosial tempat remaja melakukan pengungkapan diri.

Perilaku pengungkapan informasi pribadi kepada orang lain dikenal sebagai *self-disclosure*. (Devito, 2002) mendefinisikan *self-disclosure* sebagai bentuk komunikasi yang melibatkan berbagi informasi pribadi yang biasanya dirahasiakan, tetapi disampaikan kepada orang lain. Informasi yang diungkapkan dalam *self-disclosure* umumnya bersifat pribadi atau tidak diketahui banyak orang dan bukan sekedar membagikan sesuatu yang sulit dipahami. Sehingga, informasi yang diberikan dalam *self-disclosure* harus dapat diterima dan

dipahami oleh pihak lain. *Self-disclosure* sendiri mencakup beberapa aspek, yaitu *amount self-disclosure*, *valence self-disclosure*, *accuracy/honesty*, *intention* dan *intimacy* (Devito, 2002). Dalam konteks media sosial, *self-disclosure* dapat terlihat melalui perilaku membagikan pengalaman pribadi, pikiran, perasaan, aktivitas sehari-hari, maupun informasi mengenai hubungan interpersonal kepada audiens. *Self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram dapat muncul dalam berbagai bentuk. Sebagian remaja dapat mengungkapkan pengalaman atau emosi pribadi secara mendalam, sementara remaja lainnya banyak juga yang membagikan aktivitas sehari-hari, pengalaman sosial, maupun kebersamaan dengan teman. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa perilaku *self-disclosure* tidak selalu muncul dalam bentuk yang sama dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. (Devito, 2002) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* yaitu budaya, jenis kelamin, audiens, topik dan kepribadian.

Kepribadian adalah perpaduan yang utuh antara sikap, sikap, pola pikir, emosi, serta juga nilai-nilai yang mempengaruhi individu tersebut agar berbuat sesuatu yang benar sesuai dengan lingkungannya (Rahma Amalia & Ediyono, 2023). Salah satu pendekatan yang paling banyak digunakan untuk memahami kepribadian adalah *Big Five Personality* yang dikembangkan (McCrae & Costa, 2003). Menurut (McCrae & Costa, 2003), *Big Five Personality* ini terdiri atas lima dimensi yaitu *neuroticism*, *extraversion*,

openness to experience, *agreeableness*, dan *conscientiousness*. Penelitian ini secara khusus berfokus pada dimensi *agreeableness* karena karakteristiknya berkaitan erat dengan hubungan interpersonal. *Agreeableness* menggambarkan kecenderungan individu untuk membangun hubungan yang harmonis dengan orang lain. (Sukeni et al., 2018) berpendapat, *agreeableness* merupakan salah satu dari lima ciri kepribadian yang utama dalam *Big Five Personality* yang mengukur sejauh mana seseorang dianggap murah hati, hangat, ramah dan baik hati. (Fitri Iasya & Laksmiwati, 2024) berpendapat bahwa individu yang memiliki *agreeableness* ialah mereka yang menunjukkan sikap individu yang ramah, murah hati, suka mengalah, rendah hati dan menghindari konflik.

Menurut (McCrae & Costa, 2003) ; (Nanda et al., 2020) *agreeableness* (kebaikan hati) merupakan bagian dari suatu sistem motivasional seseorang yang berasal dari proses regulasi diri dimana seseorang terdorong untuk mendapatkan keintiman, persatuan, dan solidaritas dengan kelompoknya. *Agreeableness* (kebaikan hati) juga disebut sebagai *social adaptability*, menunjukan orang yang murah hati, ramah, rendah hati, suka mengalah, menghindari konflik dan memiliki kecenderungan untuk mengikuti orang lain. Individu dengan tingkat *agreeableness* yang tinggi cenderung memiliki karakteristik seperti mudah percaya terhadap orang lain, kooperatif, altruistic, ramah, toleran, serta peduli terhadap orang lain (McCrae & Costa, 2003). Karakteristik tersebut secara

teoritis berkaitan dengan perilaku *self-disclosure*. Sifat *trust* misalnya, dapat membuat individu merasa lebih nyaman untuk mempercayai orang lain dan mengungkapkan informasi secara lebih terbuka. Sementara itu, penyesuaian terhadap hubungan interpersonal dan keintiman mampu mendorong individu untuk melakukan pengungkapan diri sebagai bagian dari proses membangun hubungan sosial.

Hubungan antara *agreeableness* dan *self-disclosure* ini juga didukung oleh penelitian terdahulu. (Diri Kamulyan & Karema Sarajar, 2025) menemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara *agreeableness* dengan *self-disclosure* pada pengguna media sosial. Penelitian (Saraswati, 2022) juga menunjukan bahwa trait *agreeableness* memiliki hubungan yang positif dan signifikan antara *agreeableness* dengan *self-disclosure* pada pengguna Instagram. Temuan tersebut juga diperkuat oleh penelitian internasional, yang dilakukan oleh (Alwahaishi et al., 2024) yang menunjukan bahwa *agreeableness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengungkapan pribadi di media sosial. Meskipun penelitian terdahulu menunjukan adanya keterkaitan antara kepribadian *agreeableness* dan *self-disclosure*, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara *agreeableness* dan *self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *self-*

disclosure pada remaja pengguna media sosial Instagram.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain koelasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel tipe kepribadian *agreeableness* sebagai variabel bebas dan *self-disclosure* sebagai variabel terikat. Subjek penelitian ini berjumlah 417 remaja pengguna media sosial Instagram yang berada pada rentang usia 15-18 tahun. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria merupakan remaja berusia 15-18 tahun dan memiliki akun Instagram yang aktif.

Tabel 1.1

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
15	51	12,2%
16	86	20,6%
17	138	33,1%
18	142	34,1%
Total	417	100%

Berdasarkan karakteristik responden, sebanyak 51 responden berusia 15 tahun, 86 responden berusia 16 tahun, 138 responden berusia 17 tahun, dan 142 responden berusia 18 tahun.

Tabel 1.2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	169	40,5%
Perempuan	248	59,5%
Total	417	100%

Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 169 laki-laki dan 248 perempuan. Sebanyak 38 responden berada pada jenjang SMP dan 379 responden

berada pada jenjang SMA/SMK atau Sederajat. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala *self-disclosure* berdasarkan teori Devito dan skala *agreeableness* berdasarkan teori *Big Five Personality* dari (McCrae & Costa, 2003). Skala *self-disclosure* terdiri atas aspek *amount*, *valence*, *accuracy/honesty*, *intention*, dan *intimacy*. Skala *agreeableness* mencakup aspek *trust*, *straightforwardness*, *altruism*, *compliance*, *modesty*, dan *tender-mindedness*. Uji validitas dilakukan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* dengan kriteria item valid apabila memiliki nilai koefisien $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2023) dan uji reliabilitas menggunakan uji *internal consistency* dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach's* dengan memiliki nilai minimal $\alpha \geq 0,7$ atau lebih (Sugiyono, 2023). Setelah uji validitas, terdapat 23 aitem valid pada skala *self-disclosure* dengan reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,946 dan 25 aitem valid pada skala *agreeableness* dengan reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,872.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 26. Uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, data akan dianggap normal apabila klasifikasi skor menunjukkan tingkat signifikansi $p > 0,05$. Sebaliknya, jika klasifikasi skor menunjukkan angka $p < 0,05$, data akan dianggap tidak normal (Sugiyono, 2023). Setelah dilakukan uji normalitas, hasil menunjukkan data tidak berdistribusi normal ($p < 0,05$). Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan korelasi *Spearman*

Rank. Selain itu dilakukan analisis tambahan menggunakan *Mann-Whitney* untuk membandingkan dua kelompok dan *Kruskal-Wallis* untuk membandingkan lebih dari dua kelompok berdasarkan karakteristik demografis responden.

HASIL PENELITIAN

Penelitian melibatkan 417 responden remaja pengguna Instagram berusia 15-18 tahun. Mayoritas responden berusia 18 tahun (34,1%), diikuti usia 17 tahun (33,1%), 16 tahun (20,6%), dan 15 tahun (12,2%). Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan (59,5%), sedangkan laki-laki sebesar 40,5%. Berdasarkan pendidikan, 90,9% responden berada pada jenjang SMA/SMK atau Sederajat dan 9,1% berada pada jenjang SMP.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		417
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	19.59506390
Most Extreme Differences	Absolute	.127
	Positive	0.50
	Negative	-.127
Test Statistics		.127
Asymp. Sig. (2-Tailed)		.000 ^c

Hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), sehingga data dinyatakan tidak terdistribusi dengan normal. Oleh karena itu, pengujian hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dan *self-disclosure* dilakukan menggunakan korelasi *Spearman Rank*.

Correlations

		Self-Disclosure	Agreeableness
Spearman rho's	Correlation Coefficient	1.000	.470**
	Sig. 2 Tailed	.	.000
	N	417	417
Agreeableness	Correlation Coefficient	.470**	1.000
	Sig. 2 Tailed	.000	.
	N	417	417

Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi *Spearman* sebesar 0,470 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian, terdapat hubungan positif dan signifikan antara tipe kepribadian *agreeableness* dan *self-disclosure* pada remaja pengguna media sosial Instagram. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa peningkatan tingkat *agreeableness* diikuti dengan peningkatan kecenderungan *self-disclosure*. Perhitungan koefisien determinasi menghasilkan nilai sebesar 22,09%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi skor *self-disclosure* dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh variasi *agreeableness* sebesar 22,09%, sedangkan 77,91% lainnya berkaitan dengan faktor lain di luar variabel yang diteliti. Sebagai analisis tambahan, ditemukan adanya perbedaan tingkat *self-disclosure* dan *agreeableness* berdasarkan jenis kelamin dan usia. Sebaliknya, tidak ditemukan perbedaan yang signifikan pada kedua variabel berdasarkan riwayat pendidikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa karakteristik demografis tertentu dapat berkaitan dengan variasi tingkat *agreeableness* dan *self-disclosure* pada responden penelitian.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *self-disclosure* pada remaja pengguna media sosial Instagram, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,470 dan signifikansi $p < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *agreeableness* yang dimiliki oleh remaja, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan *self-disclosure* melalui Instagram. Sebaliknya, remaja dengan tingkat *agreeableness* yang lebih rendah cenderung menunjukkan tingkat *self-disclosure* yang lebih rendah juga. Hubungan tersebut dapat dipahami melalui karakteristik *agreeableness* yang berkaitan dengan cara individu membangun dan mempertahankan hubungan interpersonal. Individu dengan tingkat *agreeableness* tinggi cenderung memiliki sifat percaya, kooperatif, altruistic, ramah dan berorientasi pada hubungan yang harmonis. Karakteristik tersebut dapat membuat individu lebih nyaman dalam berinteraksi dan membangun kedekatan dengan orang lain. Dalam konteks Instagram, kecenderungan tersebut dapat tercermin melalui kesediaan remaja untuk membagikan pikiran, perasaan, pengalaman, maupun informasi pribadi kepada lingkungan sosialnya.

Temuan penelitian juga dapat dijelaskan berdasarkan teori *self-disclosure* menurut (Devito, 2002). Salah satu faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* adalah kepribadian. Karakteristik *trust* pada *agreeableness* dapat berkaitan dengan aspek

accuracy/honesty dalam *self-disclosure* karena individu yang memiliki kepercayaan terhadap orang lain dapat merasa lebih nyaman untuk mengungkapkan informasi secara terbuka. Selain itu, karakteristik yang berorientasi pada hubungan interpersonal dapat berkaitan dengan aspek *intimacy* karena pengungkapan diri dapat menjadi salah satu cara untuk membangun dan mempertahankan kedekatan dengan orang lain. Pada masa remaja, kebutuhan untuk membangun hubungan sosial dan memperoleh penerimaan dari lingkungan juga menjadi salah satu konteks yang dapat memperkuat perilaku tersebut. Menurut (Hurlock, 1990) masa remaja merupakan masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa ditandai dengan berkembangnya kematangan mental, sosial, emosional, dan fisik. Menurut (Hurlock, 1990; Faizatin Nabila, 2022) pada fase ini masa remaja ditandai dengan berbagai tugas perkembangan yang perlu dicapai individu. Remaja diharapkan mampu menjalin hubungan yang lebih matang dengan teman sebaya serta memahami dan menjalankan peran sebagai laki-laki maupun perempuan sesuai norma sosial. Instagram kemudian dapat menjadi salah satu ruang yang digunakan untuk mengekspresikan diri, memperoleh respons sosial, serta membangun hubungan dengan teman sebaya. Dengan demikian, *self-disclosure* melalui Instagram dapat menjadi salah satu bentuk eksplorasi identitas sekaligus komunikasi interpersonal bagi remaja.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Diri Kamulyan & Karema Sarajar, 2025) yang menemukan hubungan positif dan signifikan antara *agreeableness* dengan *self-disclosure* pada pengguna media sosial. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati, 2022) yang menunjukkan bahwa trait *agreeableness* memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan *self-disclosure* pada pengguna Instagram. Pada penelitian internasional, (Alwahaishi et al., 2024) menemukan bahwa *agreeableness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *personal information disclosure* di media sosial ($\beta = 0,185$; $t = 2,492$; $p = 0,013$). Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa *agreeableness* merupakan salah satu karakteristik kepribadian yang relevan dalam memahami kecenderungan individu melakukan pengungkapan informasi pribadi di lingkungan digital. Nilai koefisien determinasi sebesar 22,09% menunjukkan bahwa *agreeableness* memiliki kontribusi terhadap variasi *self-disclosure*, sedangkan 77,91% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun *agreeableness* memiliki hubungan yang signifikan dengan *self-disclosure*, perilaku pengungkapan diri tidak hanya ditentukan oleh satu karakteristik kepribadian. Faktor lain seperti *self-esteem*, *self-control*, *self-confidence*, audiens, topik, budaya maupun karakteristik penggunaan media sosial

dapat menjadi pertimbangan dalam penelitian berikutnya.

Analisis tambahan menunjukkan adanya perbedaan *self-disclosure* dan *agreeableness* berdasarkan jenis kelamin dan usia, sedangkan riwayat Pendidikan tidak menunjukkan perbedaan signifikan. Pada jenis kelamin, responden laki-laki memiliki nilai *mean rank self-disclosure* dan *agreeableness* yang lebih tinggi dibandingkan responden perempuan. Pada kelompok usia, terdapat perbedaan signifikan baik pada *self-disclosure* maupun *agreeableness*. Temuan tersebut dapat dipahami sebagai indikasi bahwa perkembangan usia dan karakteristik demografis tertentu dapat berkaitan dengan variasi perilaku maupun karakteristik kepribadian. Namun, analisis tersebut merupakan analisis tambahan atau temuan lainnya dalam penelitian ini sehingga tidak mengubah temuan utama penelitian mengenai hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dan *self-disclosure* pada remaja pengguna media sosial Instagram. Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat temuan bahwa karakteristik kepribadian, khususnya *agreeableness*, memiliki keterkaitan dengan perilaku *self-disclosure* pada remaja di media sosial. Hubungan positif yang ditemukan menunjukkan bahwa karakteristik seperti kepercayaan, keramahan, kepedulian, dan orientasi terhadap hubungan interpersonal dapat menjadi bagian penting dalam memahami kecenderungan remaja mengungkapkan dirinya melalui Instagram.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *self-disclosure* pada remaja pengguna media sosial Instagram. Nilai korelasi Spearman sebesar 0,470 dengan $p < 0,05$ menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *agreeableness* maka semakin tinggi pula kecenderungan *self-disclosure* pada remaja pengguna Instagram. Koefisien determinasi sebesar 22,09% menunjukkan bahwa *agreeableness* berkaitan dengan variasi *self-disclosure* sebesar 22,09%, sedangkan 77,91% berkaitan dengan faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian menunjukkan pentingnya mempertimbangkan karakteristik kepribadian dalam memahami perilaku pengungkapan diri remaja di media sosial. Oleh karena itu, remaja diharapkan dapat melakukan pengungkapan diri secara lebih bijaksana dengan tetap memperhatikan batasan privasi dan dampak informasi yang dibagikan. Orang tua, pendidik, dan pihak sekolah dapat memberikan pendampingan melalui penguatan karakter, literasi digital, keterampilan sosial, serta komunikasi yang sehat agar remaja mampu melakukan pengungkapan diri secara bertanggung jawab.

REFERENSI

Alwahaishi, S., Al-Ahmadi, M. S., Ali, Z., & Al-Jabri, I. (2024). Self-Disclosure on Social

- Media: Do Personality Traits Matter? *SAGE Open*, 14(2).
- Devito, J. A. (2002). *Essentials of Human Communication*.
- Diri Kamulyan, A., & Karema Sarajar, D. (2025). *Hubungan Tipe Kepribadian Agreeableness dengan Self Disclosure di Dalam Media Sosial Pada Dewasa Awal*.
- Faizatin Nabila, S. (2022). *Perkembangan Remaja Adolescence*.
- Fitri Iasya, A., & Laksmiwati, H. (2024). *Hubungan antara Kualitas Persahabatan dan Agreeableness dengan Forgiveness pada Mahasiswa The Relationship between Quality of Friendship and Agreeableness with Forgiveness to Students*.
- Hurlock, E. B. (1990). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi ke-5)*.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *Personality in Adulthood: A Five-Factor Theory Perspective*.
- Nanda, E. M., Dewinda, H. R., & Syahrina, I. A. (2020). Hubungan Antara Kepribadian Agreeableness Dengan Kinerja Karyawan Di Pt. Haleyora Power Singkarak Sumatera Barat. *Psyche 165 Journal*, 13(1).
- Rahma Amalia, A., & Ediyono, S. (2023). *Kepribadian Manusia dalam Perspektif Filsafat*.
- Saraswati, P. A. A. (2022). Hubungan Antara Big Five Personality Dengan Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 183–194.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sukenik, S., Reizer, A., & Koslovsky, M. (2018). Direct and Indirect Effects of Agreeableness on Overconfidence. *Journal of Individual Differences*, 39(3), 174–181.