HUBUNGAN ANTARA *INTERPERSONAL TRUST* DENGAN *SELF-PERCEIVED AUTHENTICITY* MAHASISWA UIN MALANG

S K R I P S I

Oleh :

Fitra Aulia Kariim

NIM 20040110042

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

HALAMAN JUDUL

HUBUNGAN ANTARA *INTERPERSONAL TRUST* DENGAN *SELF-PERCEIVED AUTHENTICITY* MAHASISWA UIN MALANG

SKRIPSI

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

Fitra Aulia Kariim

NIM. 200401110042

FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG 2025

LEMBAR PERSETUJUAN

HUBUNGAN ANTARA *INTERPERSONAL TRUST* DENGAN *SELF-PERCEIVED AUTHENTICITY* MAHASISWA UIN MALANG

SKRIPSI

Oleh Fitra Aulia Kariim

NIM. 200401110042

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing	**Tanda Tangan Persetujuan**	**Tanggal Persetujuan**
Dr. Yulia Sholichatun, M.Si NIP. 197007242005012003	Yulia	14 -05-2025

Malang, 14 Mei 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Yusuf Ratu Agung, M.A

NIP. 198010202015031002

HUBUNGAN ANTARA *INTERPERSONAL TRUST* DENGAN *SELF-PERCEIVED AUTHENTICITY* MAHASISWA UIN MALANG

SKRIPSI

Oleh:

FITRA AULIA KARIIM (200401110042)

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji Skripsi dalam Majelis Sidang Skripsi Pada tanggal... 16 ... juni ... 2025

Dosen Pembimbing	**Tanda Tangan Persetujuan**	**Tanggal Persetujuan**
Sekretaris Penguji NURUL HIKMAH, M.Pd NIP. 19880808201802012217		17 juni 2025
Ketua Penguji Dr. YULIA SHOLICHATUN, M.Si NIP. 197007242005012003		18 juni 2025
Penguji Utama Prof. Dr. H. ACHMAD KHUDORI SOLEH, M.Ag NIP. 196811242000031001		17 juni 2025

Disahkan oleh,

Dekan,

Prof. Dr. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog

NIP. 197611282002122200

NOTA DINAS

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang

Assalamualaikum wr wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi yang berjudul:

HUBUNGAN ANTARA *INTERPERSONAL TRUST* DENGAN *SELF-PERCEIVED AUTHENTICITY* MAHASISWA UIN MALANG

Yang ditulis oleh:

Nama : Fitra Aulia Kariim

NIM : 200401110042

Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diajukan dalam Sidang Ujian Skripsi.

Wassalamualaikum wr.wb

Malang, 14 Mei 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Yulia Sholichatun, M.Si

NIP 197007242005012003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitra Aulia Kariim

NIM : 200401110042

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **"Hubungan Antara *Interpersonal Trust* Dengan *Self-Perceived Authenticity* Mahasiswa UIN Malang"**, adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika di kemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapat sanksi.

Malang, 14 Mei 2025

Penulis

Fitra Aulia Kariim

NIM. 200401110042

MOTTO

“Kesalahan seseorang adalah bukti dia hidup, karena itulah kau bisa bekerja sekeras mungkin untuk mencapai sesuatu, tapi pelajaran terbaikmu adalah dari kesalahan yang dialami”

— Gorou Kase - バーテンダー 神のグラス

"Menjadi diri sendiri adalah keberanian terbesar. Dan kepercayaan adalah ruang di mana keberanian itu tumbuh.“

— Fitra Aulia Kariim

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Esa berkat segenap anugerah dan doa dari orang tua serta orang-orang terdekat saya yang teramat saya cintai, pada waktu yang telah digariskan skripsi ini selesai tepat waktu dengan baik.

Oleh sebab itu, dengan bahagia saya ucapkan syukur dan terima kasih kepada: Pertama, Allah Subhanahu Wa Ta'ala Yang Maha Mengetahui dan Maha Mendengar doa hambanya, tiada henti syukur ini terucap berkat rahmat kesehatan, kekuatan dan kemampuan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Kedua, terima kasih banyak kepada orang tua dan keluarga saya yang selalu memberi dukungan penuh dan doa yang teriring di setiap langkah perjalanan menimba ilmu. Khususnya kepada Almarhumah Ibu saya yang merupakan sosok yang tak tergantikan. Meski raganya telah tiada, setiap doa dan pengorbanannya masih hidup dalam setiap langkah yang saya ambil hingga hari ini. Semoga setiap kata dalam karya ini menjadi doa yang sampai ke keabadian, dan semoga Allah SWT senantiasa melapangkan tempat peristirahatan Almarhumah Ibu, mengampuni segala khilafnya, serta menempatkannya di sisi-Nya yang paling mulia. Terima kasih, Ibu, atas segala cinta yang tak akan pernah selesai saya tuliskan.

Tak lupa, dengan penuh rasa hormat dan cinta, saya juga mempersembahkan karya ini untuk Bapak saya yang tercinta yang meneruskan amanat Almarhumah Ibu dengan sepenuh jiwa. Dalam diamnya, Bapak menanamkan kekuatan. Dalam setiap tindak tanduknya, Bapak menunjukkan kebijaksanaan dan keikhlasan yang tak ternilai. Terima kasih, Bapak, telah menjadi cahaya penuntun dan bayang pelindung dalam hidup kami. Semoga kesehatan dan keberkahan selalu menyertai setiap hari-hari Bapak.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa berkat segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul "**Hubungan Antara *Interpersonal Trust* Dengan *Self-Perceived Authenticity* Mahasiswa UIN Malang".**

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada Program Studi Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pada dasarnya, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan di dalamnya, oleh sebab itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik dan masukan untuk membangun dari semua pihak demi pengembangan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari kontribusi dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa terima kasih dan hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat, sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Dengan ini, penulis menyampaikan terima kasih secara khusus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yulia Sholichatun, M.Si; Prof. Dr. H. Achmad Khudori Soleh, M.Ag; dan Ibu Nurul Hikmah, M.Pd selaku Dosen Wali dan Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Orang Tua saya yang mencintai sekaligus merawat saya sejak lahir hingga sekarang dan doanya tak pernah terputus untuk puteranya ini.
5. Keluarga saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya untuk menjalani proses studi dengan sebaik mungkin.
6. Segenap dosen Fakultas Psikologi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang serta kepada seluruh staff bagian akademik, bagian umum, staff perpustakaan dan staff layanan lainnya atas pelayanan yang terbaik selama ini.

7. Semua Kyai dan Guru saya di Ponpes. Darul Ulum Jombang yang memberikan bekal baik ilmu ataupun doa yang tak ternilai harganya hingga saat ini.
8. Semua Kyai dan Guru saya di Ponpes. Anwarul Huda Malang yang memberikan bekal baik ilmu maupun doa kepada saya ketika awal masa perkuliahan di Malang.
9. Keluarga besar Kelas Psychology A yang membersamai saya dari masa awal kuliah hingga masa akhir perkuliahan.
10. Keluarga besar LSO Peer Counseling Oasis yang membersamai proses berkembang dan belajar saya, serta memberi dukungan sebaya yang begitu luar biasa.
11. Keluarga besar Laboratorium Psikodiagnostik dan Alat ukur yang membersamai selama setahun.
12. Kekasih saya, Alzena Zileiha Cyrilla, yang menjadi satu pendukung terbesar saya dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
13. Keluarga Sekargeni Studio yang selalu memberikan saya dukungan serta tempat untuk pulang.
14. Keluarga besar Ponpes. Tidar Permai yang menemani proses saya selama tinggal di Malang.
15. Band maupun Musisi yang menciptakan dan menyanyikan lagu yang selalu menemani saya termasuk Hindia, .Feast, Lomba Sihir, Nadin Amizah, Banda Neira, Sal Priadi, Nostress, Float, Fourtwenty, Kunto Aji, dan juga Efek Rumah Kaca.
16. Semua pihak yang telah mendukung penulis, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Akhir kata diucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia keilmuan khususnya psikologi.

Malang, 14 Mei 2025

Peneliti,

Fitra Aulia Kariim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
SKRIPSI ..... **iii**
NOTA DINAS ..... **iv**
SURAT PERNYATAAN ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
ABSTRAK ..... **xvi**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 15
C. Tujuan 16
D. Manfaat Penelitian 16
BAB II **18**
KAJIAN TEORI **18**
A. Self-perceived authenticity 18
1. Pengertian *Self-perceived authenticity* 18
2. Teori-Teori *Self-perceived authenticity* 20
3. Aspek-Aspek *Self-perceived authenticity* 27
4. Karakteristik *Self-perceived authenticity* 29
5. Faktor yang mempengaruhi *Self-perceived authenticity* 30
6. *Self-perceived authenticity* Menurut Perspektif Islam 32
B. Interpersonal trust (Kepercayaan Interpersonal) 36
1. Pengertian *Interpersonal trust* 36

2. Teori-Teori *Interpersonal trust* 38
3. Aspek-Aspek *Interpersonal trust* 41
4. Faktor yang mempengaruhi *Interpersonal trust* 42
5. Dimensi *Interpersonal trust* 44
6. *Interpersonal trust* Menurut Perspektif Islam 45

C. Hubungan Antara *Interpersonal trust* dengan *Self-perceived authenticity* 47

D. Kerangka Konseptual 49

E. Hipotesis Penelitian 50

BAB III 51

METODE PENELITIAN 51

A. Rancangan Penelitian 51

B. Identifikasi Variabel 54

1. Variabel Bebas (X) 54
2. Variabel Terikat (Y) 54

C. Definisi Operasional 55

1. *Self-perceived authenticity* 55
2. *Interpersonal Trust* 56

D. Subjek Penelitian 56

1. Populasi 56
2. Sampel 57
3. Teknik Pengambilan Sampel 58

E. Teknik Pengumpulan Data 60

F. Instrumen Penelitian 61

1. Alat ukur *Self-perceived authenticity* 62
2. Alat ukur *Interpersonal trust* 63

G. Validasi dan Estimasi Reliabilitas 66

1. Validasi 66
2. Estimasi Reliabilitas 67

H. Teknik Analisis Data 68

1. Analisis Data Kuantitatif 68
2. Analisis Data Kualitatif 73

BAB IV 75
HASIL & PEMBAHASAN 75
A. Hasil Penelitian 75
1. Tingkat *Interpersonal Trust* pada Mahasiswa UIN Malang 75
2. Tingkat *Self-Perceived Authenticity* pada Mahasiswa UIN Malang .. 78
3. Hubungan *Interpersonal Trust* dengan *Self-Perceived Authenticity* .. 82
4. Faktor yang mempengaruhi Hubungan antara *Interpersonal Trust* dan *Self-Perceived Authenticity* berdasarkan Data Kualitatif 86
B. Pembahasan 112
1. Tingkat *Interpersonal Trust* pada Mahasiswa UIN Malang 114
2. Tingkat *Self-Perceived Authenticity* pada Mahasiswa UIN Malang 115
3. Hubungan *Interpersonal Trust* dengan *Self-Perceived Authenticity* 118
4. Faktor yang mempengaruhi Hubungan antara *Interpersonal Trust* dan *Self-Perceived Authenticity* berdasarkan Data Kualitatif 120
BAB V 127
PENUTUP 127
A. Kesimpulan 127
B. Saran 130
DAFTAR PUSTAKA 133
LAMPIRAN 141

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Skala Sikap Model *Likert* **61**
Tabel 3.2 *Blueprint* Skala *Self-perceived authenticity* **62**
Tabel 3.3 Spesifikasi Instrumen Skala *Self-perceived authenticity* **63**
Tabel 3.4 *Blueprint* Skala *Interpersonal trust* **64**
Tabel 3.5 Spesifikasi Instrumen Skala *Interpersonal trust* **65**
Tabel 3.6 Rumus Kategorisasi **70**
Tabel 4.1 Validitas *Skala Interpersonal trust* **75**
Tabel 4.2 *Reliabilitas Alat Ukur Interpersonal Trust* **75**
Tabel 4.3 Deskripsi Statistik Skala *Interpersonal trust* **76**
Tabel 4.4 Validitas Skala *Self-Perceived Authenticity* **79**
Tabel 4.5 *Reliabilitas Alat Ukur Self-Perceived Authenticity* **80**
Tabel 4.6 Deskripsi Statistik *Skala Self-Perceived Authenticity* **81**
Tabel 4.7 Uji Normalitas **83**
Tabel 4.8 Uji Linearitas ANOVA **84**
Tabel 4.9 Uji Hipotesa **85**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual 50
Gambar 3.1 Ilustrasi Reduksi Data..... 73
Gambar 3. 2 Ilustrasi Data Display..... 74
Gambar 3.3 Ilustrasi Proses Analisis Data model Miles & Huberman 74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1, Skala Penelitian..... 142
Lampiran 2, Data Responden (Tahun Masuk UIN, Gender, Jurusan) 149
Lampiran 3, Skor Kuisioner Responden & Kategorisasi..... 153
Lampiran 4, Logbook & Panduan Wawancara..... 163
Lampiran 5, Informed Consent Responden Wawancara..... 169
Lampiran 6, Verbatim Wawancara 173
Lampiran 7, Hasil Uji Validitas Variabel..... 185
Lampiran 8, Tabel Kode Penamaan Responden..... 187
Lampiran 9, Tabel Hasil Data Display..... 188

ABSTRAK

Kariim, F. A. (2025). Hubungan antara *Interpersonal Trust* dengan *Self-Perceived Authenticity* Mahasiswa UIN Malang. Skripsi. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
Pembimbing : Dr. Yulia Sholichatun, M.Si, Psikolog
Kata Kunci : *Interpersonal Trust, Self-Perceived Authenticity*, Mahasiswa UIN Malang

Menurut Wood et al. (2008), *Self-Perceived Authenticity* adalah sejauh mana individu merasa bahwa tindakan, pemikiran, dan perasaannya selaras dengan jati diri sejatinya. Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi keaslian diri adalah *Interpersonal Trust* atau kepercayaan interpersonal, yaitu keyakinan bahwa orang lain dapat dipercaya dalam interaksi sosial (Mayer et al., 1995). *Interpersonal trust* menciptakan rasa aman psikologis yang memungkinkan individu lebih terbuka, jujur, dan mampu menampilkan diri apa adanya (Devito, 2011). Dalam konteks mahasiswa Generasi Z yang sangat akrab dengan media sosial, kedua konsep ini menjadi penting karena tekanan digital kerap mengaburkan keaslian diri (Twenge, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *Interpersonal Trust*, tingkat *Self-Perceived Authenticity*, hubungan antara keduanya pada mahasiswa UIN Malang, serta Faktor yang mempengaruhi Hubungan antara Interpersonal Trust dan Self-Perceived Authenticity berdasarkan Data Kualitatif. Penelitian menggunakan pendekatan Mix-Method, dengan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 167 mahasiswa, serta metode kualitatif melalui wawancara mendalam kepada lima partisipan terpilih. Instrumen penelitian menggunakan skala *Interpersonal Trust* dan skala *Self-Perceived Authenticity* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data kuantitatif menggunakan uji normalitas, uji linearitas, dan analisis regresi linear sederhana, sedangkan data kualitatif dianalisis menggunakan model Miles & Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Tingkat *Interpersonal Trust* mahasiswa UIN Malang berada pada kategori sedang sebanyak 66,47%, (2) Tingkat *Self-Perceived Authenticity* juga berada pada kategori sedang sebanyak 59,28%, (3) Terdapat hubungan positif signifikan antara *Interpersonal Trust* dengan *Self-Perceived Authenticity* ($p = 0{,}000$; $R = 0{,}235$), (4) Hasil kualitatif mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi hubungan kepercayaan interpersonal dan *Self-Perceived Authenticity* yaitu pengalaman masa lalu, pengaruh media sosial, dukungan sosial, dan kepribadian mempengaruhi dinamika hubungan ini yang membantu individu lebih nyaman menjadi diri sendiri, serta mampu menolak pengaruh eksternal yang tidak selaras dengan nilai pribadi.

Penelitian ini menegaskan pentingnya *interpersonal trust* dalam mendukung keaslian diri mahasiswa di era digital, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan intervensi psikologis guna memperkuat kesejahteraan psikologis Generasi Z.

ABSTRACT

Kariim, F. A. (2025). *The Relationship between Interpersonal Trust and Self-Perceived Authenticity among UIN Malang Students*. *Undergraduate Thesis*. *Faculty of Psychology*, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
Advisor : Dr. Yulia Sholichatun, M.Si, Psikolog
Keywords : *Interpersonal Trust, Self-Perceived Authenticity, UIN Malang Students*

According to Wood et al. (2008), Self-Perceived Authenticity refers to the extent to which individuals perceive their thoughts, feelings, and behaviors as aligned with their true selves. One factor believed to influence authenticity is Interpersonal Trust, which reflects the belief that others can be relied upon in social interactions (Mayer et al., 1995). Interpersonal trust fosters psychological safety, allowing individuals to be more open, genuine, and capable of expressing their authentic selves without fear of negative judgment (Devito, 2011). In the context of Generation Z students who are highly immersed in social media, these two constructs are particularly relevant, as digital pressures often blur the line between authentic self-expression and socially constructed personas (Twenge, 2017).

This study aims to examine the levels of Interpersonal Trust, the levels of Self-Perceived Authenticity, the relationship between these two variables among students at UIN Malang, and Factors Influencing the Relationship between Interpersonal Trust and Self-Perceived Authenticity based on Qualitative Data . A Mix-Method approach was employed, combining quantitative data collected from 167 students through standardized questionnaires with qualitative data obtained via in-depth interviews with five selected participants. The research instruments included validated and reliable scales measuring Interpersonal Trust and Self-Perceived Authenticity. Quantitative data were analyzed using normality tests, linearity tests, and simple linear regression, while qualitative data were analyzed through Miles and Huberman's thematic analysis model.

The findings revealed that: (1) The majority of UIN Malang students exhibited a moderate level of Interpersonal Trust (66.47%); (2) The level of Self-Perceived Authenticity was also predominantly moderate (59.28%); (3) There was a significant positive relationship between Interpersonal Trust and Self-Perceived Authenticity ($p = 0.000$; $R = 0.235$), indicating a weak but meaningful correlation. (4) Qualitative results support these findings, indicating that factors influencing the relationship between interpersonal trust and Self-Perceived Authenticity, namely past experiences, social media influence, social support, and personality, influence the dynamics of this relationship, which helps individuals feel more comfortable being themselves, and are able to reject external influences that are not in line with personal values.

This study underscores the critical role of interpersonal trust in enhancing self-authenticity among university students in the digital age and offers valuable insights for the development of psychological interventions aimed at promoting psychological well-being among Generation Z.

مستخلص البحث

كريم، فطر أوليا. (2025). العلاقة بين الثقة المتبادلة والإحساس بالذات الحقيقية لدى طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج. بحث التخرج. كلية علم النفس، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

المشرفة: الدكتورة يوليا صالحة، الماجستير في علم النفس

الكلمات الأساسيات : الثقة المتبادلة، الإحساس بالذات الحقيقية، طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم

يشير وود وآخرون (2008) إلى أن الإحساس بالذات الحقيقية هو مدى شعور الفرد بأن أفكاره ومشاعره وسلوكياته تتماشى مع قيمه وهويته الحقيقية. ومن العوامل التي يُعتقد أنها تؤثر على هذه الأصالة هي الثقة المتبادلة، أي إيمان الفرد بأن الآخرين يمكن الوثوق بهم في التفاعل الاجتماعي (ماير وآخرون، 1995). فالثقة المتبادلة تخلق شعوراً بالأمان النفسي يمكّن الأفراد من الانفتاح والصدق والقدرة على التعبير عن أنفسهم على حقيقتهم دون خوف من الأحكام السلبية (ديفيتو، 2011). وفي سياق طلاب الجيل زد الذين يعيشون في بيئة رقمية مكثفة، تكتسب هذه المفاهيم أهمية خاصة نظراً للضغوط الرقمية التي قد تشوّه أصالة الذات (تووينجي، 2017).

يهدف هذا البحث إلى معرفة مستوى الثقة المتبادلة ومستوى الإحساس بالذات الحقيقية، وكذلك دراسة العلاقة بينهما لدى طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم ،والعوامل المؤثرة على العلاقة بين الثقة الشخصية والأصالة المدركة ذاتيًا استنادًا إلى البيانات النوعية. استخدم البحث منهجاً مختلطاً (المنهج الكمي والكيفي)؛ حيث تم جمع البيانات الكمية من خلال استبانة وزعت على 167 طالباً، وتم جمع البيانات الكيفية من خلال مقابلات معمقة مع خمسة مشاركين مختارين. وقد تم استخدام أدوات بحثية صالحة وموثوقة لقياس متغيري الثقة المتبادلة والإحساس بالذات الحقيقية. وتم تحليل البيانات الكمية باستخدام اختبار التوزيع الطبيعي، واختبار الخطية، وتحليل الانحدار الخطي البسيط، بينما تم تحليل البيانات الكيفية باستخدام نموذج مايلز وهوبرمان.

أظهرت النتائج أن: (1) مستوى الثقة المتبادلة لدى الطلاب كان ضمن الفئة المتوسطة بنسبة 66.47%، (2) وكان مستوى الإحساس بالذات الحقيقية أيضاً في الفئة المتوسطة بنسبة 59.28%، (3) وتبين وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الثقة المتبادلة والإحساس بالذات الحقيقية($p = 0.000$ ؛ $R = 0.235$) مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط ضعيفة ولكنها مهمة.(4) وقد دعمت النتائج الكيفية هذه النتائج حيث أظهرت أن الثقة المتبادلة تساعد الأفراد على الشعور براحة أكبر في التعبير عن أنفسهم الحقيقيين، وتمكنهم من مقاومة التأثيرات الخارجية التي لا تتوافق مع قيمهم الشخصية.

يؤكد هذا البحث على أهمية الثقة المتبادلة في دعم أصالة الذات لدى الطلاب في العصر الرقمي، كما يسهم في تطوير التدخلات النفسية التي تعزز الرفاه النفسي لجيل زد.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mahasiswa Generasi Z, yang lahir antara 1997-an hingga 2010-an (Wikipedia contributors, 2024), telah menjadi fokus utama dalam berbagai diskusi baru-baru ini karena mereka mulai memasuki dunia kerja dan menjadi konsumen utama. Beberapa karakteristik unik menonjol pada generasi ini, terutama dalam cara mereka berinteraksi dengan teknologi, media sosial, dan isu-isu sosial.

Mahasiswa Gen Z dikenal sebagai generasi yang sangat paham teknologi. Mereka tumbuh dengan akses internet dan perangkat digital, sehingga tidak mengherankan jika media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan mereka. TikTok, Instagram, dan YouTube adalah platform yang paling sering digunakan oleh Mahasiswa, dengan TikTok mengalami peningkatan pesat sebagai sumber informasi dan hiburan (Martin, 2022). Bahkan, 40% dari mereka lebih memilih menggunakan TikTok sebagai mesin pencari daripada Google, menunjukkan pergeseran dalam cara mereka mencari informasi (Howarth, 2022). Laporan audiens *Global Web Index* (2019) menemukan bahwa Gen Z menghabiskan rata-rata 2 jam dan 52 jam menit sehari di jejaring sosial dan media komunikasi *online* (GlobalWebIndex, 2019).

Mahasiswa Gen Z sering berinteraksi secara digital, yang dapat mempengaruhi cara mereka memandang diri sendiri dan orang lain. Interaksi ini

tidak hanya terbatas pada komunikasi, tetapi juga mencakup cara mereka membangun identitas dan relasi sosial. Dengan akses yang mudah terhadap berbagai platform, mereka lebih suka berkomunikasi secara virtual dan cenderung menggunakan gaya komunikasi yang santai, terbuka, dan toleran terhadap perbedaan (Dhea, 2024).

Kebiasaan ini menciptakan lingkungan di mana mereka dapat mengekspresikan diri tanpa batasan, tetapi juga dapat menyebabkan tantangan dalam memahami dan menghargai interaksi tatap muka. Mahasiswa lebih memilih komunikasi yang cepat dan langsung, sering kali melalui pesan singkat atau konten visual, seperti gambar dan video, dibandingkan dengan teks panjang (Husna & Mairita, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa mereka lebih menghargai kecepatan dan efisiensi dalam berkomunikasi, yang dapat mempengaruhi cara mereka menilai hubungan *interpersonal*.

Mahasiswa Gen Z menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap autentisitas. Mereka cenderung lebih kritis terhadap konten yang mereka konsumsi dan lebih menghargai keaslian dibandingkan dengan citra yang dipoles (Brin, 2023). Ini menciptakan standar baru dalam cara mereka memandang orang lain, di mana kejujuran dan transparansi menjadi nilai penting. Dengan demikian, meskipun interaksi digital memberikan kemudahan dalam membangun koneksi, hal ini juga membentuk pandangan mereka terhadap diri sendiri dan orang lain dalam konteks yang lebih kompleks.

Interpersonal trust menjadi penting karena media sosial dapat menciptakan tekanan untuk menampilkan versi ideal diri sendiri bagi Mahasiswa, yang mungkin berbeda dari siapa mereka sebenarnya. Hal ini menyebabkan banyak individu, terutama di kalangan Mahasiswa, merasa terjebak dalam siklus perbandingan sosial yang tidak sehat. Menurut penelitian, "Generasi Z sangat menghargai keaslian dan sering kali merasa tertekan untuk memproyeksikan citra diri yang sempurna di platform digital (Neufeld-Wall, 2023).

Kondisi ini dapat mengakibatkan perasaan ketidakpuasan dan kecemasan, karena mereka berusaha memenuhi ekspektasi yang tidak realistis. Menurut penelitian oleh Arwa (2021), pengguna media sosial sering kali mengalami tekanan untuk menampilkan diri yang sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh lingkungan digital, yang dapat mengganggu kesehatan mental mereka dan menurunkan harga diri (Arwa, 2021). Selain itu, banyak pengguna media sosial menyadari bahwa menampilkan keaslian di platform digital sering kali menjadi tantangan, karena berbagai faktor seperti kesehatan mental, tekanan dari teman sebaya, dan rendahnya harga diri. Ketika mereka terjebak dalam upaya untuk memenuhi ekspektasi yang ditetapkan oleh media sosial, mereka mungkin mengalami kesulitan dalam membangun kepercayaan *interpersonal* yang kuat. Penelitian menunjukkan bahwa *Interpersonal trust* memainkan peran penting dalam hubungan sosial, mempengaruhi bagaimana seseorang mengekspresikan dan memandang keaslian dirinya (Firual & Hariyadi, 2022). Ketidakpastian tentang keaslian diri dapat menghalangi keterbukaan dan kejujuran dalam hubungan,

sehingga menciptakan hambatan dalam membangun hubungan yang sehat dan saling percaya.

Hal ini dapat dilihat dari fenomena awal yang terjadi kepada Mahasiswa di UIN Malang tentang kesadaran mereka perihal *Interpersonal trust.* Mahasiswa di UIN Malang menyadari bahwa *Interpersonal trust* merupakan aspek penting yang dapat mempengaruhi kehidupan mereka di dunia perkuliahan.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti pada Mahasiswa di UIN Malang mengatakan bahwa:

"Kepercayaan interpersonal itu sangat penting, terutama dalam menjaga hubungan di kampus. Saya merasa bahwa kepercayaan dalam hubungan teman atau rekan sangat mempengaruhi kerja sama dan komunikasi di lingkungan kampus. Tapi saya juga merasa bahwa saat ini banyak orang yang lebih berhati-hati dalam memberikan kepercayaan, mungkin karena pengaruh digitalisasi yang membuat kita lebih mudah untuk mengetahui lebih banyak tentang seseorang. Jadi, membangun kepercayaan itu harus selektif, apalagi dengan perbedaan latar belakang yang ada." (Wawancara Nahli Semester IX, Oktober 2024)

Selanjutnya sama dengan hasil wawancara pertama yaitu sebagai berikut:

"Kepercayaan interpersonal itu sangat penting dalam interaksi sehari-hari, apalagi di kampus. Ketika kita bekerja dalam kelompok atau organisasi, kepercayaan antar anggota sangat mempengaruhi hasil kerjasama. Tapi memang, seiring berkembangnya media sosial, kepercayaan antar individu jadi lebih sulit dibangun, karena kita tidak bisa begitu saja percaya tanpa melihat apakah

informasi yang kita terima itu benar atau tidak." (Wawancara Adinda Semester VII, Oktober 2024)

"Kepercayaan itu penting banget. Kalau kita tidak percaya kepada orang lain, kita susah untuk bekerja sama dalam kelompok atau menjalani hubungan sosial dengan baik. Namun, di era digital ini, kita menjadi lebih selektif dalam memilih orang yang bisa dipercaya karena banyaknya informasi yang kita dapatkan dari media sosial, yang sering kali tidak bisa dipercaya sepenuhnya. Itu membuat saya lebih berhati-hati dalam mempercayai orang lain." (Wawancara Apetz Semester IX, Oktober 2024)

"Kepercayaan itu penting banget, karena tanpa itu, hubungan sosial kita jadi gak bisa berkembang dengan baik. Di kampus, kepercayaan itu sangat berpengaruh dalam bagaimana kita bekerja dalam tim dan membangun hubungan dengan teman-teman. Namun, saya merasa bahwa semakin banyak orang yang lebih berhati-hati dalam memberikan kepercayaan karena banyak informasi yang kita dapatkan melalui media sosial yang kadang membingungkan." (Wawancara Nana Semester VII, Oktober 2024)

Hasil wawancara awal terhadap 4 narasumber yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa sangat menyadari pentingnya *Interpersonal trust* dalam kehidupan sosial mereka. Kepercayaan interpersonal dianggap sebagai elemen penting yang memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan teman dan rekan di kampus. Mahasiswa cenderung lebih selektif dalam memilih orang yang mereka percayai, seiring dengan pengaruh kuat media sosial dan pengalaman

mereka di dunia digital. Media sosial, yang memberikan ruang untuk berbagi informasi secara terbuka, sering kali menambah kompleksitas dalam membangun kepercayaan, di mana mereka harus berhati-hati terhadap informasi yang diterima dan dibagikan. Hal ini menuntut mereka untuk lebih waspada dalam berinteraksi, terutama dengan orang yang baru dikenal, yang akhirnya memengaruhi kualitas hubungan sosial dan profesional mereka di lingkungan kampus.

Era digital yang semakin berkembang merupakan tantangan yang dihadapi oleh Mahasiswa dalam membangun hubungan sosial yang sehat menjadi semakin kompleks. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai arena di mana individu berusaha untuk menampilkan citra diri yang ideal. Ketika tekanan untuk menunjukkan versi terbaik dari diri mereka meningkat, banyak individu merasa terjebak dalam siklus perbandingan sosial yang dapat mengganggu kesehatan mental dan harga diri mereka. Hal ini menciptakan kondisi di mana kepercayaan *interpersonal* menjadi sulit untuk dibangun, karena individu merasa terasing dari diri mereka sendiri dan orang lain. Penelitian oleh Twenge (2017) menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z berkorelasi dengan peningkatan tingkat kecemasan dan ketidakpuasan diri, yang pada gilirannya mempengaruhi kemampuan mereka untuk membangun hubungan yang saling percaya (Twenge, 2017).

Aspek *Interpersonal trust* dan keaslian (*authenticity*) saling terkait dalam konteks hubungan sosial, terutama di kalangan Generasi Z. *Interpersonal trust* mencakup dua dimensi penting: *propensity to trust* (kecenderungan untuk mempercayai) dan *other-focused trust* (kepercayaan terhadap orang lain). Ketika

individu memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap orang lain, mereka lebih cenderung untuk mengekspresikan diri mereka secara autentik. Hal ini karena kepercayaan menciptakan lingkungan yang aman, di mana individu merasa nyaman untuk menunjukkan sisi asli mereka tanpa takut akan penilaian atau penolakan. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki kepercayaan *interpersonal* yang kuat cenderung lebih terbuka dalam berinteraksi dan berbagi informasi pribadi, yang pada gilirannya memperkuat keaslian dalam hubungan mereka.

Penghubung antara kedua variabel ini terletak pada bagaimana kepercayaan *interpersonal* dapat memfasilitasi atau menghambat ekspresi keaslian. Dalam konteks media sosial, ketika pengguna merasa tertekan untuk memproyeksikan citra ideal, hal ini dapat mengurangi kepercayaan mereka terhadap orang lain dan diri mereka sendiri. Sebaliknya, ketika seseorang merasa bahwa mereka dapat mempercayai orang lain, mereka lebih mungkin untuk menampilkan diri mereka yang sebenarnya, sehingga meningkatkan keaslian dalam interaksi sosial. Penelitian oleh Devito (2011) menunjukkan bahwa *self-disclosure*—atau pengungkapan diri—merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan *interpersonal*. Ketika individu merasa aman dan percaya pada orang lain, mereka lebih bersedia untuk membuka diri dan berbagi pengalaman serta perasaan mereka, yang pada akhirnya mendukung pembentukan hubungan yang autentik dan bermakna (Arwa, 2021).

Beberapa penelitian lain menunjukkan terdapat dugaan bahwa aspek keterandalan dalam *Interpersonal trust* dapat berhubungan dengan *Authentic Living* dalam konteks keaslian diri. Individu yang merasa bahwa mereka dapat

mengandalkan orang lain mungkin lebih cenderung untuk hidup secara autentik, karena kepercayaan menciptakan ruang yang aman untuk mengekspresikan diri tanpa rasa takut akan penilaian. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat keterandalan yang tinggi dalam hubungan sosial dapat mendorong individu untuk lebih terbuka dan jujur, yang berpotensi meningkatkan kualitas keaslian dalam kehidupan sehari-hari mereka (Alarcon et al., 2018). Di sisi lain, terdapat indikasi bahwa aspek emosi dari *Interpersonal trust* dapat memengaruhi *self-alienation*. Ketika individu mengalami kesulitan dalam mempercayai orang lain, mereka mungkin merasa terasing dari diri mereka sendiri, yang berpotensi mengakibatkan ketidakmampuan untuk terhubung secara emosional dengan orang lain maupun dengan diri mereka sendiri (Burke et al., 2007).

Tidak jauh beda dengan hasil penelitian sebelumnya berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti pada Mahasiswa di UIN Malang mengatakan bahwa:

"Menjadi diri sendiri sangat penting bagi saya, karena dengan begitu kita bisa merasa lebih nyaman dan tidak perlu berpura-pura. Keaslian diri itu muncul ketika kita bisa menunjukkan siapa kita sebenarnya tanpa takut dikomentari orang lain. Di kampus, saya merasa ada banyak tekanan untuk mengikuti arus atau ekspektasi orang lain, terutama dalam berinteraksi di media sosial. Tetapi jika kita bisa menjaga keaslian diri, tantangan itu bisa dihadapi." (Wawancara Nahli Semester IX, Oktober 2024)

"Menjadi diri sendiri itu sangat penting bagi saya, karena kita tidak bisa hidup berdasarkan harapan orang lain terus-menerus. Keaslian diri adalah saat kita merasa nyaman dengan diri kita sendiri dan tidak perlu berusaha menjadi orang lain. Di kampus, saya merasa ada banyak dorongan untuk mengikuti tren atau ekspektasi, tapi kalau kita bisa tetap menjadi diri sendiri, itu yang membuat kita merasa lebih baik. Namun, tantangan terbesar adalah menjaga agar diri kita tetap otentik, terutama di dunia digital yang penuh dengan tekanan sosial." (Wawancara Adinda Semester VII, Oktober 2024)

"Bagi saya, menjadi diri sendiri itu sangat penting. Keaslian diri itu adalah hal yang membuat kita merasa nyaman dan tidak tertekan untuk mengikuti apa yang orang lain inginkan. Tapi saya merasa ada banyak tekanan, terutama di media sosial, yang membuat kita jadi ragu untuk menampilkan diri asli kita. Namun, saya percaya bahwa ketika kita bisa jadi diri sendiri, kita akan lebih merasa dihargai dan bahagia." (Wawancara Apetz Semester IX, Oktober 2024)

"Menjadi diri sendiri itu penting, karena hanya dengan begitu kita bisa merasa nyaman dan tidak perlu berpura-pura. Keaslian diri sangat dibutuhkan dalam menjaga keseimbangan dalam hidup kita, terutama di dunia yang penuh dengan pengaruh luar. Saya merasa bahwa tantangan terbesar adalah menjaga keaslian diri di tengah tekanan untuk menyesuaikan diri dengan tren atau harapan orang lain, baik di media sosial maupun di lingkungan kampus." (Wawancara Nana Semester VII, Oktober 2024)

Hasil wawancara awal terhadap 4 narasumber yang dilakukan, selain *Interpersonal trust, Self-perceived authenticity* atau keaslian diri, juga menjadi topik yang sangat penting bagi Mahasiswa. Mereka merasa bahwa menjadi diri sendiri adalah hal yang sangat diperlukan agar tidak terbawa arus atau mengikuti tren yang tidak sesuai dengan diri mereka. Keaslian diri dianggap penting untuk menjaga kenyamanan pribadi dan membangun hubungan yang lebih jujur dan bermakna. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh Mahasiswa adalah tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial yang berkembang di media sosial maupun lingkungan kampus, yang sering kali bertentangan dengan keinginan untuk tetap otentik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Mahasiswa memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya keaslian diri, mereka juga berhadapan dengan berbagai tuntutan eksternal yang seringkali menguji integritas mereka.

Selain itu, dugaan lain menunjukkan bahwa aspek kejujuran dalam *Interpersonal trust* berpotensi berkaitan dengan *Accepting External Influence*. Individu yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap kejujuran orang-orang di sekitarnya mungkin lebih terbuka terhadap pengaruh eksternal, terutama jika pengaruh tersebut dianggap positif dan mendukung pertumbuhan pribadi. Hal ini bisa menunjukkan bahwa kejujuran dalam hubungan *interpersonal* dapat memfasilitasi penerimaan terhadap pandangan dan pengalaman orang lain, sehingga memperkaya pengalaman autentik individu (Frazier et al., 2013). Dengan demikian, hubungan antara aspek-aspek dari *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity* menunjukkan adanya kemungkinan keterkaitan yang kompleks, di

mana kepercayaan dapat mempengaruhi bagaimana individu memahami dan mengekspresikan keaslian diri mereka.

Interpersonal trust adalah fondasi penting dalam hubungan sosial, yang memengaruhi bagaimana seseorang mengekspresikan dan memandang keaslian dirinya. Ketika individu merasa percaya terhadap orang lain, mereka lebih cenderung untuk berbagi informasi pribadi dan menunjukkan diri mereka yang sebenarnya. Penelitian menunjukkan bahwa *Interpersonal trust* dan *intimate friendship* berpengaruh signifikan terhadap *self-disclosure* generasi Z, di mana tingginya tingkat kepercayaan dapat mendorong individu untuk lebih terbuka dalam berkomunikasi (Firual & Hariyadi, 2022).

Dengan demikian, kepercayaan antarpribadi tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga memungkinkan individu untuk mengekspresikan keaslian diri mereka dengan lebih bebas. Hal ini penting, terutama dalam konteks Generasi Z, yang sering kali berjuang untuk menemukan keseimbangan antara citra yang mereka proyeksikan di media sosial dan siapa mereka sebenarnya.

Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada hubungan antara *Interpersonal trust* dan *self-disclosure*, terutama dalam konteks pengguna media sosial. Penelitian ini sering kali menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan antarpribadi yang tinggi dapat mendorong individu untuk lebih terbuka dalam berbagi informasi pribadi, yang dikenal sebagai *self-disclosure*. Dalam konteks media sosial, di mana interaksi sering kali terjadi secara virtual, kepercayaan

menjadi faktor kunci yang mempengaruhi seberapa banyak seseorang bersedia untuk mengungkapkan diri mereka.

Misalnya, sebuah studi "Hubungan Antara *Interpersonal trust* Dengan *Self-perceived authenticity* Pengguna *Second Account* Media Sosial Instagram Pada Wanita Dewasa Awal" yang menjelaskan bahwa pengguna *second account* Instagram memiliki tingkat kepercayaan *interpersonal* dan *self-disclosure* yang sedang, di mana terdapat korelasi positif yang lemah antara keduanya, sehingga semakin tinggi tingkat kepercayaan *interpersonal*, semakin tinggi pula frekuensi *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram wanita dewasa awal (Arwa, 2021).

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa *Interpersonal trust*, yang didefinisikan sebagai harapan individu terhadap keandalan dan integritas orang lain, berperan penting dalam membangun hubungan yang sehat dan mendukung proses komunikasi yang terbuka (Mayer et al., 1995). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat kepercayaan interpersonal yang tinggi cenderung lebih mampu mengekspresikan diri mereka secara otentik, karena mereka merasa aman untuk berbagi informasi pribadi tanpa takut akan penilaian negatif (Ignatius & Kokkonen, 2007). Selain itu, studi oleh Gil-Or et al. (2015) menemukan bahwa ketidakautentikan dalam presentasi diri di media sosial dapat berkurang ketika individu merasakan dukungan sosial dan kepercayaan dari orang-orang di sekitarnya, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kepercayaan interpersonal dan persepsi otentisitas diri (Gil-Or et al., 2015). Dengan demikian, penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman lebih dalam

mengenai dinamika kepercayaan dan otentisitas di kalangan mahasiswa Mahasiswa, serta implikasinya terhadap kesejahteraan psikologis mereka.

Pada penelitian serupa yang berjudul "Pengaruh *Interpersonal trust* dan *Intimate Friendship* Terhadap *Self-disclosure* Generasi Z Pengguna Twitter" yang membuktikan bahwa *Interpersonal trust* dan intimate friendship secara bersama-sama mempengaruhi *self-disclosure* pada generasi Z pengguna Twitter, dengan tingkat kepercayaan, keintiman pertemanan, dan *self-disclosure* berada pada kategori sedang, di mana dimensi intent to disclose paling mempengaruhi *self-disclosure*, dimensi emosi mempengaruhi *Interpersonal trust*, dan kegiatan yang sama mempengaruhi intimate friendship. Dengan demikian, pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika ini dapat membantu dalam merancang strategi untuk meningkatkan kepercayaan dan keterbukaan dalam komunikasi di era digital.

Meskipun penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya kepercayaan *interpersonal* dalam mendorong *self-disclosure*, khususnya di media sosial, hubungan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity* di kalangan Mahasiswa masih belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Sebagian besar studi yang ada berfokus pada konteks umum atau populasi yang lebih luas, tanpa memperhatikan keunikan dan tantangan yang dihadapi oleh generasi digital ini. Untuk memahami fenomena ini secara lebih komprehensif, diperlukan penelitian yang lebih spesifik yang mengkaji dinamika antara kepercayaan, keterbukaan, dan keaslian diri di kalangan Mahasiswa. Namun, hubungan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity* di kalangan Mahasiswa belum banyak dieksplorasi, terutama di lingkungan akademis seperti UIN Malang.

Teori-teori yang ada, seperti teori *trust* oleh Rotter (1967) dan konsep *self-disclosure*, belum secara mendalam menjelaskan bagaimana *trust* mempengaruhi persepsi seseorang tentang keasliannya (Rotter, 1967). Meskipun ada penelitian yang menunjukkan hubungan antara *Interpersonal trust* dan *self-disclosure*, gap teoritis muncul ketika mempertimbangkan bagaimana kepercayaan ini juga dapat memengaruhi *Self-perceived authenticity*, terutama di kalangan Generasi Z. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek-aspek praktis dari *trust* dan pengungkapan diri, tanpa menjelaskan secara rinci mekanisme yang menghubungkan keduanya dengan persepsi keaslian individu. Sebagai contoh, Rotter (1967) mendefinisikan kepercayaan sebagai harapan bahwa kata atau janji seseorang dapat diandalkan, tetapi tidak membahas bagaimana harapan ini dapat membentuk cara seseorang melihat dirinya sendiri dalam konteks sosial yang lebih luas (Evans & Revelle, 2008).

Self-perceived authenticity masih merupakan konsep yang relatif baru dalam psikologi sosial, dan belum ada banyak teori yang secara spesifik membahas interaksi antara *trust* dan *authenticity*. Ini menciptakan peluang untuk mengembangkan teori yang lebih komprehensif. Meskipun beberapa penelitian telah menjelaskan pentingnya keaslian dalam konteks kesejahteraan psikologis, banyak di antaranya tidak mengaitkan secara langsung bagaimana *trust* dapat membentuk persepsi individu tentang keaslian diri mereka. Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk menyelidiki lebih lanjut bagaimana *trust* dapat memengaruhi *Self-perceived authenticity*, terutama di kalangan Generasi Z yang terpapar pada dinamika media sosial yang kompleks. Dengan mengisi gap ini,

penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan relevan tentang bagaimana interaksi antara kepercayaan dan keaslian dapat membentuk pengalaman sosial dan psikologis individu di era digital.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya, perbedaan terletak pada subjek dan variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan subjek Mahasiswa, peneliti bertujuan untuk membahas Mahasiswa secara umum tidak hanya pada individu yang berstatus pelajar/mahasiswa tetapi juga pada individu yang tidak bekerja maupun bekerja. Subjek tersebut belum pernah dibahas bersamaan dengan *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity*. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "*Hubungan antara Interpersonal trust dengan Self-perceived authenticity Mahasiswa UIN Malang*"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat *Interpersonal trust* Mahasiswa UIN Malang?
2. Bagaimana tingkat *Self-perceived authenticity* Mahasiswa UIN Malang?
3. Apakah terdapat hubungan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity* pada Mahasiswa di UIN Malang?
4. Apa faktor yang mempengaruhi hubungan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity* berdasarkan data kualitatif?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat *Interpersonal trust* Mahasiswa UIN Malang.
2. Untuk mengetahui tingkat *Self-perceived authenticity* Mahasiswa UIN Malang.
3. Untuk mengetahui hubungan antara *Interpersonal trust* dengan *Self-perceived authenticity* Mahasiswa UIN Malang.
4. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi hubungan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity* berdasarkan data kualitatif.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan sumbangan, baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dan menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang Psikologi khususnya Psikologi Sosial tentang Hubungan antara *Interpersonal trust* dengan *Self-perceived authenticity*

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang dapat digunakan oleh pendidik, profesional kesehatan mental, dan pembuat kebijakan dalam merancang intervensi yang mendukung kepercayaan *interpersonal* dan keaslian diri di kalangan Generasi Z, sehingga meningkatkan kesejahteraan psikologis mereka dalam konteks digital.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Self-perceived authenticity*

1. Pengertian Self-perceived authenticity

Secara bahasa, *Self-perceived authenticity* terdiri dari tiga kata, yaitu "*Self*" yang berarti diri sendiri, "*Perceived*" yang berarti dipersepsikan, dan "*Authenticity*" yang berarti keaslian atau kejujuran. Istilah ini mengacu pada bagaimana individu memandang dirinya sendiri dalam hal keaslian dan konsistensi antara tindakan, pikiran, dan perasaannya dengan nilai-nilai dan keyakinan pribadinya. Dalam konteks psikologi, *Self-perceived authenticity* menggambarkan sejauh mana seseorang merasa bahwa dirinya bertindak sesuai dengan jati dirinya yang sesungguhnya, tanpa dipengaruhi oleh tekanan sosial atau harapan eksternal.

Wood et al. (2008) menjelaskan bahwa *Self-perceived authenticity* adalah perasaan yang muncul ketika seseorang merasa bahwa dirinya hidup sesuai dengan nilai-nilai dan keyakinannya yang paling dalam. Menurut mereka, individu yang memiliki tingkat *Self-perceived authenticity* yang tinggi cenderung merasakan kesejahteraan psikologis yang lebih baik, karena mereka tidak perlu berpura-pura atau menyesuaikan diri dengan harapan orang lain. Keaslian ini memungkinkan individu untuk merasakan kepuasan yang lebih besar dalam kehidupan pribadi maupun hubungan

interpersonal-nya. Lebih jauh lagi, ketika seseorang merasa bahwa dirinya autentik, mereka lebih mungkin untuk memiliki hubungan yang lebih sehat dan memuaskan dengan orang lain, karena hubungan tersebut didasarkan pada kejujuran dan keterbukaan (Wood et al., 2008).

Kernis dan Goldman (2006) mengembangkan konsep ini lebih lanjut dengan menekankan bahwa *Self-perceived authenticity* bukan hanya tentang perasaan keaslian, tetapi juga tentang integritas dalam tindakan dan keputusan. Mereka berpendapat bahwa *Self-perceived authenticity* melibatkan keselarasan yang konsisten antara diri sejati dan diri yang ditampilkan kepada dunia luar (Kernis & Goldman, 2006). Hal ini mencakup kemampuan untuk mengungkapkan emosi, pemikiran, dan perilaku secara jujur, tanpa ada dorongan untuk berpura-pura atau menyesuaikan diri dengan ekspektasi orang lain. Menurut mereka, individu yang autentik cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang lebih tinggi, karena mereka tidak hanya jujur kepada orang lain tetapi juga kepada diri mereka sendiri.

Pentingnya *Self-perceived authenticity* juga dapat dilihat dalam konteks kebebasan individu dari tekanan eksternal. Ketika seseorang membuat keputusan atau mengambil tindakan berdasarkan nilai-nilai dan keyakinan pribadinya, tanpa terpengaruh oleh tekanan sosial atau harapan orang lain, mereka menunjukkan tingkat *Self-perceived authenticity* yang tinggi. Misalnya, seorang mahasiswa yang memilih jurusan kuliah bukan karena dorongan dari orang tua atau tren sosial, tetapi karena minat dan

keyakinan pribadinya, dapat dikatakan memiliki *Self-perceived authenticity* yang kuat. Keputusan yang diambil secara autentik ini tidak hanya mencerminkan kejujuran terhadap diri sendiri, tetapi juga memperkuat perasaan puas dan terpenuhi dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian pengertian di atas, *Self-perceived authenticity* dapat disimpulkan sebagai persepsi individu mengenai keaslian dan kejujuran dalam perilaku, pemikiran, dan perasaannya yang selaras dengan nilai-nilai dan keyakinan pribadi. Hal ini melibatkan keselarasan antara kepercayaan dengan perilaku seseorang, di mana individu dapat merasa menjadi diri sendiri daripada mengikuti harapan atau tekanan dari luar (Balaban & Szambolics, 2022). Ini juga mencakup kebebasan dari pengaruh eksternal yang memungkinkan individu untuk menjalani hidup yang lebih autentik dan memuaskan. Sebagai konsep psikologis yang kompleks, *Self-perceived authenticity* memiliki implikasi penting dalam pengembangan diri, kesejahteraan psikologis, dan kualitas hubungan *interpersonal*.

2. Teori-Teori Self-perceived authenticity

Self-perceived authenticity atau keaslian diri yang dipersepsikan merujuk pada sejauh mana seseorang merasa bahwa tindakan, pikiran, dan perasaannya selaras dengan identitas dirinya yang sejati. Konsep ini penting dalam memahami bagaimana individu, khususnya di era digital saat ini,

menghadapi tekanan untuk tetap autentik di tengah berbagai tuntutan sosial. Berbagai teori yang dikemukakan oleh para ahli membantu menjelaskan dimensi-dimensi keaslian diri ini, termasuk teori Kernis dan Goldman (2006) yang menyoroti keaslian diri sebagai bentuk integritas pribadi, teori Rogers (1951) yang menekankan kebutuhan dasar manusia untuk menjadi diri sendiri, dan teori Sheldon, Ryan, Rawsthorne, & Ilardi (1997) yang membahas keaslian dalam konteks kesejahteraan psikologis. Selain itu, dalam konteks media sosial, konsep authenticity menjadi lebih kompleks karena individu sering kali merasa terdorong untuk menyelaraskan citra *online* mereka dengan versi ideal diri. Pada sub-sub berikut, teori-teori ini akan diuraikan lebih mendalam untuk memahami bagaimana keaslian diri dipersepsikan dan bagaimana media sosial memengaruhi ekspresi diri autentik (Kernis & Goldman, 2006; Rogers, 1951; Sheldon et al., 1997).

a. Teori Kernis dan Goldman

Teori Kernis dan Goldman (2006) tentang keaslian diri merupakan salah satu kontribusi penting dalam memahami fenomena keaslian. Mereka mendefinisikan keaslian sebagai fungsi autentik yang melibatkan empat komponen: *self-understanding*, pengakuan ontologis, tindakan perilaku, dan ciri-ciri hubungan *interpersonal*. Kernis dan Goldman (2006) menekankan pentingnya memahami diri sendiri dan mengakui realitas ontologis untuk mencapai fungsi autentik yang lebih tinggi. Dalam konteks ini, mereka menunjukkan bahwa keaslian bukan hanya tentang menampilkan diri yang autentik, tetapi juga tentang memiliki kesadaran

yang mendalam tentang siapa diri sendiri dan bagaimana individu tersebut berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Penelitian mereka menunjukkan bahwa keaslian yang dipahami oleh individu sendiri (*Self-perceived authenticity*) sangat berpengaruh pada kesejahteraan psikologis dan hubungan *interpersonal*. Kernis dan Goldman (2006) juga mengemukakan bahwa keaslian dapat berkontribusi pada kesehatan mental, tetapi hubungan antara kepercayaan dan keaslian diri masih kurang dipahami, sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut untuk mengisi gap ini (Kernis & Goldman, 2006).

b. Teori Rogers

Teori Rogers (1951) tentang keaslian diri juga sangat berpengaruh dalam psikologi. Rogers menggambarkan keaslian sebagai derajat di mana pengalaman primer, kesadaran simbolik, dan perilaku serta komunikasi luar menunjukkan korespondensi yang baik antara satu sama lain. Rogers menekankan pentingnya hidup tanpa pengaruh luar dan tidak teralienasi diri sendiri. Dalam konteks ini, Rogers menunjukkan bahwa keaslian bukan hanya tentang mengekspresikan diri secara bebas, tetapi juga tentang memiliki kesadaran yang mendalam tentang kebutuhan dan perasaan individu (Rogers, 1951). Penelitian Rogers menunjukkan bahwa individu yang autentik cenderung memiliki hubungan yang lebih dalam dan lebih sehat dengan orang lain, karena mereka dapat berkomunikasi secara terbuka dan jujur. Rogers juga berpendapat bahwa keaslian dapat hilang karena

pengaruh luar, seperti tekanan sosial dan ekspektasi orang lain, sehingga penting untuk mempertahankan integritas diri sendiri.

c. Teori Sheldon, Ryan, Rawsthorne, & Ilardi

Teori Sheldon, Ryan, Rawsthorne, dan Ilardi (1997) tentang keaslian diri juga menekankan pentingnya konsistensi internal individu. Mereka menganggap keaslian sebagai tanda organisasi diri yang baik, berbeda dengan variasi antar peran yang menunjukkan ketidakterorganisasi. Dalam konteks ini, Sheldon et al. menunjukkan bahwa individu yang memiliki keaslian diri yang tinggi cenderung memiliki *self-concept* yang lebih stabil dan lebih konsisten. Penelitian mereka menunjukkan bahwa keaslian yang dipahami oleh individu sendiri (*Self-perceived authenticity*) sangat berpengaruh pada kesejahteraan psikologis dan hubungan *interpersonal*. Sheldon et al. juga mengemukakan bahwa keaslian dapat berkontribusi pada kesehatan mental, tetapi hubungan antara kepercayaan dan keaslian diri masih kurang dipahami, sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut untuk mengisi gap ini (Sheldon et al., 1997).

d. Konsep *Authenticity* dalam Konteks Media Sosial

Konsep keaslian dalam konteks media sosial dapat dipahami sebagai kemampuan individu untuk menampilkan diri yang autentik tanpa terjebak dalam citra ideal yang sering kali dipaksakan oleh lingkungan digital. Penelitian menunjukkan bahwa pengguna media sosial dapat menunjukkan keaslian mereka melalui berbagai cara, seperti berbagi cerita dari kehidupan

sehari-hari atau merespons komentar dari pengikut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan membangun hubungan positif dengan audiens mereka (Moulard et al., 2016). Namun, dinamika psikologis di balik interaksi ini menunjukkan bahwa meskipun individu berusaha untuk menampilkan keaslian, mereka sering kali menghadapi tantangan dalam mendefinisikan keaslian itu sendiri. Dalam banyak kasus, pengguna media sosial memiliki pandangan yang lebih kompleks dan nuansial tentang keaslian, melihat diri mereka sebagai kombinasi antara individu yang mereka kenal di kehidupan nyata dan citra merek yang mereka proyeksikan secara *online*. Hal ini menciptakan kebutuhan untuk *self-reflection*, di mana individu harus mengalihkan "*personal brand*" mereka agar selaras dengan diri internal mereka, meskipun elemen-elemen keaslian yang mereka prioritaskan di kehidupan nyata mungkin tidak selalu diterapkan di dunia digital (Abidin, 2022).

Lebih lanjut, terdapat dugaan bahwa aspek-aspek dari *Interpersonal trust*—seperti keterandalan, emosi, dan kejujuran—berperan penting dalam membentuk persepsi keaslian pengguna media sosial. Misalnya, keterandalan dapat mempengaruhi bagaimana individu merasa nyaman untuk berbagi pengalaman pribadi, yang dapat meningkatkan rasa keaslian dalam interaksi mereka (Frazier et al., 2013). Aspek emosional dari kepercayaan *interpersonal* mungkin berkaitan dengan tingkat ketidakpastian yang dirasakan individu ketika berinteraksi secara *online*, yang dapat menyebabkan perasaan terasing dan mengurangi kemampuan

mereka untuk menampilkan diri secara autentik (Burke et al., 2007). Sementara itu, kejujuran dalam interaksi sosial dapat mendorong penerimaan terhadap pengaruh eksternal dan memperkuat hubungan *interpersonal*, sehingga menciptakan ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas dan jujur (Lee & Eastin, 2021). Dengan demikian, dinamika psikologis ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna media sosial berupaya untuk menjadi autentik, faktor-faktor seperti kepercayaan dan hubungan *interpersonal* memainkan peran krusial dalam bagaimana mereka memahami dan mengekspresikan keaslian diri mereka di platform digital.

Dinamika psikologis yang muncul dari penggunaan media sosial sangat kompleks dan melibatkan berbagai fenomena psikologis yang saling berinteraksi. Salah satu fenomena yang sering terlihat adalah perbandingan sosial, di mana individu membandingkan diri mereka dengan orang lain berdasarkan apa yang mereka lihat di platform digital. Hal ini dapat memicu perasaan iri hati dan ketidakpuasan, terutama ketika pengguna melihat unggahan yang menampilkan keberhasilan atau kebahagiaan orang lain (Christina et al., 2019). Kecenderungan untuk membandingkan diri ini dapat meningkatkan tingkat kecemasan dan depresi, karena individu merasa bahwa mereka tidak memenuhi standar yang ditetapkan oleh lingkungan sosial mereka. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan sering kali berkorelasi dengan peningkatan gejala

kecemasan dan depresi, terutama di kalangan remaja yang masih dalam tahap eksplorasi identitas (Mahendika & Sijabat, 2023).

Selain itu, terdapat aspek manajemen impresi yang menjadi penting dalam interaksi di media sosial. Individu sering kali merasa perlu untuk mengelola citra diri mereka agar sesuai dengan ekspektasi sosial, yang dapat menyebabkan stres psikologis. Mereka mungkin merasa tertekan untuk menyajikan versi ideal dari diri mereka, sehingga mengabaikan keaslian diri mereka sendiri (Alarcon et al., 2018). Fenomena ini juga menciptakan *self-alienation*, di mana individu merasa terpisah dari identitas asli mereka akibat tekanan untuk tampil sempurna di dunia maya. Dalam konteks ini, *self-reflection* menjadi penting untuk membantu individu menyelaraskan citra *online* mereka dengan identitas internal mereka. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang mampu melakukan refleksi diri cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang lebih baik, karena mereka dapat menemukan keseimbangan antara ekspektasi eksternal dan keaslian pribadi (Burke et al., 2007). Dengan demikian, dinamika psikologis ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya mempengaruhi cara individu berinteraksi dengan orang lain, tetapi juga bagaimana mereka memahami dan mengekspresikan diri mereka sendiri.

3. Aspek-Aspek *Self-perceived authenticity*

Wood et al. (2008) mengembangkan konsep *Self-perceived authenticity* melalui penelitian mereka yang berfokus pada pemahaman keaslian diri dalam konteks psikologis. Mereka mengidentifikasi tiga aspek utama yang menjadi dasar dari *Self-perceived authenticity*: *Self-Alienation*, *Authentic Living*, dan *Accepting External Influence* (Wood et al., 2008). Ketiga aspek ini membantu menggambarkan bagaimana seseorang memandang dan mengalami keaslian dirinya dalam kehidupan sehari-hari.

a. *Self-Alienation*

Self-Alienation merujuk pada perasaan individu yang merasa terpisah atau tidak terhubung dengan dirinya yang sebenarnya. Aspek ini mengukur sejauh mana seseorang merasa bahwa pikiran, perasaan, dan perilakunya tidak sesuai dengan siapa dirinya yang sejati. Individu yang mengalami *Self-Alienation* cenderung merasa tidak autentik dan mungkin mengalami kebingungan atau ketidaknyamanan dalam mengekspresikan diri mereka. Misalnya, seseorang yang merasa terpaksa menjalani kehidupan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai pribadinya mungkin merasa teralienasi dari dirinya sendiri. Ini merupakan tanda bahwa mereka mengalami kesulitan dalam mengenali dan menerima siapa mereka sebenarnya.

b. *Authentic Living*

Authentic Living mengacu pada sejauh mana seseorang hidup sesuai dengan nilai-nilai, keyakinan, dan perasaannya yang sebenarnya. Aspek ini mencerminkan kemampuan individu untuk bertindak secara konsisten dengan dirinya yang sejati, tanpa berpura-pura atau menyesuaikan diri dengan harapan orang lain. Orang yang memiliki *Authentic Living* tinggi cenderung membuat keputusan yang mencerminkan identitas mereka yang sebenarnya dan merasa nyaman dengan pilihan-pilihan tersebut. Misalnya, seseorang yang berani memilih karir yang sesuai dengan passion-nya, meskipun bertentangan dengan ekspektasi keluarga, menunjukkan tingkat *Authentic Living* yang tinggi.

c. *Accepting External Influence*

Accepting External Influence adalah sejauh mana seseorang terbuka atau terpengaruh oleh tekanan sosial dan harapan dari orang lain. Aspek ini menilai kerentanan individu terhadap pengaruh eksternal yang dapat mengarahkan mereka untuk bertindak atau berpikir dengan cara yang tidak selaras dengan diri sejati mereka. Seseorang yang memiliki tingkat *Accepting External Influence* yang tinggi mungkin lebih cenderung menyesuaikan diri dengan norma sosial atau harapan orang lain, bahkan jika itu berarti mengorbankan keaslian diri mereka. Di sisi lain, individu dengan skor rendah dalam aspek ini lebih mungkin untuk mempertahankan keaslian mereka, meskipun menghadapi tekanan eksternal.

4. Karakteristik *Self-perceived authenticity*

Selain Wood et al. (2008), beberapa ilmuwan lain juga telah mengkaji karakteristik *Self-perceived authenticity* dengan pendekatan yang sedikit berbeda:

Kernis dan Goldman (2006) memandang keaslian diri sebagai konstruksi multidimensional yang mencakup empat komponen: *Awareness* (kesadaran diri), *Unbiased Processing* (pemrosesan informasi tanpa bias), *Behavior* (perilaku), dan *Relational Orientation* (orientasi relasional). Menurut mereka, individu yang autentik memiliki kesadaran yang mendalam tentang diri mereka, mampu memproses informasi secara objektif, bertindak sesuai dengan nilai-nilai mereka, dan membangun hubungan yang jujur dan terbuka. Karakteristik ini menunjukkan bagaimana *Self-perceived authenticity* dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan individu, mulai dari pengambilan keputusan hingga interaksi sosial (Kernis & Goldman, 2006).

Rogers (1951), dalam teori kepribadiannya, juga mengemukakan bahwa keaslian adalah bagian integral dari perkembangan manusia yang sehat. Menurut Rogers, individu yang autentik adalah mereka yang hidup selaras dengan pengalaman mereka yang sebenarnya dan tidak terperangkap dalam ekspektasi atau penilaian orang lain. Rogers menekankan pentingnya penerimaan diri dan ekspresi jujur dari perasaan dan pemikiran sebagai inti dari *Self-perceived authenticity* (Rogers, 1951).

5. Faktor yang mempengaruhi *Self-perceived authenticity*

Menurut Wood et al. (2008), *Self-perceived authenticity* dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan pengalaman pribadi, lingkungan sosial, dan dinamika psikologis. Faktor-faktor ini berinteraksi dengan tiga aspek utama *Self-perceived authenticity*: *Self-Alienation*, *Authentic Living*, dan *Accepting External Influence* (Wood et al., 2008).

Self-Alienation terjadi ketika individu merasa terpisah dari jati diri mereka yang sebenarnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi aspek ini termasuk pengalaman masa lalu yang traumatis atau konflik internal, krisis identitas, dan tekanan eksternal untuk menyesuaikan diri dengan harapan orang lain. Individu yang mengalami *Self-Alienation* mungkin merasa tidak puas dan terasing karena ketidaksesuaian antara tindakan mereka dan identitas sejati mereka.

Authentic Living mencerminkan sejauh mana individu hidup sesuai dengan nilai-nilai dan keyakinan mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi aspek ini meliputi kesadaran diri yang tinggi, keberanian untuk mempertahankan identitas pribadi, dan kebebasan dari tekanan sosial. Individu yang hidup secara autentik biasanya memiliki kepercayaan diri dalam membuat keputusan yang mencerminkan jati diri mereka dan merasa puas dengan pilihan-pilihan tersebut.

Accepting External Influence berhubungan dengan seberapa besar seseorang terpengaruh oleh norma sosial dan harapan orang lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi aspek ini termasuk lingkungan sosial yang menekankan konformitas, harga diri yang rendah, dan pengalaman sosial sebelumnya yang melibatkan penolakan atau penerimaan dari kelompok sebaya. Individu yang menerima pengaruh eksternal cenderung menyesuaikan diri dengan ekspektasi orang lain, sedangkan mereka yang kurang menerima pengaruh eksternal lebih mungkin untuk mempertahankan keaslian mereka.

Ilmuwan lain, seperti Kernis dan Goldman (2006) serta Rogers (1951), menambahkan bahwa faktor-faktor seperti kesadaran diri yang mendalam, dukungan sosial, dan lingkungan yang mendukung sangat penting dalam mengembangkan dan mempertahankan keaslian diri. Kesadaran diri yang tinggi dan dukungan sosial yang positif dapat memperkuat *Authentic Living*, sementara lingkungan yang menerima dan tidak menghakimi membantu individu untuk mempertahankan keaslian mereka meskipun menghadapi tekanan eksternal (Kernis & Goldman, 2006; Rogers, 1951).

6. *Self-perceived authenticity* Menurut Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, konsep keaslian diri atau *Self-perceived authenticity* dapat dipahami melalui ajaran dan prinsip-prinsip yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadis. Keaslian diri dalam Islam berkaitan dengan keselarasan antara identitas pribadi dan ajaran agama, serta integritas dalam tindakan dan sikap sehari-hari. Berikut adalah penjelasan mengenai *Self-perceived authenticity* dalam konteks Islam, disertai dengan dalil-dalil dari Al-Qur'an dan Hadis:

a. Keselarasan dengan Identitas Sejati

Dalam Islam, setiap individu dipercaya memiliki fitrah atau sifat dasar yang bersih dan benar. Menjalani hidup yang autentik berarti hidup sesuai dengan fitrah ini, yakni mengikuti ajaran Islam dan menjalani kehidupan yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Al-Qur'an menyebutkan:

"وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۖ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ" (QS. Al-Baqarah: 30)

Artinya: "(Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, "Aku hendak menjadikan khalifah di bumi." Mereka berkata, "Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan

menyucikan nama-Mu?" Dia berfirman, "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." (QS. Al-Baqarah: 30)

Ayat ini menunjukkan bahwa manusia diciptakan dengan tujuan yang mulia dan memiliki tanggung jawab yang besar. Untuk menjadi autentik, seorang Muslim harus menyadari tujuan hidupnya sebagai khalifah di bumi dan berusaha menjalani hidup sesuai dengan nilai-nilai tersebut.

b. Kejujuran dalam Perilaku

Keaslian dalam Islam juga tercermin dalam kejujuran dan integritas. Menjadi autentik berarti bertindak dengan kejujuran dan menjaga konsistensi antara apa yang diyakini dan bagaimana bertindak. Rasulullah SAW bersabda:

"إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ"

Artinya: "Sesungguhnya kejujuran akan membimbing pada kebaikan, dan kebaikan akan membimbing ke surga," (HR. Bukhari dan Muslim)

Hadis ini menekankan pentingnya kejujuran sebagai bagian dari hidup yang autentik. Dalam konteks ini, kejujuran adalah refleksi dari keaslian diri seseorang dalam menjalani ajaran Islam.

c. Tanggung Jawab Terhadap Diri Sendiri

Islam mengajarkan bahwa setiap individu harus bertanggung jawab atas dirinya sendiri dan tindakannya. Ini termasuk menjaga konsistensi antara identitas diri yang sejati dengan perilaku sehari-hari. Al-Qur'an menyebutkan:

"وَكُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ" (QS. Al-Muddatstsir: 38)

Artinya: "Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan" (QS. Al-Muddatstsir: 38)

Faktor ini menunjukkan bahwa untuk hidup secara autentik, seseorang harus sadar akan tanggung jawab pribadi dan bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip yang benar.

d. Penghindaran dari Riya (Pamer)

Dalam Islam, riya atau pamer adalah tindakan menunjukkan amal ibadah hanya untuk mendapatkan pujian dari orang lain. Ini bertentangan dengan konsep keaslian, yang mengharuskan tindakan dilakukan dengan niat yang tulus untuk Allah SWT. Rasulullah SAW bersabda:

"إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ" (HR. Bukhari dan Muslim)

Artinya: "Sesungguhnya segala perbuatan itu tergantung pada niatnya"

Hadis ini menggarisbawahi pentingnya niat yang tulus sebagai bagian dari keaslian. Menjadi autentik berarti melakukan amal hanya untuk Allah, tanpa memperhatikan pujian manusia.

e. Integritas dalam Hubungan Sosial

Keaslian diri dalam Islam juga tercermin dalam cara seseorang berinteraksi dengan orang lain. Islam mendorong umatnya untuk berbuat baik dan adil kepada sesama. Al-Qur'an mengajarkan:

"إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَى أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ"

(QS. An-Nisa: 58)

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat." (QS. an-Nisa: 58)

Mengikuti ajaran ini menunjukkan integritas dan konsistensi dalam hubungan sosial, yang merupakan aspek penting dari *Self-perceived authenticity*.

f. Keseimbangan antara Dunia dan Akhirat

Islam menekankan keseimbangan antara kehidupan duniawi dan akhirat. Menjadi autentik dalam pandangan Islam berarti menyeimbangkan kebutuhan duniawi dengan kewajiban agama. Al-Qur'an menyebutkan:

"وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا" (QS. Al-Qasas: 77)

Artinya: "Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia" (QS. Al-Qasas: 77)

Ayat ini mengajarkan bahwa keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat adalah bagian dari hidup yang autentik, di mana individu berusaha untuk memenuhi kewajiban agama sambil tetap menjalani kehidupan duniawi secara baik.

B. *Interpersonal trust (Kepercayaan Interpersonal)*

1. Pengertian *Interpersonal trust*

Menurut (Mayer et al., 1995), *Interpersonal trust* adalah kondisi psikologis dimana individu memiliki niat untuk menerima kegiatan yang berasal dari individu lain yang juga disertai harapan bahwa individu lain tersebut akan melakukan suatu tindakan tertentu terlepas dari kemampuan yang dimiliki dalam mengendalikan atau memantau individu lain.

Six (2007) dalam (Sugianto et al., 2020) mendefinisikan kepercayaan *interpersonal* sebagai kondisi psikologis yang terbentuk dari niat untuk menerima ketergantungan pada orang lain. Niat ini didasarkan pada harapan positif terhadap tujuan atau maksud di balik tindakan orang lain. Ketergantungan di sini merujuk pada kondisi yang mudah berubah.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan *interpersonal* adalah kesediaan untuk menjalin hubungan kerja sama dengan orang lain berdasarkan perilaku saling percaya. Kepercayaan terhadap kemampuan orang lain mencakup tiga aspek utama:

a. Penerimaan, yaitu sikap menghargai kemampuan orang lain untuk berkontribusi.
b. Dukungan, yakni memberikan dukungan terhadap kemampuan orang lain yang telah diakui dan meyakini bahwa mereka memiliki kapasitas untuk mengatasi situasi yang dihadapi.
c. Niat kerja sama, yaitu keyakinan bahwa semua anggota kelompok dapat bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama.

Kepercayaan *interpersonal*, sebagaimana diuraikan di atas, mencakup penerimaan, dukungan, dan niat kerja sama, yang kesemuanya mendukung efektivitas hubungan antar individu. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kepercayaan *interpersonal* memainkan peran krusial dalam interaksi sosial dan kerja sama. Misalnya, penelitian oleh McAllister (1995) menemukan bahwa kepercayaan *interpersonal* yang kuat

dapat meningkatkan kolaborasi dan komitmen dalam konteks organisasi , sementara Pennington dan McCarter (2014) menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi dalam hubungan profesional berkontribusi pada peningkatan kinerja tim (McAllister, 1995; Pennington & Mccarter, 2014). Selain itu, penelitian oleh Mayer, Davis, dan Schoorman (1995) menegaskan bahwa kepercayaan *interpersonal* melibatkan tiga dimensi utama: kemampuan, niat baik, dan integritas, yang masing-masing berperan dalam membentuk dasar untuk hubungan yang efektif dan saling mendukung. Studi lebih lanjut oleh Dirks dan Ferrin (2002) juga memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa kepercayaan *interpersonal* yang baik dapat memperbaiki komunikasi dan mengurangi konflik dalam kelompok kerja. Dengan memahami dimensi-dimensi kepercayaan *interpersonal* ini, kita dapat lebih baik mengelola dan memfasilitasi hubungan kerja sama yang produktif dan harmonis (Dirks & Ferrin, 2002).

2. Teori-Teori Interpersonal trust

Pada bagian ini, akan dibahas berbagai teori yang menjelaskan tentang konsep kepercayaan interpersonal, yang merupakan aspek penting dalam hubungan antarindividu. Kepercayaan interpersonal merujuk pada keyakinan seseorang terhadap niat, kompetensi, dan integritas orang lain dalam berinteraksi. Seiring dengan perkembangan penelitian di bidang

psikologi sosial dan organisasi, berbagai teori tentang kepercayaan interpersonal telah dikemukakan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan dan pemeliharaan kepercayaan dalam hubungan antarindividu. Teori-teori ini mencakup berbagai perspektif dan dimensi, mulai dari komponen kognitif, afektif, hingga pengalaman sosial yang mendalam. Pembahasan berikut akan menguraikan tiga teori utama yang berperan penting dalam pengembangan konsep ini, yaitu teori kepercayaan interpersonal oleh Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), McAllister (1995), serta Rotenberg (2019), yang masing-masing memberikan sudut pandang berbeda mengenai elemen-elemen yang membangun kepercayaan dalam interaksi antarindividu.

a. Teori Kepercayaan *Interpersonal* oleh Mayer, Davis, dan Schoorman

Teori ini mengemukakan bahwa kepercayaan *interpersonal* terdiri dari tiga komponen utama: kemampuan, niat baik, dan integritas. Kemampuan merujuk pada keyakinan bahwa individu lain memiliki keterampilan dan kompetensi untuk memenuhi ekspektasi. Niat baik berhubungan dengan keyakinan bahwa individu tersebut memiliki tujuan yang sesuai dan tidak akan bertindak merugikan. Integritas mencakup keyakinan bahwa individu akan bertindak sesuai dengan nilai-nilai dan norma yang diterima. Ketiga komponen ini bersama-sama membentuk

fondasi untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan dalam hubungan *interpersonal* (Mayer et al., 1995).

b. Teori Kepercayaan *Interpersonal* oleh McAllister

McAllister membagi kepercayaan *interpersonal* menjadi dua dimensi utama: kepercayaan afektif dan kepercayaan kognitif. Kepercayaan afektif berhubungan dengan rasa saling peduli dan empati yang mendalam, sedangkan kepercayaan kognitif berkisar pada penilaian rasional mengenai kemampuan dan integritas individu. McAllister menekankan bahwa kedua dimensi ini saling melengkapi dan penting dalam membangun hubungan yang stabil dan efektif dalam konteks organisasi maupun hubungan personal (McAllister, 1995).

c. Teori Kepercayaan *Interpersonal* oleh Rotenberg

Rotenberg mengemukakan bahwa kepercayaan *interpersonal* dapat dijelaskan melalui tiga aspek kunci: keterandalan (*reliability*), emosi (*emotional*), dan kejujuran (*honesty*). Keterandalan mencakup keyakinan bahwa individu akan memenuhi janji dan berperilaku konsisten. Emosi melibatkan rasa saling peduli dan empati, yang memperkuat hubungan *interpersonal* dengan menciptakan ikatan emosional yang kuat. Kejujuran berfokus pada keterbukaan dan transparansi dalam komunikasi, yang mengurangi keraguan dan meningkatkan kepercayaan. Rotenberg menekankan bahwa ketiga aspek ini bersama-sama membentuk dasar yang

kokoh untuk hubungan yang saling mendukung dan harmonis (Rotenberg, 2019).

3. Aspek-Aspek Interpersonal trust

Rotenberg (2019) dalam bukunya mengatakan bahwa kepercayaan *interpersonal* memiliki tiga dasar aspek yakni :

a. Keterandalan (Reliability)

Keterandalan merujuk pada keyakinan bahwa individu lain akan memenuhi janji dan melakukan tindakan yang sesuai dengan ekspektasi yang telah disepakati. Dalam konteks kepercayaan *interpersonal*, keterandalan berarti bahwa seseorang dapat diandalkan untuk bertindak konsisten dan mematuhi komitmen yang telah dibuat. Keterandalan ini membangun dasar untuk hubungan yang stabil, di mana pihak-pihak yang terlibat merasa aman karena mereka percaya bahwa orang lain akan memenuhi tanggung jawab mereka. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keterandalan adalah faktor kunci dalam membangun kepercayaan dalam hubungan kerja dan sosial (Rotenberg, 2019).

b. Emosi (Emotional)

Aspek emosional dari kepercayaan *interpersonal* melibatkan rasa saling peduli dan empati antara individu. Emosi ini menciptakan ikatan yang lebih dalam dan mendukung hubungan yang lebih kuat, karena individu

merasa dihargai dan dimengerti. Kepercayaan emosional memungkinkan seseorang untuk merasa nyaman berbagi perasaan dan pikiran dengan orang lain, yang pada gilirannya meningkatkan kedekatan dan kerjasama dalam hubungan tersebut. Rotenberg (2019) menekankan bahwa dimensi emosional sangat penting dalam membangun hubungan yang harmonis dan suportif (Rotenberg, 2019).

c. Kejujuran (Honesty)

Kejujuran adalah aspek fundamental dalam kepercayaan *interpersonal*. Ini melibatkan keterbukaan dan transparansi dalam komunikasi serta integritas dalam tindakan. Individu yang jujur dipercaya untuk memberikan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan, serta untuk bertindak dengan prinsip moral yang tinggi. Kejujuran mengurangi keraguan dan meningkatkan rasa saling percaya karena individu merasa bahwa mereka dapat bergantung pada kebenaran dan keadilan dari orang lain. Rotenberg (2019) menyatakan bahwa kejujuran membentuk dasar yang kuat untuk hubungan yang saling mendukung dan mengurangi potensi konflik (Rotenberg, 2019).

4. Faktor yang mempengaruhi *Interpersonal trust*

a. Niat Baik (*Goodwill*)

Niat baik merujuk pada keyakinan bahwa individu lain memiliki niat positif dan tidak akan bertindak merugikan. Kepercayaan ini dibangun

berdasarkan pengalaman sebelumnya dan persepsi tentang tujuan serta motivasi orang lain. McAllister (1995) menekankan bahwa niat baik, bersama dengan kepercayaan afektif dan kognitif, adalah kunci dalam membangun kepercayaan yang mendalam dan berkelanjutan dalam hubungan *interpersonal* (McAllister, 1995).

b. Kejujuran (*Honesty*)

Kejujuran adalah faktor fundamental dalam kepercayaan *interpersonal*. Individu cenderung mempercayai orang lain yang terbuka dan transparan dalam komunikasi mereka. Penelitian oleh Dirks dan Ferrin (2002) menunjukkan bahwa kejujuran mengurangi keraguan dan meningkatkan rasa saling percaya, karena individu merasa mereka dapat bergantung pada kebenaran dan integritas dari orang lain (Dirks & Ferrin, 2002).

c. Pengalaman dan Sejarah (*Experience and History*)

Pengalaman sebelumnya dengan individu atau kelompok dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Pengalaman positif dan konsisten dapat memperkuat kepercayaan, sedangkan pengalaman negatif dapat mengurangi atau merusak kepercayaan. Penelitian oleh Lewicki dan Bunker (1995) menyoroti pentingnya sejarah interaksi dalam membentuk dan memelihara kepercayaan *interpersonal* (Lewicki & Bunker, 1995).

5. Dimensi Interpersonal trust

Teori kepercayaan *interpersonal* oleh Mayer, Davis, dan Schoorman (1995) menyatakan bahwa kepercayaan *interpersonal* dibangun berdasarkan penilaian terhadap ketiga dimensi, yaitu :

a. Kemampuan (*Ability*)

Dimensi ini merujuk pada keyakinan bahwa individu lain memiliki keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan yang diperlukan untuk melakukan tugas atau memenuhi tanggung jawab yang diharapkan. Kemampuan mencakup penilaian terhadap kompetensi teknis dan keterampilan yang relevan dalam konteks tertentu. Kepercayaan bahwa seseorang kompeten mempengaruhi seberapa banyak kita bergantung pada mereka untuk melakukan sesuatu dengan efektif.

b. Niat Baik (*Benevolence*)

Niat baik melibatkan keyakinan bahwa individu lain memiliki niat positif dan tidak akan bertindak merugikan. Ini mencakup kepercayaan bahwa orang tersebut berkomitmen untuk mendukung kepentingan bersama dan memiliki tujuan yang selaras dengan kita. Niat baik penting untuk menciptakan rasa aman dan mengurangi ketidakpastian dalam hubungan *interpersonal*.

c. Integritas (*Integrity*)

Dimensi ini berhubungan dengan keyakinan bahwa individu lain akan bertindak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma yang diterima. Integritas mencakup keterbukaan, kejujuran, dan konsistensi dalam perilaku. Kepercayaan bahwa seseorang memiliki integritas yang tinggi memastikan bahwa mereka akan bertindak dengan cara yang adil dan sesuai dengan harapan yang telah disepakati.

6. *Interpersonal trust* Menurut Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, kepercayaan *interpersonal* (*trust*) dianggap sebagai elemen penting dalam membangun hubungan yang harmonis dan adil antara individu. Konsep ini didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Hadits yang mendorong sikap saling percaya, jujur, dan adil dalam berinteraksi dengan orang lain.

a. Kepercayaan dan Kejujuran

Islam sangat menekankan pentingnya kejujuran dalam membangun kepercayaan. Rasulullah SAW mengajarkan bahwa kejujuran adalah kunci dalam hubungan *interpersonal*:

"اِذَا حَدَّثَ الرَّجُلُ حَدِيثًا فَإِذَا كَانَ صَدِيقًا لَمْ يُكْذِبْ عَلَيْهِ"

Artinya: "Apabila seorang pria menyampaikan suatu berita, dan dia adalah seorang teman, dia tidak akan berbohong kepadanya." (HR. Al-Bukhari dan Muslim)

Hadits ini menunjukkan bahwa seorang Muslim harus selalu berbicara jujur untuk menjaga kepercayaan orang lain.

b. Saling Mempercayai dan Adil

Islam juga mengajarkan pentingnya sikap saling mempercayai dan berlaku adil dalam hubungan. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk memenuhi amanah dan berperilaku adil:

"إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا"

Artinya: "Sesungguhnya Allah memerintahkan kamu agar menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya." (QS. An-Nisa: 58)

Ayat ini menekankan bahwa amanah (kepercayaan) harus dipenuhi dan diberikan kepada orang yang berhak, mencerminkan sikap adil dalam interaksi.

c. Saling Menghargai dan Menghormati

Rasulullah SAW juga mengajarkan bahwa menghargai dan menghormati orang lain adalah bagian dari membangun kepercayaan:

"مَنْ لَا يُؤَدِّي الأَمَانَةَ فَلَيْسَ مِنَّا"

Artinya: "Barang siapa yang tidak memenuhi amanah, maka dia bukan termasuk golongan kami." (HR. Ahmad)

Hadits ini menunjukkan bahwa kepercayaan adalah aspek penting dalam identitas seorang Muslim, dan tidak memenuhi amanah adalah perilaku yang dilarang.

Islam berpandangan kepercayaan *interpersonal* dibangun melalui kejujuran, pemenuhan amanah, dan sikap adil. Al-Qur'an dan Hadits mengajarkan bahwa menjaga kepercayaan adalah bagian dari ajaran moral dan etika yang harus diterapkan dalam setiap hubungan sosial.

C. Hubungan Antara *Interpersonal trust* dengan *Self-perceived authenticity*

Penelitian ini membahas hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas, yaitu kepercayaan *interpersonal* (*Interpersonal trust*), dan variabel terikat, yaitu autentisitas yang dirasakan sendiri (*Self-perceived authenticity*). Peneliti ingin melihat apakah ada hubungan antara kepercayaan *interpersonal* dengan autentisitas yang dirasakan sendiri dalam konteks hubungan *interpersonal*.

Kutipan dalam buku yang ditulis oleh Rotenberg (2019), diuraikan bahwa kepercayaan *interpersonal* dapat mempengaruhi perasaan autentis dalam hubungan *interpersonal*. Rotenberg mengidentifikasi tiga dimensi utama dari kepercayaan *interpersonal*: keterandalan (reliability), emosi (emotional), dan kejujuran (honesty). Keterandalan dan kejujuran adalah

faktor kunci yang mempengaruhi bagaimana seseorang merasa aman untuk menunjukkan diri mereka yang sebenarnya (authenticity) dalam interaksi sosial. Ketika seseorang merasa bahwa mereka dapat mempercayai orang lain, mereka cenderung merasa lebih bebas untuk menunjukkan diri mereka yang autentik tanpa takut akan penilaian atau penolakan (Rotenberg, 2019).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wood et al. (2008), *Self-perceived authenticity* merupakan penilaian individu terhadap sejauh mana mereka merasa otentik dalam interaksi sosial mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa seseorang yang merasa percaya diri dan merasa otentik dalam interaksi sosial mereka cenderung memiliki kepercayaan *interpersonal* yang lebih tinggi (Wood et al., 2008).

Misalnya, penelitian oleh Kernis dan Goldman (2006) menyatakan bahwa individu yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan merasakan keaslian diri mereka lebih mungkin untuk membangun hubungan yang penuh kepercayaan (Kernis & Goldman, 2006).

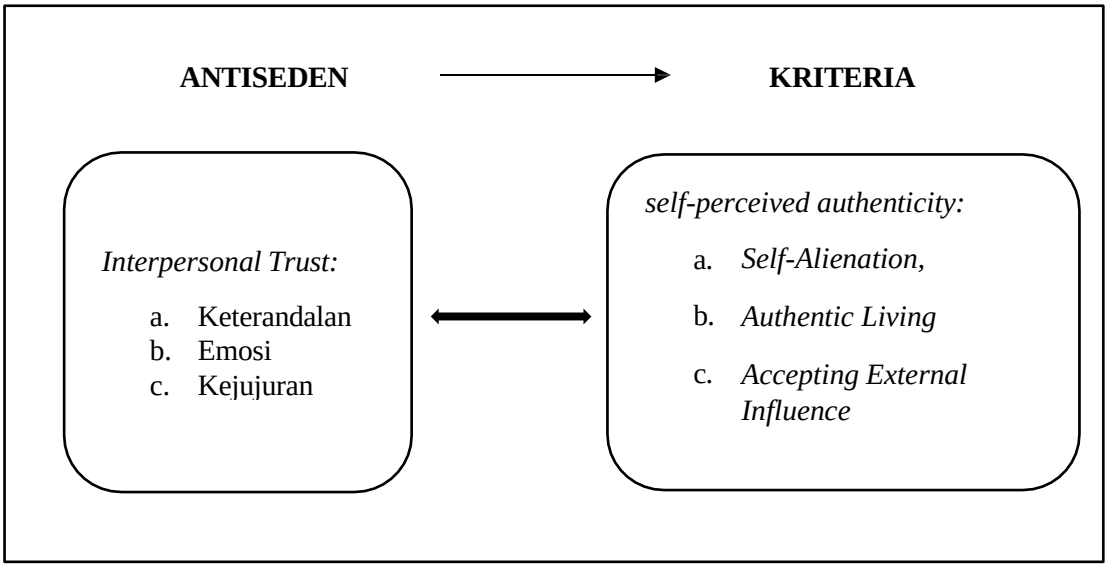
Lebih lanjut, penelitian oleh Gil-Or et al. (2015) mengindikasikan bahwa individu yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap orang-orang di sekitarnya cenderung menunjukkan tingkat otentisitas yang lebih tinggi dalam interaksi sosial mereka (Gil-Or et al., 2015). Hal ini berkaitan dengan kemampuan mereka untuk melakukan *self-disclosure*—proses di mana individu membagikan informasi pribadi tentang diri mereka kepada orang lain—yang hanya dapat dilakukan dalam konteks kepercayaan yang kuat

(Arwa, 2021). Penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa *self-disclosure* yang positif berhubungan dengan kesejahteraan psikologis dan kepuasan hidup (Minza et al., 2020). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada kesinambungan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity*; ketika kepercayaan interpersonal meningkat, individu merasa lebih aman untuk mengekspresikan diri mereka secara autentik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis mereka. Hal ini memberikan dasar teoritis yang kuat untuk penelitian ini dan menunjukkan relevansi serta urgensinya dalam memahami dinamika sosial di kalangan mahasiswa generasi Z di UIN Malang.

D. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep dari penelitian ini adalah melihat adanya hubungan *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity*. Dalam penelitian ini akan dipaparkan tentang adanya keterkaitan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity*. Berdasarkan pada analisis di atas, maka kerangka konseptual pada penelitian ini adalah:

Gambar 2.1 Kerangka konseptual



E. Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto (2010), hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan sementara terhadap permasalahan dalam penelitian, yang perlu diuji dan dibuktikan melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2010). Berdasarkan hal tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah "Terdapat hubungan yang positif antara *Interpersonal trust* dengan *Self-perceived authenticity* pada Mahasiswa di UIN Malang." Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan *interpersonal* yang dirasakan, semakin tinggi pula tingkat otentisitas yang dirasakan oleh individu dalam konteks diri mereka sendiri.

Hipotesis ini akan diuji melalui analisis data untuk menentukan sejauh mana hubungan antara kepercayaan *interpersonal* dan otentisitas yang dirasakan dapat dipertanggungjawabkan dalam konteks populasi yang diteliti.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang hubungan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity* di kalangan mahasiswa generasi Z di UIN Malang. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang fokus utamanya adalah pada analisis data berbentuk angka untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Kasiram, 2010). Dalam pendekatan kuantitatif, penggunaan angka sangat penting mulai dari tahap pengumpulan data, proses interpretasi data, hingga penyajian hasil penelitian. Untuk memudahkan pemahaman, hasil penelitian sering kali disajikan dalam bentuk tabel, grafik, bagan, atau visualisasi lainnya yang mendukung interpretasi data secara jelas (Arikunto, 2002).

Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif korelasional, yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian korelasional dirancang untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti (Arikunto, 2006). Namun dalam penelitian ini,

kedua pendekatan tersebut akan diintegrasikan untuk melihat hubungan antar variabel dan mendalami proses di antara hubungan kedua variabel tersebut. Integrasi antara kedua pendekatan memiliki pola yang bernarasi "penelitian kualitatif dapat membantu interpretasi hubungan antara ubahan-ubahan" (Brannen, 2005). Pola ini juga disebut sebagai model *Sequential Explanatory* yakni didahului dengan penelitian kuantitatif dan diperdalam melalui penelitian kualitatif (Malang, 2023).

Metode kualitatif berfokus pada eksplorasi mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan konteks sosial individu, yang memungkinkan peneliti untuk menggali nuansa dan makna dari fenomena yang diteliti. Teknik seperti wawancara mendalam akan digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif. Pendekatan ini memberikan kesempatan bagi responden untuk berbagi pandangan mereka secara terbuka, sehingga peneliti dapat menangkap kompleksitas hubungan antara kepercayaan interpersonal dan otentisitas diri (Creswell, 2019).

Metode kuantitatif akan digunakan untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Dengan menggunakan survei atau kuesioner yang dirancang khusus, peneliti dapat mengukur variabel-variabel seperti tingkat kepercayaan interpersonal dan persepsi otentisitas diri secara objektif. Data kuantitatif ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis dan menentukan apakah terdapat hubungan signifikan antara kedua variabel tersebut dalam populasi yang lebih besar (Ardiansyah et al., 2023). Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji

keabsahannya terlebih dahulu. Skala yang digunakan dalam pendekatan kuantiatif perlu diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan dalam mengukur kedua variabel yang ada. Pada pendekatan kualitatif instrumen berupa pedoman wawancara juga perlu diuji oleh ahli (*expert judgement*).

Penggabungan kedua pendekatan ini tidak hanya memperkuat validitas hasil penelitian tetapi juga memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif akan memperkaya analisis kuantitatif dengan memberikan konteks dan pemahaman mendalam tentang bagaimana dan mengapa hubungan tersebut terjadi. Misalnya, hasil dari wawancara mendalam dapat membantu menjelaskan hasil statistik yang diperoleh dari survei, memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi tingkat kepercayaan interpersonal dan persepsi otentisitas diri (Mulyadi, 2019).

Penggunaan metode campuran dalam penelitian ini menawarkan keuntungan signifikan dalam memahami dinamika sosial di kalangan mahasiswa generasi Z. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengidentifikasi pola-pola umum melalui data kuantitatif tetapi juga menggali pengalaman subjektif individu, sehingga menciptakan pemahaman yang lebih kaya dan mendalam tentang hubungan antara *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity*. Hal ini sangat penting dalam konteks akademik saat ini, di mana interaksi sosial dan kepercayaan menjadi semakin kompleks di era digital.

B. Identifikasi Variabel

Sugiyono (2009) mengemukakan bahwa variabel dalam penelitian merujuk pada atribut, sifat, atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, atau aktivitas, yang memiliki variasi tertentu dan ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Berdasarkan teori dan hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas, juga dikenal sebagai variabel independen, adalah variabel yang variasinya dapat memengaruhi variabel lain. Dengan kata lain, variabel bebas adalah variabel yang pengaruhnya ingin diteliti melalui variabel lain (Latipun, 2011). Dalam konteks penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah kepercayaan *interpersonal* (*Interpersonal trust*).

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat, atau variabel dependen, adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini, variabel terikat yang diukur adalah *Self-perceived authenticity*.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati. Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur dan batasan dari beberapa kata istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian (Masyhuri, 2008). Definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini adalah :

1. *Self-perceived authenticity*

Self-perceived authenticity adalah suatu konsep yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana seseorang hidup secara autentik dan berkomitmen pada kebenaran diri sendiri. (Wood et al., 2008) mengembangkan skala ini untuk memahami bagaimana individu dapat mengekspresikan diri secara alami dan tidak terdistorsi oleh tekanan dari luar. Adapun skala *Interpersonal trust* disusun berdasarkan pada 3 aspek menurut Wood (2008) yaitu:

a. Kehidupan Autentik (*Authentic Living*) : Ini mengukur sejauh mana seseorang hidup sesuai dengan nilai-nilai dan kepercayaan pribadi mereka
b. Penerimaan Pengaruh Orang Lain (*Accepting External Influence*) : Ini mengukur sejauh mana seseorang dapat menerima pengaruh dari orang lain tanpa kehilangan identitas pribadi.

c. Keterasingan Diri (*Self alienation*) : Ini mengukur sejauh mana seseorang merasa terasing dari diri sendiri.

2. Interpersonal Trust

Interpersonal trust adalah keyakinan dan keinginan yang dilakukan secara sadar oleh seseorang untuk percaya, menerima dan menghargai segala perilaku, dan kemampuan dari individu lain berdasarkan keterandalan, emosi dan kejujuran yang dimiliki oleh seorang individu tersebut. Adapun skala *Interpersonal trust* disusun berdasarkan pada aspek dari (Rottenberg, 2010) yakni :

a. Keterandalan (*Reliability*) : Ini mengukur sejauh mana seseorang dapat diandalkan dalam hubungan *interpersonal*.
b. Emosi (*Emotional*) : Ini mengukur sejauh mana seseorang dapat memahami dan menangani emosi orang lain dengan baik.
c. Kejujuran (Honesty) : Ini mengukur sejauh mana seseorang dapat berbicara dan bertindak secara jujur dalam hubungan *interpersonal*.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2009) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian diambil

kesimpulan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang Pada Oktober 2024, jumlah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim (UIN) Malang di luar mahasiswa baru adalah 19.697 orang yang seluruhnya merupakan Mahasiswa (*Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 2024).

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan Hadi (2000) berpendapat bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi atau sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari populasi (Hadi, 2000; Sugiyono, 2009).

Dalam penarikan ukuran sampel, apabila populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka pengambilan sampel menggunakan metode teori dari Naresh K Malhotra. Penarikan sampel menurut Malhotra (2009) disebutkan dalam bukunya Riset Pemasaran paling sedikit empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 34 item pertanyaan maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 34 x 4 = 136 sampel (Malhotra, 2009).

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-*probability* sampling, tepatnya metode sampling aksidental (*accidental sampling*). Menurut Sugiyono (2009), *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, asalkan mereka memenuhi kriteria utama yang ditetapkan. Sementara itu, Masyhuri dan Asnawi (2008) menjelaskan bahwa *accidental sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pertemuan kebetulan dengan anggota populasi (Masyhuri, 2008; Sugiyono, 2009).

Dalam penelitian ini, sampel diambil dari mahasiswa Mahasiswa di UIN Malang yang dapat diakses melalui Google Form. Sampel yang diambil adalah responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan, yaitu:

a. Mahasiswa UIN Malang yang tergolong dalam generasi Z (lahir antara tahun 1997-2010).
b. Berusia 19–26 tahun atau merupakan angkatan 2019–2022
c. Memiliki akses internet dan dapat mengisi kuesioner yang disediakan melalui Google Form.

Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat dengan cepat mengumpulkan data dari responden yang kebetulan dijumpai dan

memenuhi kriteria penelitian, sehingga hasil yang diperoleh diharapkan representatif terhadap populasi yang diteliti.

Peneliti memilih kriteria sampel ini didasarkan pada beberapa pertimbangan yang mendukung relevansi dan kelayakan responden dalam mencapai tujuan penelitian. Pertama, mahasiswa UIN Malang yang termasuk dalam kategori generasi Z dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara *Interpersonal trust* dengan *Self-perceived authenticity* pada kelompok generasi tersebut, yang memiliki karakteristik psikososial dan perkembangan yang berbeda dari generasi lainnya. Generasi Z dikenal lebih terhubung secara digital dan sering menghadapi tantangan dalam hal keaslian diri di tengah dunia maya, sehingga mereka menjadi kelompok yang tepat untuk dianalisis dalam konteks ini (Twenge, 2017).

Kedua, akses internet menjadi salah satu kriteria karena instrumen pengumpulan data dilakukan secara daring melalui Google Form. Hal ini juga memudahkan proses pengambilan data secara efisien, terutama mengingat bahwa sebagian besar mahasiswa pada era ini sudah sangat familiar dengan teknologi digital, termasuk pengisian kuesioner *online* (Smith & Anderson, 2018). Kriteria tersebut juga memastikan bahwa responden memiliki keterampilan yang memadai untuk mengikuti proses penelitian dengan lancar.

Metode *accidental sampling* dipilih karena sifatnya yang praktis dan memungkinkan peneliti menjangkau populasi yang diinginkan secara cepat dan tanpa kendala logistik yang besar. Meskipun metode ini tidak menjamin bahwa sampel sepenuhnya acak, kriteria yang ditetapkan sebelumnya memastikan bahwa responden yang terpilih tetap sesuai dengan karakteristik populasi yang diteliti, sehingga hasil yang diperoleh tetap relevan dan representatif (Etikan et al., 2016).

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangat diperlukan dalam melakukan penelitian, karena metode pengumpulan data merupakan cara atau teknik yang dibutuhkan oleh peneliti untuk mendapatkan sebuah data (Arikunto, 2010). Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Skala. Skala merupakan salah satu pengembangan alat ukur non kognitif, Azwar (2004) menjelaskan bahwa skala sebagai pernyataan tertulis yang digunakan untuk mengungkap suatu konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2014).

Bentuk Skala yang digunakan adalah Skala Likert yang digunakan dengan tujuan untuk mengukur skala sikap, dan dimodifikasi menggunakan empat pilihan jawaban alternatif yang dipisahkan menjadi pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. *Favorable* merupakan pernyataan yang bersifat

positif (mendukung) aspek-aspek dari variabel, dan pernyataan *unfavorable*, merupakan pernyataan yang bersifat negatif (tidak mendukung) aspek dari variabel (Azwar, 2014). Skala dengan empat pilihan jawaban lebih disarankan karena apabila ada lima jawaban pilihan, subjek akan cenderung memilih pilihan yang ada di tengah, yang dirasa aman dan hampir tidak terpikir. Dengan cara penilaian menggunakan kategori jawaban sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skor Skala Sikap Model *Likert*

Kategori Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

F. Instrumen Penelitian

Penelitian ini memuat setidaknya 3 instrumen yaitu Skala *Self-perceived authenticity,* Skala *Interpersonal trust,* dan pedoman wawancara. Menurut Arikunto (2006) instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data agar penelitian lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala psikologi. Skala psikologi adalah suatu daftar yang aitem-aitemnya stimulusnya berupa pernyataan yang didasari indikator- indikator yang mengacu pada alat ukur aspek atau

atribut efektif (Arikunto, 2006). Adapun pedoman wawancara dibuat oleh peneliti dengan bantuan uji ahli (*expert judgement*).

Adapun Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Alat ukur Self-perceived authenticity

Pengukuran *Self-perceived authenticity* dalam penelitian ini diukur menggunakan skala yang di adopsi dan disusun berdasarkan 3 Aspek yaitu *Authentic Living, Accepting External Influence, Self alienation*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Autentisitas yang dikembangkan oleh (Wood et al., 2008) dan di adaptasi ke Bahasa Indonesia oleh (Febrianti, R., Milla, M. N., Setiamurti, A., Wulandari, A., Handayani, I., \& Yuniar., 2023) :

Tabel 3.2 *Blueprint* Skala *Self-perceived authenticity*

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Authentic Living	Menjadi diri sendiri di hampir semua situasi	1, 2,3, 4	-	4
Accepting External Influence	Mudah terpengaruh pendapat orang lain	-	5, 6, 7, 8	4
Self alienation	Tidak mengetahui tentang diri sendiri	-	9, 10, 11, 12	4
	Jumlah	4	8	12

Berikut adalah Spesifikasi Instrumen dari skala *Self-perceived authenticity*

Tabel 3.3 Spesifikasi Instrumen Skala *Self-perceived authenticity*

No	Aspek	Indikator	Respons	Jml	Aitem
1	*Authentic Living*	Menjadi diri sendiri di hampir semua situasi	Likert	6	K1.a.1 K1.a.2 K1.a.3 K1.b.4
2	*Accepting External Influence*	Mudah terpengaruh pendapat orang lain	Likert	7	K2.a.5 K2.a.6 K2.a.7 K2.a.8
3	*Self alienation*	Tidak mengetahui tentang diri sendiri	Likert	4	K3.a.9 K3.a.10 K3.a.11 K3.a.12

2. Alat ukur Interpersonal trust

Pengukuran *Interpersonal trust* dalam penelitian ini diukur menggunakan skala yang di modifikasi dan disusun berdasarkan teori dari Rottenberg (2010) yang terdiri dari 3 aspek yaitu Keterandalan (*Reliability*), Emosi (*Emotional*), Kejujuran (*Honesty*).

Tabel 3.4 *Blueprint* Skala *Interpersonal trust*

No	Aspek	Indikator	Nomor butir Aitem		Jumlah Aitem
			Fav	Unfav	
1	Keterandalan (*Reliability*)	Memenuhi kata-kata	1, 18	8	3
		Menepati Janji	13, 14	9, 17	4
2	Emosi *(Emtional)*	Tidak menyakiti perasaan orang lain	2, 20	-	2
		Tempat mengungkapkan perasaan	3, 21	-	2
		Dapat dipercaya	4	-	1
		Memberikan Kritikan yang membangun	-	10	1
		Menghindari tindakan yang dapat menimbulkan rasa malu		11	1
3	Kejujuran *(Honesty)*	Menunjukkan kepada seseorang yang menceritakan kebenaran	5	-	1
		Mengelola perilaku berdasarkan pada niat yang baik	6, 15	-	2
		Mengelola perilaku berdasarkan pada niat yang jahat	-	12, 19	2
		Cara-cara bersikap tulus	7, 16, 22	-	3
	Jumlah total		15	7	22

Berikut adalah Spesifikasi Instrumen dari skala *Self-perceived authenticity*

Tabel 3.5 Spesifikasi Instrumen Skala *Interpersonal trust*

No	Aspek	Indikator	Respon	Jml	Aitem
1	Keterandalan (*Reliability*)	Memenuhi kata-kata	Likert	3	K1.b.1 K1.b.2 K1.b.3
		Menepati janji	Likert	4	K1.b.4 K1.b.5 K1.b.6 K1.b.7
2	Emosi (*Emotional*)	Tidak saling menyakiti perasaan	Likert	2	K2.b.8 K2.b.9
		Tempat untuk mengungkapkan peraasaan	Likert	2	K2.b.10 K2.b.11
		Dapat dipercaya	Likert	1	K2.b.12
		Memberikan kritikan yang membangun	Likert	1	K2.a.13
		Menghindari tindakan yang dapat menimbulkan rasa malu	Likert	1	K2.b.14
3	Kejujuran (*Honesty*)	Menunjukkan kepada seseorang yang menceritakan kebenaran	Likert	1	K3.b.15
		Mengelola perilaku berdasarkan pada niat yang baik	Likert	2	K3.b.16 K3.b.17
		Mengelola perilaku berdasarkan pada niat yang jahat	Likert	2	K3.b.18 K3.b.19
		Cara-cara bersikap tulus	Likert	3	K3.b.20 K3.b.21 K3.b.22

G. Validasi dan Estimasi Reliabilitas

1. Validasi

Suatu penelitian dapat dikatakan memiliki keakuratan data dalam penelitian, maka harus memiliki validasi. Validasi menurut Azwar (2008) adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya (Azwar, 2014). Valid berarti instrumen tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam penelitian ini, validasi konstruk menggunakan teknik validasi *Product Momen Person*. Selanjutnya aitem-aitem yang dinyatakan valid akan disertakan dalam pengujian selanjutnya, sedangkan aitem yang gugur tidak akan disertakan.. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n\,(\sum XY) - (\sum X)\,(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2]\;[n\;(\sum Y)^2 - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item instrumen

$\sum Y$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum X2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,3. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada nilai standar maka pernyataan tersebut valid (signifikan).

2. Estimasi Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari sebuah konstruk. Menurut Azwar (1998) Reliabilitas berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terdapat kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2014).

Teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini adalah pengukuran Alpha Chronbach. Suatu pengukuran dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefesien Cronbach alpha (a) mendekati angka 1,00 maka akan semakin tinggi tingkat reliabilitasnya (Azwar, 2014). Rumus dari Alpha Chornbach adalah sebagai berikut :

$$a = 2\{1 - \frac{s1 + s2}{SX2}\}$$

keterangan :

a = koefisien reliabilitas alpha

S1 = Varians skor belahan Satur

S2 = Varians skor belahan dua

SX = Varians skor skala/total

Koefisien reliabilitas berada dalam rentang angka dari 0 sampai dengan 1,00. Koefisien semakin tinggi jika mendekati angka 1,00 dan semakin reliabel, begitu juga sebaliknya koefisien semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya (Azwar, 2014).

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data ialah melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah (Sugiyono, 2009). Adapun data yang diperoleh melalui skala dianalisa dengan teknik-teknik sebagai berikut :

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009). Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

i. Mencari Mean

Mean diperoleh dari menjumlahkan seluruh nilai dan membaginya dengan jumlah individu. Dengan rumus sebagai berikut :

$$M = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan :

M : Mean

$\sum x$: Jumlah skor variabel

N : Jumlah subjek

ii. Mencari standar deviasi

Standar deviasi dapat menunjukkan perbedaan antara tanda plus

dan minus yang ada pada data. Perhitungan standar deviasi dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$SD = \frac{1}{6}(I\ max - I\ min)$$

Keterangan :

SD : standar deviasi

I max : skor tertinggi item

I min : skor terendah item

iii. Menentukan Kategorisasi

Kategorisasi adalah mengelompokkan data-data masing-masing subjek dengan tingkatan tertentu sesuai norma yang ada. Norma tersebut dibuat dengan hitungan mean dan standar deviasi yang telah dihitung sebelumnya. Kategorisasi tersebut digunakan untuk menentukan tingkat masing-masing subjek pada satu variabel.

Tabel 3.6 Rumus Kategorisasi

No	Kategori	Skor
1	Tinggi	X > (M + 1 SD)
2	Sedang	(M – 1 SD) ≤ X ≤ (M + 1 SD)
3	Rendah	X < (M – 1 SD)

b. Uji Asumsi

Uji asumsi merupakan salah satu syarat dalam penggunaan metode korelasi untuk memperoleh kesimpulan yang benar berdasarkan data yang ada. Adapun uji asumsi yang dilakukan adalah sebagai berikut :

i. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat bahwa data penelitian berasal dari populasi yang tersebar dengan normal (Sunjoyo, 2013). Suatu data dapat dinyatakan normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, apabila nilai signifikansi yang didapat justru lebih kecil maka sebaran data tersebut dianggap tidak normal.

ii. Uji Linieritas

Menurut Siregar (2014) Uji linearitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas memiliki hubungan lancar atau tidak (Siregar, 2014). Jika hubungan antar dua garis variabel menunjukkan garis lurus, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki korelasi yang linier. Korelasi linear terjadi apabila dua variabel mempunyai nilai signifikansi (p) > 0,05, jika nilai (p) < 0,05 maka hubungan antar variabel dinyatakan tidak linier.

c. Uji Hipotesa

Uji hipotesa dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa korelasi *Product moment*, yaitu salah satu teknik yang dikembangkan oleh Karl Pearson yang bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel bebas X (*Interpersonal trust*) dengan variabel terikat Y (*Self-perceived authenticity*). Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$rxv = \frac{n\ (\sum XY\ ) - (\ \sum X)\ (\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2]}\ [n\ \ (\sum Y)^2 - (\sum Y)^2]}$$

keterangan :

rxy : Korelasi *product moment*

N : Jumlah responden

∑X : skor *Interpersonal trust*

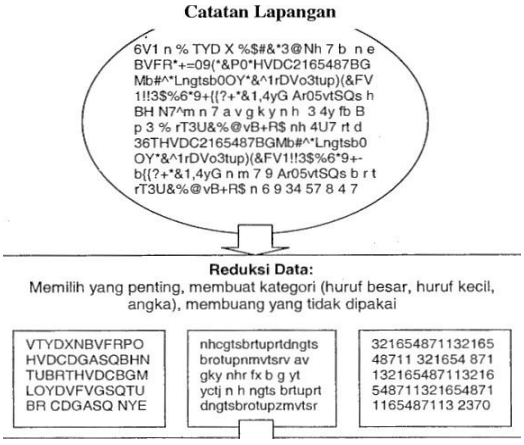
∑Y : skor *Self-perceived authenticity*

Untuk melakukan perhitungan dengan rumus-rumus diatas, peneliti menggunakan bantuan program *IBM SPSS (Statistical Package for Social Science)* versi 25.0 *for windows.*

2. Analisis Data Kualitatif

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang diperoleh di lapangan melalui wawancara perlu direduksi untuk mengurangi data yang tidak diperlukan dalam penelitian. Fungsi dari reduksi data adalah untuk mengidealkan tabulasi data yang semulanya kompleks dan rumit. Menurut Sugiyono (2017) mereduksi data berarti merangkum, memilah data-data penting, memusatkan pada hal-hal pokok dan mencari pola dari data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2009). Berikut ilustrasi reduksi data:

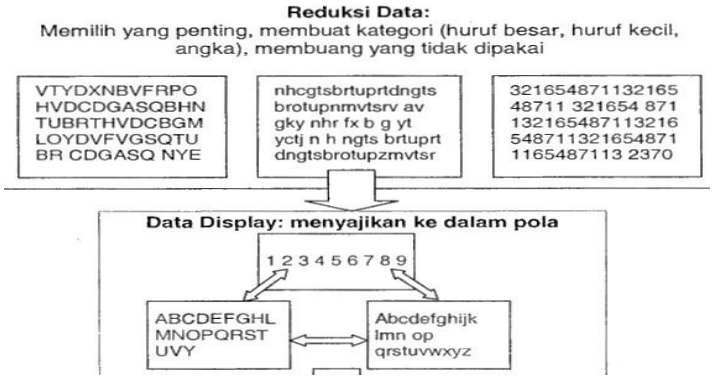


Gambar 3.1 Ilustrasi Reduksi Data

b. Data Display (Penyajian Data)

Setelah proses reduksi, data kemudian disajikan dalam bentuk yang diperlukan dalam penelitian. Bentuk penyajian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel. Tabel dipilih karena data yang dikumpulkan

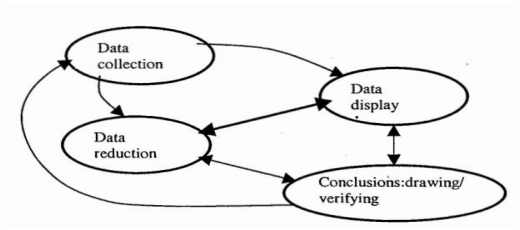
merupakan verbatim wawancara narasumber. Dengan adanya penyajian data maka data akan terorganisir, runtut dan mudah dipahami (Sugiyono, 2009). Berikut ilustrasi penyajian data:



Gambar 3. 2 Ilustrasi Data Display

c. Conclusion Drawing/Verification

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan masih bersifat sementara sampai dirasa data yang diperoleh cukup untuk menjelaskan fenomena di lapangan. Apabila data diperoleh masih kurang, maka akan dilakukan proses-proses sebelumnya secara berulang. Menurut Sugiyono (2017) berikut ilustrasi proses analisa data secara lengkap:



Gambar 3.3 Ilustrasi Proses Analisis Data model Miles & Huberman

BAB IV

HASIL & PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Tingkat *Interpersonal Trust* pada Mahasiswa UIN Malang

a. Validitas

Validitas merupakan tingkat keabsahan/ketepatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Tingkat validitas dapat diukur melalui analisis uji korelasi antar item pada data terkumpul dikomparasi dengan bare minimum pada r tabel (Sugiyono, 2009). Pada penelitian dengan responden lebih dari 165 maka r tabelnya adalah 0,361, agar dapat dikatakan valid maka tiap item harus memiliki r hitung > 0,361 (Azwar, 2014).

Tabel di bawah menyajikan hasil uji validitas kedua skala:

Tabel 4. 1 Validitas *Skala Interpersonal trust*

Nomor Aitem	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Aitem 1	0,477	0,361	Valid
Aitem 2	0,532	0,361	Valid
Aitem 3	0,374	0,361	Valid
Aitem 4	0,488	0,361	Valid
Aitem 5	0,636	0,361	Valid
Aitem 6	0,658	0,361	Valid
Aitem 7	0,759	0,361	Valid
Aitem 8	0,490	0,361	Valid
Aitem 9	0,624	0,361	Valid
Aitem 10	0,521	0,361	Valid
Aitem 11	0,523	0,361	Valid
Aitem 12	0,287	0,361	Tidak valid
Aitem 13	0,479	0,361	Valid
Aitem 14	0,264	0,361	Tidak valid
Aitem 15	0,294	0,361	Tidak valid
Aitem 16	0,446	0,361	Valid
Aitem 17	0,071	0,361	Tidak valid
Aitem 18	0,778	0,361	Valid
Aitem 19	0,602	0,361	Valid
Aitem 20	0,547	0,361	Valid
Aitem 21	0,742	0,361	Valid
Aitem 22	0,474	0,361	Valid

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa 18 dari 22 item pada Skala *Interpersonal trust* memiliki skor r tabel > 0,361 dan 4 dari 22 item pada Skala *Interpersonal trust* memiliki skor r tabel < 0,361 dengan jumlah aitem yang valid lebih banyak dari aitem yang tidak valid sehingga skala tersebut dapat dikatakan valid secara statistik dengan item ke-7 memiliki nilai validitas paling baik yaitu 0,759.

b. Reliabilitas

Reliabilitas atau keajegan merupakan kemampuan suatu instrumen atau alat ukur untuk memperoleh hasil meskipun digunakan pada waktu yang berbeda (Sugiyono, 2009). Cara untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak adalah dengan melakukan ujia reliabilitas Alpha Cronbach. Koefisien reliabilitas berada dalam rentang angka dari 0 sampai dengan 1,00. Koefisien semakin tinggi jika mendekati angka 1,00 dan semakin reliabel, begitu juga sebaliknya koefisien semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya (Azwar, 2014).

Tabel 4. 2 *Reliabilitas Alat Ukur Interpersonal Trust*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	18

Pada tabel di atas setelah sejumlah 166 data diujikan didapatkan nilai *Alpha Cronbach* pada Skala *Interpersonal trust* sebesar 0,855. Skala

memiliki nilai Alpha Cronbach > 0,6 sehingga alat ukur (Skala *Interpersonal trust*) dapat dikatakan reliabel secara statistik.

c. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (generalisasi) (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan terhadap dua variabel, yaitu *Interpersonal trust*.

Langkah-langkah dalam analisis deskriptif ini mencakup perhitungan mean, standar deviasi, dan kategorisasi skor.

i. Deskripsi Data Skala *Interpersonal trust*

Tabel 4.3 Deskripsi Statistik Skala *Interpersonal trust*

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
total	166	33.00	88.00	66.6446	11.50705
Valid N (listwise)	166				

Berdasarkan hasil output SPSS pada ***Tabel 4.4***, diperoleh data sebagai berikut:

a) Mean

Mean atau rata-rata untuk variabel *Interpersonal trust* adalah sebesar **66.64**. Nilai ini menunjukkan rata-rata kecenderungan *interpersonal trust* dari 166 subjek. Nilai ini menunjukkan bahwa secara umum, tingkat

kepercayaan interpersonal mahasiswa Mahasiswa UIN Malang berada pada skor yang relatif tinggi dari rentang skor 33 hingga 88.

b) Standar Deviasi

Standar deviasi dalam output SPSS adalah **11.51**. Namun jika menggunakan rumus Sugiyono:

$$SD = \frac{(I_{max} - I_{min})}{6} = \frac{(88 - 33)}{6} = \frac{55}{6} = 9.17$$

Standar deviasi menunjukkan seberapa besar sebaran skor terhadap rata-rata. Hasil perhitungan SPSS menunjukkan standar deviasi sebesar **11.51**, yang menandakan adanya variasi skor yang cukup moderat antar responden. Semakin besar nilai standar deviasi, semakin bervariasi pula tingkat *Interpersonal trust* di antara mahasiswa Mahasiswa UIN Malang.

c) Kategorisasi

Kategori skor ditentukan berdasarkan rumus kategorisasi Sugiyono (2009), yaitu:

i) **Kategori Tinggi:** X > (Mean + 1SD) = 66.64 + 11.51 = > 78.15

ii) **Kategori Sedang:** (Mean - 1SD) ≤ X ≤ (Mean + 1SD) = 55.13 s.d. 78.15

iii) **Kategori Rendah:** X < (Mean - 1SD) = < 55.13

Dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa:

i) **31 orang (18,7%)** termasuk dalam kategori rendah,

ii) **106 orang (63,9%)** termasuk dalam kategori sedang,

iii) **29 orang (17,5%)** termasuk dalam kategori tinggi.

Kesimpulannya mahasiswa Mahasiswa UIN Malang yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki tingkat *Interpersonal trust* pada kategori sedang. Hal ini mencerminkan bahwa secara umum mahasiswa tersebut memiliki tingkat kepercayaan terhadap orang lain yang cukup baik, namun belum sepenuhnya tinggi.

2. Tingkat *Self-Perceived Authenticity* pada Mahasiswa UIN Malang

a. Validitas

Validitas merupakan tingkat keabsahan/ketepatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Tingkat validitas dapat diukur melalui analisis uji korelasi antar item pada data terkumpul dikomparasi dengan bare minimum pada r tabel (Sugiyono, 2009). Pada penelitian dengan responden lebih dari 165 maka r tabelnya adalah 0,361, agar dapat dikatakan valid maka tiap item harus memiliki r hitung > 0,361 (Azwar, 2014).

Tabel 4. 4 Validitas Skala *Self-Perceived Authenticity*

Nomor aitem	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Aitem 1	0,564	0,361	Valid
Aitem 2	0,602	0,361	Valid
Aitem 3	0,728	0,361	Valid
Aitem 4	0,637	0,361	Valid
Aitem 5	0,751	0,361	Valid
Aitem 6	0,326	0,361	Tidak Valid
Aitem 7	0,622	0,361	Valid
Aitem 8	0,709	0,361	Valid
Aitem 9	0,764	0,361	Valid
Aitem 10	0,786	0,361	Valid
Aitem 11	0,793	0,361	Valid
Aitem 12	0,778	0,361	Valid

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa 11 dari 12 item pada Skala *Self-Perceived Authenticity* memiliki skor r tabel > 0,361 dan 1 dari 12 item pada Skala *Self-Perceived Authenticity* memiliki skor r tabel < 0,361 dengan jumlah aitem yang valid lebih banyak dari aitem yang tidak valid sehingga skala tersebut dapat dikatakan valid secara statistik dengan item ke-11 memiliki nilai validitas paling baik yaitu 0,793.

b. Reliabilitas

Reliabilitas atau keajegan merupakan kemampuan suatu instrumen atau alat ukur untuk memperoleh hasil meskipun digunakan pada waktu yang berbeda (Sugiyono, 2009). Cara untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak adalah dengan melakukan ujia reliabilitas Alpha Cronbach. Koefisien reliabilitas berada dalam rentang angka dari 0 sampai dengan 1,00. Koefisien semakin tinggi jika mendekati angka 1,00 dan

semakin reliabel, begitu juga sebaliknya koefisien semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya (Azwar, 2014).

Tabel 4. 5 *Reliabilitas Alat Ukur Self-Perceived Authenticity*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	11

Pada tabel di atas setelah sejumlah 166 data diujikan didapatkan nilai *Alpha Cronbach* pada Skala *Self-Perceived Authenticity* sebesar 0,898. Kedua skala memiliki nilai Alpha Cronbach > 0,6 sehingga alat ukur (*Self-Perceived Authenticity*) dapat dikatakan reliabel secara statistik.

c. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (generalisasi) (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan terhadap dua variabel, yaitu *Interpersonal trust* dan *Self-perceived authenticity*.

Langkah-langkah dalam analisis deskriptif ini mencakup perhitungan mean, standar deviasi, dan kategorisasi skor.

i. Deskripsi Data Skala *Self-Perceived Authenticity*

Tabel 4.6 Deskripsi Statistik *Skala Self-Perceived Authenticity*

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
total	166	18.00	48.00	35.0181	7.16174
Valid N (listwise)	166				

Berdasarkan hasil output SPSS pada ***Tabel 4.5***, diperoleh data sebagai berikut:

a) Mean

Rata-rata (mean) untuk variabel *Self-perceived authenticity* adalah **35.02**. Ini menunjukkan bahwa secara umum, mahasiswa Mahasiswa UIN Malang memiliki persepsi diri yang cukup autentik, berada pada skor menengah dari rentang 18 hingga 48.

b) Standar Deviasi

Standar deviasi dari SPSS adalah **7.16**. Jika menggunakan rumus Sugiyono:

$$SD = \frac{(I_{max} - I_{min})}{6} = \frac{(48 - 18)}{6} = \frac{30}{6} = 5.00$$

Nilai standar deviasi sebesar **7.16** mengindikasikan bahwa persebaran skor cukup bervariasi. Artinya, meskipun rata-rata berada pada

tingkat sedang, terdapat mahasiswa yang memiliki persepsi diri sangat rendah maupun sangat tinggi dalam hal keautentikan.

c) Kategorisasi

Kategori skor ditentukan dengan rumus:

i) **Kategori Tinggi**: X > (Mean + 1SD) = 35.02 + 7.16 = **> 42.18**

ii) **Kategori Sedang**: 27.86 s.d. 42.18

iii) **Kategori Rendah**: X < 27.86

Dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa:

i) **24 orang (14,5%)** termasuk dalam kategori rendah,

ii) **117 orang (70,5%)** termasuk dalam kategori sedang,

iii) **25 orang (15,1%)** termasuk dalam kategori tinggi.

Kesimpulannya sebagian besar mahasiswa Mahasiswa UIN Malang memiliki tingkat *Self-perceived authenticity* pada kategori sedang. Artinya, mereka merasa cukup mampu untuk menunjukkan diri mereka apa adanya dan bertindak konsisten dengan nilai-nilai pribadi, meskipun belum sepenuhnya tinggi atau otentik secara penuh.

3. **Hubungan *Interpersonal Trust* dengan *Self-Perceived Authenticity***

Hasil analisis regresi linear sederhanaHasil analisis regresi linear sederhana sebagai berikut :

a. Uji Asumsi

Dalam metode korelasi untuk memperoleh kesimpulan yang benar berdasarkan data yang ada. Hasil uji asumsi yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

i. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat bahwa data penelitian berasal dari populasi yang tersebar dengan normal (Sunjoyo, 2013). Suatu data dapat dinyatakan normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, apabila nilai signifikansi yang didapat justru lebih kecil maka sebaran data tersebut dianggap tidak normal.

Tabel 4.7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		166
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.26976285
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.064
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.228[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada data residual, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.228 (> 0.05). Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi lanjutan.

ii. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan agar dapat mengetahui apakah variabel dalam penelitian memiliki hubungan searah/linear. Mekanisme uji ini didasarkan pada pendekatan statistik dengan menggunakan metode uji test for linearity (ANOVA). Hubungan antar variabel dikatakan linear apabila nilai deviation- nya > 0,05 (Thein et al., 2023). Berikut hasil uji linearitas pada penelitian ini:

Tabel 4.8 Uji Linearitas ANOVA

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Authenticity * Trust	Between Groups	(Combined)	5529.852	42	131.663	5.521	.000
		Linearity	3880.830	1	3880.830	162.744	.000
		Deviation from Linearity	1649.022	41	40.220	1.687	.284
	Within Groups		2933.094	123	23.846		
	Total		8462.946	165			

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada tabel di atas, nilai signifikansi untuk baris Linearity adalah sebesar 0.000, yang berarti lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa secara statistik terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Sementara itu, nilai signifikansi pada baris Deviation from Linearity adalah sebesar 0.284, yang lebih besar dari 0.05. Berdasarkan kriteria dari Thein et al. (2021), hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari linearitas, sehingga dapat

disimpulkan bahwa hubungan antara *interpersonal trust* dan *self-perceived authenticity* bersifat linear (Thein et al., 2023).

Dengan demikian, hubungan kedua variabel tersebut tidak hanya signifikan, tetapi juga mengikuti pola hubungan yang linier dan searah. Ini mendukung kelanjutan analisis korelasi atau regresi linear pada tahap analisis berikutnya dalam penelitian ini.

b. Uji Hipotesa

Hubungan antara variabel *interpersonal trust* (X) dengan variabel *self-perceived authenticity* (Y) diketahui dengan dilakukanya teknik analisis korelasi Pearson Product Moment. Berikut hasil uji hipotesa pada penelitian ini :

Tabel 4.9 Uji Hipotesa

Correlations

		Trust	Authenticity
Trust	Pearson Correlation	1	.677**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	166	166
Authenticity	Pearson Correlation	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	166	166

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.677 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, maka dapat

disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *interpersonal trust* dan *self-perceived authenticity*. Selain itu, nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif, yang berarti semakin tinggi tingkat *interpersonal trust* seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat *self-perceived authenticity* yang dirasakannya.

4. Faktor yang mempengaruhi Hubungan antara *Interpersonal Trust* dan *Self-Perceived Authenticity* berdasarkan Data Kualitatif

Berikut hasil Data Kualitatif untuk mengetahui Faktor yang Mempengaruhi Hubungan Interpersonal Trust dan Self-Perceived Authenticity Berdasarkan analisis data kualitatif menggunakan model Miles & Huberman.

a. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian merupakan hasil wawancara terhadap 4 responden yang dipilih acak dengan ketentuan sebagai berikut:

i. Mahasiswa Psikologi UIN Malang yang masih aktif.
ii. Terdapat keterwakilan dari semester 6, 8, 10, & 12.
iii. Terdapat keterwakilan tingkat *interpersonal trust* (rendah, sedang & tinggi).

iv. Bersedia mengikuti wawancara dan ketentuan yang tertera pada *informed consent.*

Setiap responden diwawancarai pada waktu yang berbeda karena harus menyesuaikan jadwal. Tempat atau lokasi wawancara juga bervariasi yakni: NAA dan ALS di k Cafe Nakoa – Jl. Bondowoso; MI dan FRCM di Warkop Kopiyen – Jl. Sumbersari III. Meskipun wawancara dilaksanakan pada *setting* waktu dan tempat yang berbeda, namun seluruh proses wawancara tetap dilakukan secara *offline* untuk mendapatkan hasil yang optimal. Perekaman juga dilakukan untuk menyimpan hasil wawancara dengan presisi, *smartphone* milik peneliti menjadi alat yang membantu proses perekaman suara selama wawancara berlangsung. Proses perekaman telah mendapat persetujuan kedua belah pihak baik pewawancara maupun narasumber melalui *informed consent* yang telah ditandatangani kedua belah pihak (dapat di lihat pada halaman lampiran).

Pedoman wawancara yang digunakan merupakan pedoman wawancara yang telah diujikan melalui telaah isi oleh *expert judgement*. Pada pedoman wawancara terdapat 1 pertanyaan pembuka dan 8 pertanyaan inti. Delapan pertanyaan inti merupakan hasil *marginisasi* dari aspek-aspek *interpersonal trust* dan dengan aspek *self-perceived authenticity*. Proses *marginisasi* diupayakan agar mendapatkan butir pertanyaan yang mampu mengungkap bagaimana *interpersonal trust* berhubungan dengan *self-perceived authenticity*. Pertanyaan pada pedoman wawancara akan mendapatkan improvisasi pada saat proses wawancara apabila informasi

yang diberikan oleh narasumber dirasa belum cukup atau kurang jelas. Selanjutnya data terekam akan diubah menjadi verbatim untuk memudahkan proses pengolahan data hasil wawancara.

b. Reduksi Data

Reduksi data akan dilakukan dengan mengutip jawaban dari responden wawancara sesuai dengan kebutuhan penelitian. Bab mengenai hasil kualitatif akan dibagi menjadi 6 sesuai aspek *Interpersonal trust* (Keterandalan (*Reliability*), Emosi (*Emotional*), Kejujuran (*Honesty*)) dan aspek *Self-perceived authenticity* (*Authentic Living, Accepting External Influence, Self alienation*). Reduksi data akan menyajikan kutipan jawaban wawancara sesuai dengan bab yang sedang dibahas. Lebih lanjut kutipan akan dicantumkan secara utuh dari hasil transkrip wawancara yang dapat dilihat secara lengkap pada lampiran penelitian ini. Tujuan direduksinya data adalah mengurangi data yang tidak perlu dengan tetap mempertahankan informasi yang diperlukan secara utuh agar makna yang diinterpretasi tetap presisi.

Para responden sebelumnya ditandai dengan kode untuk mempermudah proses penamaan. Terdapat 4 reponden yang berpartisipasi dalam proses wawancara ini yaitu NAA (Semester 10), ALS (Semester 8), MI (Semester 6), dan FRCM (Semester 12).

i. Keterandalan (Reliability)

Keterandalan dalam konteks *Interpersonal trust* merujuk pada keyakinan bahwa individu lain akan memenuhi janji dan melakukan tindakan yang sesuai dengan ekspektasi yang telah disepakati. Dalam hubungan *interpersonal*, keterandalan merujuk juga pada kemampuan seseorang untuk bertindak secara konsisten dan menepati janji yang telah dibuat atau berkomitmen. Sifat ini menjadi fondasi bagi terciptanya hubungan yang stabil, karena setiap individu merasa aman dengan keyakinan bahwa pihak lain akan menjalankan tanggung jawabnya dengan baik. Tingkat keterandalan pada keempat responden bervariasi secara relatif. Pada responden NAA, ia merasa kalau munculnya keterandalan pada dirinya terhadap orang lain itu berawal dari temannya yang menjaga rahasia dan bersikap konsisten. NAA juga menganggap konsistensi dalam ucapan dan tindakan sebagai landasan dalam menjaga kepercayaan, mencerminkan aspek keterandalan **(NAA/10/1) (NAA/10/a)**.

"Dia nggak pernah ngebohongin aku sih, terus kalau cerita juga nggak pernah diomongin ke orang lain. **(NAA/10/1)***"*

"Jujur dan konsisten sih. Kalau bilang A ya A, jangan berubah-ubah. **(NAA/10/a)***"*

Tidak jauh beda dengan NAA, narasumber ALS dan MI juga menganggap keterandalan berawal dari orang lain. Namun ALS dan MI

memandang konsistensi sebagai cerminan dari keterandalan **(ALS/8/3) (MI/6/1)**.

“Mungkin karena dia nggak pernah berubah ke saya. Meski kami beda kampus dan jarang ketemu, tetap intens komunikasi dan masih perhatian. **(ALS/8/3)***”*

"Saya ngerasa percaya karena dia tuh konsisten, kalau janji ditepatin, dan dia nggak pernah manfaatin keadaan saya. **(MI/6/1)***"*

Berbeda dengan ketiga narasumber, FRCM yang merupakan mahasiswa semester akhir sekaligus alumni pondok yang mengalami kejadian yang kurang mengenakan ketika masih di pondok pesantren dikarenakan ketidakterandalan seseorang saat mengikuti organisasi. FRCM beranggapan keterandalan salah satu bentuknya yaitu tanggung jawab. Kejadian tersebut akhirnya menggoyahkan kepercayaan narasumber terhadap orang lain **(FRCM/12/2)**.

“… Dulu saya pernah percaya pada rekan organisasi. Dia janji akan handle satu program, tapi ternyata dia tinggalin begitu saja tanpa kabar. Saya yang harus tanggung jawab sendirian… **(FRCM/12/2)***”*

"Awalnya saya tanya baik-baik. Tapi dia malah menghindar. Dari situ saya memutuskan untuk menarik batas. Saya tetap ramah, tapi saya tidak membuka kepercayaan seperti dulu. **(FRCM/12/2)***"*

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa keempat responden menilai keterandalan sebagai manifestasi nyata dari integritas pribadi, baik

melalui kejujuran, kesetiaan, konsistensi komunikasi, maupun tanggung jawab dalam tindakan. Meskipun interpretasinya bisa berbeda tergantung pengalaman, semuanya menyepakati bahwa tanpa keterandalan, kepercayaan interpersonal tidak akan mampu bertahan. Oleh karena itu, keterandalan menjadi aspek penting dalam relasi yang sehat dan berkelanjutan.

ii. Emosi *(Emotional)*

Emosi dalam konteks kepercayaan interpersonal mencakup adanya perhatian dan empati timbal balik antar individu. Emosi semacam ini mempererat hubungan, karena membuat seseorang merasa dihormati dan dipahami. Kepercayaan yang bersifat emosional mendorong individu untuk lebih terbuka dalam mengungkapkan perasaan dan pemikiran, sehingga memperkuat kedekatan dan kolaborasi daSlam hubungan tersebut.

Emosi pada responden NAA dan FRCM sempat terjadi gejolak dan menuju perasaan yang negatif dikarenakan hubungan mereka dengan orang lain. Gejolak dan perasaan negatif menunjukkan adanya respon emosional kuat terhadap pengkhianatan kepercayaan, berupa rasa kecewa dan trauma kepercayaan. Hal tersebut akhirnya memunculkan 2 respon yang berbeda antara NAA dan FRCM. NAA akhirnya sulit percaya kepada orang lain sedangkan FRCM tetap terbuka namun lebih berhati-hati dalam percaya kepada oranglain **(NAA/10/2) (FRCM/12/2)**.

"…Dia nyebarin cerita yang harusnya pribadi. **(NAA/10/2)***"*

"Kesel banget, terus langsung ngejauh sih. Aku jadi nggak gampang percaya lagi ke orang baru setelah itu. **(NAA/10/2)***"*

"Sakit sih, kecewa juga. Tapi saya refleksi. Mungkin saya terlalu cepat percaya. **(FRCM/12/2)***"*

Berbeda dengan NAA dan FRCM, Narasumber ALS dan MI menunjukkan perasaan emosional yang positif terhadap orang lain. Mereka menganggap emosi terhadap orang lain berupa adanya dukungan emosional, rasa nyaman, tidak takut, dan perasaan bebas mengekspresikan diri sendiri. Dengan emosi positif yang terjadi membuat kepercayaan ALS dan MI terjaga **(ALS/8/5) (MI/6/1)**.

"Pasti. Kalau sama orang yang saya percaya, saya nggak takut dinilai atau ditolak. Jadi lebih spontan dan terbuka. **(ALS/8/5)** *"*

"Saya jadi bisa becanda, ngomong ngalor-ngidul, bahkan cerita hal-hal pribadi yang biasanya saya simpan. **(ALS/8/5)** *"*

"Iya banget. Rasanya kayak plong dan nggak ada beban gitu. **(ALS/8/5)** *"*

"... Dan yang paling penting sih dia bisa diajak ngobrol serius maupun bercanda. Jadi chemistry-nya dapet gitu lho, Mas. Itu bikin saya nyaman dan otomatis percaya aja. **(MI/6/1)***"*

"Waktu saya pernah ngalamin masalah organisasi, saya sempat down, dan dia tuh yang ngedeketin, nanyain terus, nggak maksa tapi kerasa support-nya. Akhirnya saya cerita banyak hal dan ternyata dia jaga rahasia saya banget. **(MI/6/1)***"*

Dari keempat responden, dapat disimpulkan bahwa emosi memainkan peran kunci dalam proses membangun dan mempertahankan kepercayaan interpersonal. Emosi negatif seperti kekecewaan dan pengkhianatan dapat memperlemah atau bahkan memutus hubungan kepercayaan, terutama jika individu tidak memiliki kemampuan pengelolaan emosi yang baik. Namun sebaliknya, pengalaman emosional yang positif seperti empati, kenyamanan, dan rasa dihargai dapat memperkuat keterikatan interpersonal serta mendorong ekspresi diri yang otentik. Tingkat kedewasaan emosional serta pengalaman sosial menjadi faktor penting yang membedakan respons tiap individu terhadap dinamika emosional dalam hubungan interpersonal.

iii. Kejujuran (*Honesty*)

Kejujuran merupakan elemen utama dalam membangun kepercayaan interpersonal. Hal ini mencakup sikap terbuka dan transparan dalam berkomunikasi, serta konsistensi dalam bertindak sesuai nilai-nilai moral. Seseorang yang jujur dianggap dapat dipercaya karena menyampaikan informasi dengan tepat dan tidak menyesatkan. Dengan

adanya kejujuran, keraguan dapat diminimalkan dan rasa saling percaya semakin kuat, karena individu merasa yakin akan kejujuran dan keadilan dari pihak lain.

Responden pertama, yakni NAA, tidak jauh seperti jawaban pada aspek sebelumnya yaitu dengan menggantungkan sesuatu kepada orang lain. NAA akan bersikap jujur ketika orang lain juga jujur kepadanya **(NAA/10/1)**.

"Dia nggak pernah ngebohongin aku sih … **(NAA/10/1)***"*

Tidak jauh beda dengan NAA, MI juga menggantungkan kejujuran kepada orang lain, namun MI lebih suka bereksperimen kepada orang lain apakah orang lain itu jujur atau tidak. MI terkadang menceritakan banyak hal yang bersifat rahasia kepada orang lain. Ketika orang lain itu ternyata menyimpan rahasia itu maka MI akan menganggap orang itu jujur, dan juga berlaku sebaliknya. MI beranggapan bahwa jujur bisa berupa menjaga rahasia orang lain **(MI/6/1)**.

"… Akhirnya saya cerita banyak hal dan ternyata dia jaga rahasia saya banget. **(MI/6/1)***"*

Berbeda dengan NAA, ALS memiliki ketakutan tersendiri untuk jujur. Ketika berada di sekitar orang lain yang kurang dia percaya ketakutan itu akhirnya muncul. Dia beranggapan Ketika dia jujur kepada orang lain maka orang lain akan menilai dirinya. Terkadang nilai-nilai yang diberikan oleh orang lain itulah yang membuat dia menjadi kurang percaya diri. Hal

ini menunjukkan adanya kesadaran akan kejujuran yang ditahan karena tekanan sosial **(ALS/8/4)**.

"Saya sering mikir dulu sebelum berekspresi. **(ALS/8/4)***"*

"Sering sih, apalagi kalau lagi rapat atau diskusi, saya pengen ngomong sesuatu tapi akhirnya nggak jadi karena takut dianggap nggak penting. **(ALS/8/4)***"*

Namun akhirnya ALS dapat melawan tekanan social berupa penilaian orang lain. Akhirnya ALS menganggap kejujuran bisa ditunjukkan melalui keberanian untuk bersikap terbuka dalam situasi yang aman dan penuh kepercayaan **(ALS/8/5)**.

"Kalau sama orang yang saya percaya, saya nggak takut dinilai atau ditolak. Jadi lebih spontan dan terbuka. **(ALS/8/5)***"*

Berbeda dengan ketiga responden diatas, FRCM sebagai alumni pondok dan mahasiswa semester akhir menganggap kejujuran merupakan fondasi awal yang sangat penting dalam proses membangun kepercayaan. Namun terkadang FRCM mendapatkan masukan dari temannya dikarenakan terlalu jujur. Hal itu menunjukan bahwa FRCM mencerminkan karakter jujurnya dalam interaksi social. FRCM menganggap kepercayaan dapat memfasilitasi keberanian untuk bersikap jujur dan autentik terhadap diri sendiri, dan itu penting bagi dirinya **(FRCM/12/1) (FRCM/12/3) (FRCM/12/6) (FRCM/12/a)**.

"Harus ada konsistensi, kejujuran kecil, baru kemudian kepercayaan besar itu bisa lahir. **(FRCM/12/1)***"*

"Saya tipe orang yang tidak suka berpura-pura. Apa adanya, bahkan kadang terlalu jujur menurut teman-teman saya. **(FRCM/12/3)***"*

"Karena ketika kita percaya seseorang tidak akan menghakimi, kita jadi berani jujur. **(FRCM/12/6)***"*

"Konsistensi, kejujuran, dan komunikasi terbuka. Kalau itu dijaga, relasi apa pun akan sehat. **(FRCM/12/a)***"*

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden menyadari pentingnya kejujuran dalam relasi interpersonal. Namun, tingkat keberanian untuk bersikap jujur sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial, rasa aman, dan kematangan pribadi. Kejujuran akan lebih mudah muncul ketika individu merasa diterima dan tidak dihakimi, serta memiliki kepercayaan terhadap lingkungan tempat mereka berada. Responden yang lebih reflektif dan mandiri secara emosional, seperti FRCM, cenderung mampu mempertahankan kejujuran sebagai bagian dari integritas diri, bukan hanya sebagai respons terhadap situasi sosial.

iv. *Authentic Living*

Authentic Living merupakan aspek dari keaslian diri yang merujuk pada sejauh mana individu mampu hidup secara jujur terhadap dirinya

sendiri. Hal ini mencakup keberanian untuk bertindak, berbicara, dan berekspresi sesuai dengan nilai-nilai personal dan identitas asli tanpa dominasi dari tekanan sosial. Ketika individu mengalami *Authentic Living*, mereka cenderung merasa lebih damai, stabil secara emosi, dan diterima oleh lingkungan sosial yang mendukung.

Responden pertama, NAA, menunjukkan bentuk *Authentic Living* dalam ruang yang aman, yaitu ketika ia berada di lingkungan yang penuh kepercayaan. Ia merasa lebih nyaman menjadi dirinya sendiri hanya ketika bersama teman dekat, karena tidak ada rasa takut dihakimi. Hal ini menunjukkan bahwa NAA masih tergantung pada konteks sosial untuk mengekspresikan keasliannya **(NAA/10/5) (NAA/10/6)**.

"Iya, pasti. Soalnya nggak ada rasa takut di-judge. **(NAA/10/5)***"*

"Kalau nyaman dan percaya, aku bisa jadi aku sendiri. **(NAA/10/6)***"*

Responden kedua, ALS, memperlihatkan bahwa kemampuan untuk menjalani hidup secara autentik sangat bergantung pada siapa yang ada di sekitarnya. Ia mampu menjadi dirinya sendiri ketika berada di sekitar teman dekat yang dapat dipercaya. Dalam lingkungan seperti itu, ia menjadi lebih spontan dan terbuka tanpa rasa takut akan penilaian **(ALS/8/5) (ALS/8/6)**.

"Saya jadi bisa becanda, ngomong ngalor-ngidul, bahkan cerita hal-hal pribadi … **(ALS/8/5)***"*

"Saya merasa saya bisa tampil apa adanya kalau saya merasa aman dan tidak dihakimi. **(ALS/8/6)***"*

Berbeda dengan NAA dan ALS, MI menampilkan karakteristik *Authentic Living* yang lebih stabil dan konsisten. Ia secara tegas menyatakan bahwa dirinya adalah pribadi yang cenderung cuek dan tampil apa adanya, bahkan di lingkungan kampus dan organisasi. Namun demikian, ia tetap melakukan penyesuaian sewajarnya tanpa merasa kehilangan jati diri **(MI/6/3) (MI/6/5)**.

"Saya orangnya emang agak cuek, jadi biasanya ya saya tampil apa adanya. **(MI/6/3)***"*

"Saya bisa bercanda sesuka hati, ngomong hal-hal aneh juga gak masalah. Mereka ngerti dan nerima saya apa adanya. **(MI/6/5)***"*

Sementara itu, responden terakhir, FRCM, menunjukkan kualitas *Authentic Living* yang sangat matang. Ia menyadari nilai penting dari menjadi diri sendiri dan secara eksplisit menyebutkan bahwa dirinya tidak suka berpura-pura. Bahkan ia mengakui bahwa teman-temannya kadang menilai dirinya terlalu jujur. FRCM menilai bahwa hidup autentik membuatnya lebih mudah diterima oleh lingkungan, dan ia tetap bisa menyesuaikan diri secara profesional tanpa kehilangan jati diri **(FRCM/12/3) (FRCM/12/5)**.

"Saya tipe orang yang tidak suka berpura-pura. Apa adanya, bahkan kadang terlalu jujur menurut teman-teman saya. **(FRCM/12/3)***"*

"Dengan jadi diri sendiri justru saya lebih mudah diterima oleh lingkungan. **(FRCM/12/3)***"*

"Biasanya saya lebih terbuka, lebih reflektif juga. **(FRCM/12/5)***"*

FRCM menjadi representasi dari individu yang memiliki kontrol diri yang kuat dan tingkat penerimaan terhadap dirinya yang tinggi, di mana keaslian bukan hanya respons terhadap lingkungan, tetapi merupakan bagian dari prinsip hidup.

Secara keseluruhan, keempat responden mencerminkan bahwa kemampuan untuk menjalani hidup secara autentik berkaitan erat dengan pengalaman interpersonal, kepercayaan diri, dan kematangan dalam memahami serta menerima diri sendiri. Makin tinggi kemampuan refleksi dan penerimaan diri, makin kuat pula kecenderungan individu untuk menjalani hidup secara autentik dalam berbagai konteks sosial.

v. *Accepting External Influence*

Accepting External Influence merupakan salah satu aspek dari self-perceived authenticity yang menggambarkan sejauh mana individu cenderung menyesuaikan diri terhadap tekanan, harapan sosial, atau norma lingkungan sekitar. Individu dengan tingkat penerimaan pengaruh eksternal yang tinggi sering kali menampilkan perilaku yang tidak sepenuhnya mencerminkan diri sejatinya demi memperoleh penerimaan sosial.

Meskipun bentuk adaptasi sosial dapat bersifat positif, penyesuaian yang berlebihan berisiko mengaburkan identitas pribadi.

Responden pertama, NAA, secara eksplisit menyampaikan bahwa ia kerap menyesuaikan diri di lingkungan kampus. Ia merasa perlu menjaga citra diri dan khawatir terhadap penilaian orang lain, terutama saat berinteraksi dengan orang yang belum dikenal baik. Ini menjadi alasan utama NAA membatasi ekspresi dirinya agar tidak tampak "aneh" **(NAA/10/3) (NAA/10/4) (NAA/10/7)**.

"Di kampus kadang harus jaim, apalagi kalau sama orang yang gak terlalu dekat. **(NAA/10/3)***"*

"Kadang karena takut penilaian orang, jadi mikir dulu mau ngomong apa gitu. **(NAA/10/4)***"*

"Ya kayak ikut gaya ngobrol mereka, padahal bukan tipeku gitu. Tapi ya biar gak keliatan beda aja. **(NAA/10/7)***"*

Responden kedua, ALS, menunjukkan tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap ekspektasi sosial. ALS menyesuaikan sikapnya tergantung siapa yang berada di sekelilingnya. Ia juga mengakui bahwa ia menahan ekspresi diri karena takut salah bicara atau dianggap aneh. Ini mengindikasikan kecenderungan menerima pengaruh eksternal secara signifikan **(ALS/8/3) (ALS/8/4) (ALS/8/7)**.

"Kalau di kampus, kadang-kadang bisa, kadang nggak juga. Tergantung siapa yang ada di sekitar saya. **(ALS/8/3)***"*

"Saya sering mikir dulu sebelum berekspresi. **(ALS/8/4)***"*

"Saya merasa harus kelihatan 'asik' biar gampang diterima. **(ALS/8/7)***"*

"Kadang juga ikutan opini biar nggak kelihatan beda sendiri. **(ALS/8/7)***"*

Sementara itu, MI (semester 6), juga mengakui pernah mengalami fase menyesuaikan diri secara berlebihan, terutama di awal masa kuliahnya. Ia mencoba mengikuti gaya pergaulan teman-temannya meskipun tidak sesuai dengan kepribadiannya. Namun, MI mampu menyadari ketidaknyamanan dari proses tersebut dan akhirnya kembali pada gaya dirinya sendiri **(MI/6/3) (MI/6/7)**.

"Saya ikut gaya orang-orang, padahal itu bukan saya banget. Tapi saya sadar, capek juga pura-pura terus. **(MI/6/7)***"*

"Kalau sama dosen atau di forum formal, ya saya otomatis lebih kalem. Tapi bukan berarti pura-pura, lebih ke tahu tempat aja. **(MI/6/3)***"*

Responden terakhir, FRCM, juga mengalami masa di mana ia merasa perlu menyesuaikan diri secara sosial, terutama saat awal kuliah. Ia merasa perlu mengadopsi gaya komunikasi dan berpakaian orang kota, yang sebenarnya tidak sesuai dengan karakternya sebagai individu dari desa. Meskipun demikian, FRCM menyadari bahwa ia lebih diterima justru ketika kembali menjadi dirinya sendiri **(FRCM/12/3) (FRCM/12/7)**.

"Waktu itu saya merasa perlu 'menyesuaikan kultur kota' karena saya dari desa. **(FRCM/12/3)***"*

"Saya ikut gaya bicara, cara berpakaian teman-teman, padahal tidak sesuai karakter saya. Tapi itu nggak nyaman. **(FRCM/12/7)***"*

Keempat narasumber ini mencerminkan bahwa menerima pengaruh eksternal adalah bagian dari proses sosial yang umum terjadi dalam kehidupan Mahasiswa di lingkungan kampus. Namun, mereka juga menunjukkan bahwa pengaruh tersebut bisa menjadi penghalang terhadap ekspresi otentik jika tidak disertai dengan refleksi dan kesadaran diri yang kuat.

vi. *Self alienation*

Self alienation merupakan kondisi psikologis di mana individu merasa terpisah dari dirinya sendiri. Individu yang mengalami *self alienation* sering kali tidak merasa otentik, meragukan tindakan atau perasaan mereka sendiri, serta mengalami konflik antara jati diri dan tuntutan sosial. Perasaan ini dapat memunculkan ketidaknyamanan psikologis, keraguan dalam bersikap, serta berkurangnya kepercayaan diri.

Responden pertama, yakni NAA, menunjukkan ciri-ciri *self alienation* dalam bentuk rasa tidak jujur terhadap dirinya sendiri. NAA mengungkapkan bahwa ia merasa tidak menjadi dirinya ketika harus

menyesuaikan diri secara berlebihan, terutama karena takut dikomentari atau dinilai negatif oleh orang lain **(NAA/10/8)**.

"Jadi ngerasa kayak gak jujur sama diri sendiri. **(NAA/10/8)***"*

"Iya, jadi overthinking juga sih, takut salah langkah. **(NAA/10/8)***"*

NAA juga menggambarkan bahwa proses meniru gaya komunikasi orang lain agar tidak terlihat berbeda justru membuatnya merasa tidak nyaman dan terpisah dari jati diri aslinya **(NAA/10/7)**.

"Ya kayak ikut gaya ngobrol mereka, padahal bukan tipeku gitu. Tapi ya biar gak keliatan beda aja. **(NAA/10/7)***"*

Berbeda dengan NAA, ALS mengalami *self alienation* dalam bentuk keraguan terhadap identitas dirinya. ALS menyatakan bahwa dalam beberapa situasi sosial ia merasa seperti tidak mengenal dirinya sendiri, terutama saat menyesuaikan diri untuk diterima lingkungan **(ALS/8/8)**.

"Jadi kayak saya gak kenal diri saya sendiri. Sering ngerasa 'ini beneran aku gak sih?' gitu. **(ALS/8/8)***"*

ALS juga menyadari bahwa ketakutannya terhadap penilaian orang lain membuatnya membatasi ekspresi diri secara spontan, sehingga berujung pada rasa tidak nyaman terhadap keaslian dirinya **(ALS/8/4) (ALS/8/7)**.

"Saya sering mikir dulu sebelum berekspresi. **(ALS/8/4)***"*

"Saya merasa harus kelihatan 'asik' biar gampang diterima. **(ALS/8/7)***"*

Sementara itu, MI juga menunjukkan gejala *self alienation* ketika mengingat masa awal kuliah. Ia pernah mencoba mengikuti gaya pergaulan orang lain demi diterima, padahal tidak sesuai dengan jati dirinya. Hal tersebut membuat MI merasa lelah secara emosional dan akhirnya menyadari pentingnya kembali menjadi diri sendiri **(MI/6/7)**.

"Saya ikut gaya orang-orang, padahal itu bukan saya banget. Tapi saya sadar, capek juga pura-pura terus. **(MI/6/7)***"*

Pengalaman ini membuat MI menjadi lebih sadar akan topeng sosial yang sempat ia kenakan dan bagaimana itu mempengaruhi persepsi dirinya sendiri **(MI/6/8)**.

"Saya tahu mana yang saya banget dan mana yang cuma topeng. **(MI/6/8)***"*

Responden terakhir, FRCM, memiliki pengalaman *self alienation* pada masa awal perkuliahan. FRCM mengakui bahwa ia sempat menyesuaikan diri secara berlebihan agar bisa diterima dalam lingkungan baru. Ia meniru cara berpakaian dan berbicara teman-temannya, meskipun tidak sesuai dengan karakter pribadinya **(FRCM/12/7)**.

"Saya ikut gaya bicara, cara berpakaian teman-teman, padahal tidak sesuai karakter saya. **(FRCM/12/7)***"*

Namun demikian, FRCM kemudian melakukan refleksi diri dan menyadari perbedaan antara dirinya yang sejati dengan versi diri yang muncul karena tekanan sosial. Ia menggambarkan perkembangan tersebut sebagai proses pendewasaan yang membantunya mengatasi keterasingan dari dirinya sendiri **(FRCM/12/8)**.

"Makin tahu mana versi diri saya yang asli, mana yang muncul karena tekanan sosial. **(FRCM/12/8)***"*

FRCM berhasil melewati fase keterasingan diri dengan kemampuan refleksi yang kuat, yang membantunya menata kembali identitas dirinya dan kembali pada bentuk ekspresi diri yang otentik.

Secara umum, keempat responden mengonfirmasi bahwa *self alienation* merupakan pengalaman yang wajar terjadi dalam proses pembentukan identitas, terutama di usia transisi seperti masa kuliah. Namun, tingkat kemampuan refleksi dan keberanian untuk menghadapi tekanan sosial sangat memengaruhi apakah individu mampu keluar dari fase keterasingan ini dan kembali kepada ekspresi diri yang lebih otentik. Kesimpulan ini menegaskan bahwa kesadaran diri dan penerimaan terhadap identitas pribadi menjadi kunci dalam mengatasi *self alienation*.

c. Data Display

Data display merupakan tahap ketiga setelah pengumpulan data dan reduksi data. Pada tahap ini data yang telah dipilih dalam transkrip melalui

reduksi data akan disederhanakan kembali dan dikategorisasikan untuk mebantu proses penarikan kesimpulan nantinya. Kategorisasi data akan menggunakan skema yang sama dengan reduksi data, yakni membagi menjadi 3 aspek resiliensi dalam bentuk tabel. Tabel akan berisikan 5 kolom yakni nomor, kode responden, kutipan wawancara, interpretasi/ringkasan dan subkategori.

d. *Conclusion Drawing*

Conclusion Drawing dalam penelitian ini merupakan proses penarikan makna mendalam berdasarkan hasil wawancara yang telah dianalisis secara tematik. Kesimpulan ini menggambarkan pemahaman terhadap dinamika psikologis dan sosial mahasiswa dalam memaknai kepercayaan interpersonal dan keaslian diri *(authenticity)*, serta bagaimana keduanya dipengaruhi oleh pengalaman hidup, hubungan sosial, dan refleksi diri.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mencermati enam aspek utama: Keterandalan *(Reliability)*, Emosi *(Emotional)*, Kejujuran *(Honesty)*, *Authentic Living*, *Accepting External Influence*, dan *Self Alienation*. Masing-masing aspek membentuk gambaran utuh mengenai bagaimana mahasiswa, dalam konteks ini Mahasiswa di perguruan tinggi, membangun kepercayaan dan otentisitas diri di tengah tekanan sosial dan dinamika hubungan interpersonal.

v. Keterandalan *(Reliability)*

Keterandalan merupakan pilar awal dalam membangun kepercayaan interpersonal. Dalam konteks mahasiswa Mahasiswa, keterandalan cenderung muncul sebagai respons terhadap tindakan orang lain. Responden NAA menegaskan bahwa konsistensi dan kejujuran teman menjadi alasan ia membangun kepercayaan **(NAA/10/1)**, sedangkan MI menilai keterandalan dari konsistensi dan tanggung jawab **(MI/6/1)**. ALS juga menyebut konsistensi sebagai dasar keterandalan, meskipun berada dalam relasi jarak jauh **(ALS/8/3)**.

Sebaliknya, FRCM menyoroti sisi negatif dari keterandalan melalui pengalaman pengkhianatan rekan organisasi, yang menyebabkan trauma kepercayaan **(FRCM/12/2)**. Namun, ia tetap mengaitkan keterandalan dengan tanggung jawab, menunjukkan bahwa bagi sebagian individu, keterandalan tidak sekadar hadir dalam bentuk loyalitas, tetapi juga sebagai *moral action.*

Keterandalan dalam kepercayaan interpersonal bagi mahasiswa ditentukan oleh pengalaman sosial dan persepsi integritas pihak lain. Bagi sebagian besar responden, keterandalan adalah bentuk nyata dari konsistensi perilaku dan tanggung jawab. Kepercayaan interpersonal tidak dibangun secara instan, melainkan dibentuk oleh riwayat tindakan yang konsisten dan dapat diandalkan, baik dalam komunikasi maupun tanggung

jawab sosial **(NAA/10/a; FRCM/12/2)**. Ketidakterandalan bahkan bisa menjadi pemicu terbentuknya batas psikologis dalam relasi sosial.

vi. Emosi *(Emotional)*

Emosi menjadi lapisan penting dalam hubungan interpersonal yang mempengaruhi kepercayaan. Responden MI dan ALS menggambarkan bagaimana dukungan emosional, kenyamanan, dan rasa aman mendorong keterbukaan dan memperkuat ikatan **(ALS/8/5; MI/6/1)**. Emosi positif ini memberikan ruang aman bagi individu untuk mengekspresikan diri tanpa takut dihakimi.

Sebaliknya, NAA dan FRCM mengalami pengalaman emosional negatif, seperti kekecewaan dan rasa dikhianati, yang berujung pada sikap menarik diri atau menjadi lebih selektif dalam membuka kepercayaan **(NAA/10/2; FRCM/12/2)**.

Kepercayaan interpersonal tidak dapat dipisahkan dari dimensi emosional. Emosi positif membangun kepercayaan, sementara emosi negatif dapat meruntuhkannya. Namun, kemampuan individu dalam mengelola emosi menentukan bagaimana dampaknya terhadap hubungan interpersonal. FRCM menunjukkan bahwa refleksi dan kedewasaan emosi dapat mengubah trauma menjadi kewaspadaan, bukan penolakan total terhadap relasi baru **(FRCM/12/2)**. Dengan demikian, kedewasaan emosi

menjadi prasyarat penting dalam mempertahankan kepercayaan interpersonal.

vii. Kejujuran *(Honesty)*

Kejujuran dipahami sebagai elemen yang sangat krusial dalam kepercayaan interpersonal. NAA dan MI menggambarkan bahwa kejujuran baru akan diberikan setelah melihat bahwa orang lain bersikap jujur terlebih dahulu **(NAA/10/1; MI/6/1)**. Sementara ALS mengalami konflik antara keinginan untuk jujur dan ketakutan akan penilaian sosial **(ALS/8/4)**, yang menunjukkan bahwa lingkungan sangat memengaruhi ekspresi kejujuran.

FRCM menempatkan kejujuran pada posisi prinsip hidup yang tidak dapat dinegosiasikan. Ia memandang bahwa menjadi jujur meskipun menimbulkan risiko penilaian negatif dari orang lain tetap lebih baik demi menjaga integritas diri **(FRCM/12/3; FRCM/12/6; FRCM/12/a)**.

Kejujuran adalah indikator utama kepercayaan, namun tidak selalu mudah untuk ditunjukkan. Faktor lingkungan sosial, seperti tekanan dan rasa aman, memainkan peran penting dalam mendorong atau menahan ekspresi kejujuran **(ALS/8/4)**. Di sisi lain, keberanian untuk bersikap jujur muncul lebih kuat pada individu yang memiliki refleksi diri tinggi dan penerimaan terhadap identitas diri, seperti FRCM. Maka, kejujuran bukan hanya aspek interpersonal, tetapi juga kualitas intrapersonal.

viii. *Authentic Living*

Authentic living mengacu pada kemampuan individu untuk menjadi diri sendiri secara konsisten, tanpa dikendalikan oleh tekanan sosial. NAA dan ALS hanya mampu menunjukkan autentisitasnya dalam ruang aman atau bersama orang terdekat **(NAA/10/5; ALS/8/6)**. MI, sebaliknya, menunjukkan autentisitas yang stabil dalam berbagai konteks, dengan menyadari batasan sosial tanpa mengubah jati diri **(MI/6/3)**.

FRCM menunjukkan autentisitas yang paling matang, yaitu mampu menjadi diri sendiri tanpa dipengaruhi tekanan eksternal, serta tetap profesional dan reflektif dalam bertindak **(FRCM/12/3; FRCM/12/5)**.

Autentisitas diri muncul dalam spektrum dari kondisional hingga stabil. Individu dengan refleksi diri tinggi lebih mampu menjalani hidup autentik meskipun berada dalam lingkungan yang penuh tekanan. Sementara sebagian mahasiswa lainnya hanya mampu tampil otentik dalam kondisi psikologis yang aman. Maka, *autenticity* tidak semata produk dari keberanian pribadi, tetapi juga hasil dari pengalaman, penerimaan diri, dan kapasitas reflektif.

ix. *Accepting External Influence*

Accepting external influence mencerminkan sejauh mana individu rela menyesuaikan diri dengan tuntutan sosial, yang kadang menyebabkan pergeseran jati diri. Semua responden **(NAA, ALS, MI, dan FRCM)**

pernah mengalami fase ini, terutama di awal perkuliahan. Mereka merasa perlu menyesuaikan cara bicara, berpakaian, atau bersikap untuk diterima **(NAA/10/3; ALS/8/7; MI/6/7; FRCM/12/7)**.

Namun, MI dan FRCM pada akhirnya menyadari ketidaknyamanan dari proses ini dan memilih untuk kembali kepada ekspresi diri yang lebih sejati, menandakan adanya kesadaran identitas.

Menerima pengaruh eksternal adalah hal umum dalam konteks transisi sosial, terutama di usia mahasiswa. Namun, penyesuaian yang berlebihan bisa mengaburkan identitas diri. Kemampuan reflektif sangat menentukan apakah individu mampu menyeimbangkan adaptasi sosial dengan keaslian diri. Dengan kata lain, pengaruh sosial tidak selalu buruk, namun harus dikelola dengan kesadaran agar tidak merusak otentisitas pribadi.

x. *Self Alienation*

Self alienation menggambarkan keterasingan individu dari dirinya sendiri, yang banyak dipicu oleh keharusan untuk menyesuaikan diri demi diterima sosial. NAA, ALS, MI, dan FRCM sama-sama mengalami fase ini, ditandai dengan perasaan tidak menjadi diri sendiri, kelelahan emosional, atau kesadaran akan "topeng sosial" yang dikenakan **(NAA/10/8; ALS/8/8; MI/6/8; FRCM/12/8)**.

Namun, MI dan FRCM mampu mengatasi fase ini dengan refleksi mendalam, yang membawa mereka kembali pada ekspresi diri yang lebih otentik.

Self-alienation adalah konsekuensi psikologis dari ketidaksesuaian antara diri sejati dan tuntutan sosial. Namun, tidak semua individu terjebak dalam kondisi ini. Kemampuan untuk merefleksikan pengalaman dan menyadari batasan diri menjadi kunci utama untuk keluar dari keterasingan diri. Mahasiswa yang mampu mengelola tekanan sosial secara sadar akan lebih cepat kembali pada identitas yang autentik dan sehat secara psikologis.

B. Pembahasan

Proses pengumpulan data pada penelitian ini telah menghasilkan temuan yang signifikan secara statistik maupun deskriptif. Dari total 166 mahasiswa Mahasiswa UIN Malang sebagai responden kuesioner, data kuantitatif menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel *Interpersonal* Trust (independen) dengan *Self-perceived Authenticity* (dependen). Hasil uji korelasi Pearson menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti dapat diterima secara statistik bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Koefisien korelasi sebesar 0,677 menunjukkan tingkat hubungan yang kuat. Sementara itu, dari hasil uji regresi sederhana, *Interpersonal Trust*

menjelaskan 45,9% varian dari *Self-perceived Authenticity*, sebagaimana ditunjukkan dalam *output* tabel Model *Summary*.

Melalui wawancara mendalam terhadap empat narasumber, ditemukan variasi pengalaman dalam membangun kepercayaan interpersonal serta menjaga keaslian diri di lingkungan sosial dan akademik. Perbedaan ini mencakup cara individu menilai kejujuran orang lain, pengalaman interpersonal sebelumnya, serta sejauh mana mereka mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial tanpa kehilangan jati dirinya. Responden dengan tingkat *trust* yang tinggi cenderung menunjukkan kepercayaan lebih besar terhadap lingkungan sosial, merasa lebih aman untuk menjadi diri sendiri, dan menunjukkan konsistensi antara nilai pribadi dan perilaku sehari-hari.

Sebaliknya, responden dengan tingkat kepercayaan rendah lebih berhati-hati dalam membuka diri, sering kali merasa perlu untuk menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial, dan mengalami kesulitan dalam mempertahankan identitas personal yang autentik. Beberapa menyatakan adanya tekanan dari media sosial atau pengalaman masa lalu yang menyebabkan keraguan dalam membentuk relasi sosial yang mendalam.

Data ini memperlihatkan bahwa Interpersonal Trust bukan hanya berkaitan dengan hubungan sosial, tetapi juga berpengaruh besar terhadap bagaimana individu memandang, menilai, dan mengekspresikan dirinya

secara autentik. Tingkat *Self-perceived Authenticity* yang lebih tinggi ditemukan pada mahasiswa yang memiliki kepercayaan interpersonal kuat, yang merasa aman dalam menampilkan jati dirinya tanpa tekanan berlebihan dari lingkungan eksternal.

Selanjutnya, pembahasan berikut akan menguraikan hasil penelitian secara lebih terstruktur berdasarkan masing-masing rumusan masalah.

1. Tingkat *Interpersonal Trust* pada Mahasiswa UIN Malang

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *interpersonal trust* pada mahasiswa Mahasiswa di UIN Malang berada dalam kategori sedang. Nilai reliabilitas alat ukur menggunakan uji *Cronbach's Alpha* menunjukkan hasil sebesar > 0,8 yang berarti sangat reliabel. Uji validitas pada setiap item juga menunjukkan bahwa sebagian besar item valid karena memiliki r hitung > r tabel (0,361). Item-item yang tidak valid telah dieliminasi dari pengolahan data lanjutan. Dari ketiga indikator yang diukur, yaitu kejujuran, keandalan, dan keterbukaan, dimensi kejujuran memperoleh skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa menilai kepercayaan antarpribadi terutama berdasarkan seberapa jujur seseorang dalam berperilaku dan menyampaikan informasi. Kejujuran menjadi aspek penting dalam menjalin relasi, terlebih dalam konteks pergaulan di lingkungan kampus.

Pendalaman melalui data kualitatif memperkuat temuan tersebut. Mahasiswa yang diwawancarai menyampaikan bahwa mereka cenderung

berhati-hati dalam membangun kepercayaan dengan orang lain karena berbagai pengalaman negatif di masa lalu maupun karena pengaruh media sosial. Mereka mengaitkan kepercayaan dengan pengalaman pribadi yang membentuk persepsi bahwa tidak semua orang dapat dipercaya dengan mudah. Kepercayaan hanya diberikan setelah melalui proses pengamatan dan pembuktian, dan sering kali dipengaruhi oleh nilai-nilai moral yang dianut oleh individu tersebut.

Fenomena ini sejalan dengan pandangan Mayer et al. (1995) bahwa kepercayaan *interpersonal* terbentuk dari persepsi terhadap integritas, kemampuan, dan niat baik seseorang. Di kalangan Mahasiswa, persepsi ini sering kali dibentuk oleh pengalaman langsung maupun oleh dinamika sosial yang terjadi secara digital, seperti melalui media sosial. Konteks digital turut memengaruhi bagaimana mahasiswa menilai dan memverifikasi kejujuran seseorang, sehingga kepercayaan lebih selektif dan bersifat dinamis (Mayer et al., 1995).

2. Tingkat *Self-Perceived Authenticity* pada Mahasiswa UIN Malang

Self-perceived authenticity atau persepsi keaslian diri pada mahasiswa Mahasiswa UIN Malang juga sebagian besar berada pada kategori sedang. Skala yang digunakan mengukur tiga aspek utama menurut

Wood et al. (2008), yaitu *Self-Alienation, Authentic Living*, dan *Accepting External Influence* (Wood et al., 2008).

Dari hasil analisis deskriptif terhadap skala *Self-perceived Authenticity* diperoleh data bahwa sebagian besar mahasiswa Mahasiswa UIN Malang juga berada pada kategori sedang. Dimensi *Authentic Living* mendominasi dengan skor tertinggi, yang menunjukkan bahwa mahasiswa berusaha untuk hidup sesuai dengan nilai-nilai pribadinya.

Namun, pada dimensi *Self-Alienation*, ditemukan adanya sebagian mahasiswa yang merasa terputus dengan jati dirinya, terutama dalam konteks tekanan sosial dan media digital. Skor dimensi *Accepting External Influence* juga menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa cukup terpengaruh oleh norma eksternal dalam pengambilan keputusan atau perilaku sosial.

Instrumen pengukuran ini juga telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Sebagian besar item memiliki nilai r hitung yang melebihi r tabel, dengan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* yang juga berada di atas ambang batas akseptabel, yaitu > 0,7.

Oleh karena itu, hasil menunjukkan bahwa dimensi *Authentic Living* memiliki skor tertinggi, menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa hidup sesuai dengan nilai-nilai pribadi mereka. Mereka menyatakan bahwa menjadi diri sendiri penting dan berusaha untuk tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan sosial. Artinya, sebagian besar mahasiswa merasa berusaha untuk hidup sesuai dengan nilai dan keyakinan pribadi mereka.

Namun, skor pada dimensi *accepting external influence* dan *self-alienation* juga menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih merasakan tekanan dari lingkungan sosial yang membuat mereka merasa tidak sepenuhnya menjadi diri sendiri. Mahasiswa cenderung mempertimbangkan ekspektasi sosial tertentu dalam menampilkan identitas mereka, terutama dalam konteks media sosial, pertemanan, maupun kehidupan akademik.

Hasil kualitatif menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa merasa perlu menyesuaikan diri dengan lingkungan agar diterima, yang pada akhirnya menyebabkan keterasingan dari jati diri mereka sendiri. Beberapa narasumber menggambarkan adanya konflik batin antara keinginan untuk tampil otentik dengan kebutuhan untuk menyesuaikan diri secara sosial. Hal ini menunjukkan bahwa keaslian diri bukanlah sesuatu yang mutlak dimiliki, tetapi merupakan hasil dari negosiasi terus-menerus antara nilai pribadi dan tekanan sosial.

Kondisi ini sesuai dengan teori Wood et al. (2008), di mana *self-perceived authenticity* dapat terganggu jika seseorang terlalu terpengaruh oleh norma eksternal, sehingga mengalami *self-alienation*. Mahasiswa yang memiliki kesadaran akan hal ini cenderung berusaha untuk menjaga keaslian diri mereka, meskipun tidak selalu mudah dilakukan dalam lingkungan yang penuh ekspektasi (Wood et al., 2008).

3. Hubungan Interpersonal Trust dengan Self-Perceived Authenticity

Analisis korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat dan signifikan antara interpersonal trust dan self-perceived authenticity, dengan nilai r sebesar 0,677 dan signifikansi 0,000. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan interpersonal yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat keaslian diri yang mereka rasakan. Keterkaitan ini menggambarkan bahwa kepercayaan terhadap orang lain memberikan ruang psikologis bagi individu untuk mengekspresikan diri secara lebih otentik. Dalam lingkungan yang dipercaya, mahasiswa merasa lebih aman untuk menampilkan nilai-nilai pribadi tanpa rasa takut akan penolakan sosial. Sebaliknya, ketika kepercayaan interpersonal rendah, mahasiswa cenderung menyesuaikan diri secara berlebihan, yang kemudian menurunkan tingkat keaslian diri.

Hubungan ini juga diperkuat oleh data kualitatif, di mana narasumber yang memiliki pengalaman relasi yang positif dan saling percaya, cenderung lebih terbuka dan menunjukkan jati diri mereka dengan lebih konsisten. Mahasiswa tersebut merasa tidak perlu menyembunyikan aspek diri yang sebenarnya karena mendapatkan dukungan dari lingkungan sosial yang dapat dipercaya.

Hasil ini mendukung teori Devito (2011) tentang *self-disclosure* dan keamanan psikologis yang muncul dalam hubungan interpersonal yang sehat. Ketika seseorang merasa aman dan percaya terhadap orang lain, mereka lebih mungkin untuk menunjukkan siapa diri mereka yang sebenarnya. Hal ini memperkuat *Authentic Living* dan *mengurangi Self-Alienation* (Arwa, 2021).

Sebaliknya, mahasiswa yang mengalami pengalaman relasi negatif atau dikhianati cenderung lebih tertutup dan berhati-hati dalam mengekspresikan diri. Mereka mengakui bahwa pengalaman tidak menyenangkan dalam hubungan interpersonal membuat mereka sulit untuk menjadi diri sendiri secara utuh, bahkan dalam situasi yang seharusnya mendukung.

Studi-studi sebelumnya juga mendukung temuan ini. Firual & Hariyadi (2022) menemukan bahwa *trust* dan *intimate friendship* mendukung keterbukaan diri. Arwa (2021) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa pengguna *second account* Instagram wanita dewasa awal memiliki korelasi positif antara kepercayaan interpersonal dan *self-disclosure*, yang dapat ditransfer relevansinya pada konteks Mahasiswa UIN Malang (Arwa, 2021; Firual & Hariyadi, 2022).

4. Faktor yang mempengaruhi Hubungan antara *Interpersonal Trust* dan *Self-Perceived Authenticity* berdasarkan Data Kualitatif

Dari hasil wawancara mendalam, terlihat bahwa proses dan dinamika hubungan antara kepercayaan interpersonal dan keaslian diri sangat dipengaruhi oleh pengalaman relasi yang terbentuk sejak awal masa perkuliahan, bahkan sebelum memasuki dunia kampus. Mahasiswa yang memiliki pola hubungan yang suportif dan penuh kepercayaan sejak awal cenderung membawa pola tersebut ke dalam hubungan sosial mereka di lingkungan perkuliahan.

Dalam konteks ini, kepercayaan interpersonal berperan sebagai fondasi yang memungkinkan terbentuknya ruang psikologis yang aman. Ketika mahasiswa merasa dipercaya dan dapat mempercayai orang lain, mereka menjadi lebih mampu mengekspresikan perasaan, pandangan, dan identitas diri tanpa rasa khawatir akan penolakan. Hal ini memperkuat *authentic living* dan menurunkan tingkat *self-alienation*.

Namun, proses ini tidak terjadi secara otomatis. Beberapa mahasiswa menggambarkan bahwa mereka membutuhkan waktu untuk membangun kepercayaan dengan orang lain, terlebih jika memiliki pengalaman relasi negatif sebelumnya. Dalam beberapa kasus, pengalaman seperti pengkhianatan dalam pertemanan atau manipulasi membuat

mahasiswa menutup diri dan membentuk persona yang disesuaikan dengan ekspektasi lingkungan, sehingga mengurangi keaslian diri.

Media sosial juga menjadi faktor penting dalam dinamika ini. Mahasiswa menyadari bahwa identitas yang ditampilkan di media sosial sering kali tidak mencerminkan diri mereka yang sesungguhnya. Kebutuhan untuk tampil ideal membuat beberapa dari mereka merasa terasing dari diri sendiri, karena harus menyembunyikan aspek-aspek yang dianggap tidak sesuai dengan standar sosial.

Secara umum, dapat disimpulkan bahwa *interpersonal trust* memiliki pengaruh yang signifikan dalam memungkinkan mahasiswa Mahasiswa untuk hidup secara otentik. Namun, proses ini sangat dipengaruhi oleh pengalaman hubungan interpersonal, persepsi terhadap dukungan sosial, dan konteks lingkungan, baik *offline* maupun *online*. Dinamika ini menggambarkan hubungan yang saling terkait antara kepercayaan, penerimaan sosial, dan keaslian diri, yang berlangsung secara terus-menerus dan bersifat kontekstual.

Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan *mixed method*, terdapat temuan yaitu tiga mekanisme utama yang menjelaskan bagaimana *trust* memengaruhi *authenticity*:

i. Keamanan Psikologis

   Trust menciptakan ruang aman untuk menunjukkan diri tanpa takut penilaian.

ii. Keberanian Mengungkapkan Diri

Kepercayaan pada orang lain meningkatkan *willingness* untuk membuka diri, mengurangi alienasi.

iii. Penurunan Tekanan Sosial

Trust terhadap lingkungan sosial mengurangi kebutuhan untuk mengikuti ekspektasi eksternal, yang memperkuat *authentic living.*

Secara keseluruhan, *trust* bukan hanya kondisi psikologis antarindividu, tetapi juga fondasi dalam membentuk persepsi terhadap diri sendiri. Selain itu analisis kuantitatif tidak secara langsung mengukur faktor moderator, namun interpretasi terhadap nilai deskriptif masing-masing indikator memberikan petunjuk bahwa:

i. Kejujuran dan *authentic living* merupakan faktor penguat hubungan.

ii. *Self-alienation* dan *accepting external influence* yang tinggi dapat melemahkan hubungan tersebut.

Dengan demikian, nilai-nilai interpersonal dan keyakinan diri menjadi faktor internal yang memperkuat hubungan *trust* dan *authenticity*, sementara tekanan sosial dan konflik batin menjadi penghambat.

Lebih jauh, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara interpersonal trust dan self-perceived authenticity bukan hanya hubungan yang bersifat linear dan sederhana, melainkan dipengaruhi oleh

berbagai kondisi psikologis, sosial, dan lingkungan yang menyertainya. Meskipun trust dapat menciptakan ruang aman, mendorong keberanian untuk mengekspresikan diri, dan menurunkan tekanan sosial, namun efektivitas ketiga mekanisme tersebut tidak dapat dilepaskan dari keberadaan faktor-faktor yang memperkuat maupun yang menghambat. Dengan kata lain, kepercayaan dan keaslian diri seseorang tidak hanya bergantung pada relasi interpersonal semata, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas dukungan sosial yang diterima, kondisi mental individu, serta sejauh mana lingkungan sekitar memberikan ruang bagi penerimaan diri. Demikian pula, terdapat berbagai hambatan yang dapat mengikis kepercayaan dan mempersulit individu untuk hidup secara autentik, seperti tekanan dari media sosial, rendahnya harga diri, maupun pengalaman relasi negatif yang membekas. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor penguat dan penghambat ini menjadi krusial agar upaya untuk memperkuat self-perceived authenticity dapat dilakukan secara lebih holistik dan kontekstual.

Faktor-faktor penguat hubungan tersebut antara lain:

i. Dukungan Sosial

   Mahasiswa yang memiliki lingkungan sosial suportif lebih mudah menunjukkan keaslian dirinya.

ii. Kesehatan Mental

   Mahasiswa yang memiliki regulasi emosi yang baik cenderung memiliki *trust* dan *authenticity* yang tinggi.

iii. Lingkungan Akademik

Lingkungan kampus yang inklusif mendukung keterbukaan dan penerimaan diri.

Adapun faktor-faktor penghambat:

i. Pengaruh Media Sosial

Ekspektasi sosial dari media membuat mahasiswa merasa harus tampil sempurna.

ii. Rendahnya Harga Diri

Mahasiswa yang memiliki *self-esteem* rendah lebih mudah menyesuaikan diri secara tidak autentik.

iii. Pengalaman Relasi Negatif

Trauma atau pengkhianatan di masa lalu menghambat terbentuknya *trust* baru.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan intervensi psikologis yang bertujuan untuk memperkuat keaslian diri (*self-perceived authenticity*) pada mahasiswa Mahasiswa, khususnya melalui peningkatan aspek-aspek *interpersonal trust* seperti kejujuran, keterandalan, dan kedekatan emosional dalam hubungan sosial. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan antarpribadi tidak hanya berperan dalam membentuk relasi yang sehat, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi mahasiswa untuk mengekspresikan jati diri mereka secara autentik di tengah tekanan sosial dan digitalisasi yang semakin kuat.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, desain penelitian yang bersifat *cross-sectional* membatasi kemampuan untuk menelusuri hubungan kausal antara *interpersonal trust* dan *self-perceived authenticity*. Dengan demikian, tidak dapat dipastikan secara definitif arah pengaruh keduanya—apakah trust mendorong *authenticity* atau sebaliknya. Kedua, penggunaan metode *mix-method* yang mengandalkan *self-report* dan wawancara semi-terstruktur membuka peluang munculnya bias subjektif dari responden, terutama dalam hal interpretasi terhadap keaslian diri dan tingkat kepercayaan sosial yang mereka alami.

Selain itu, generalisasi temuan ini perlu dilakukan dengan hati-hati karena konteks penelitian hanya terbatas pada mahasiswa UIN Malang, yang memiliki latar sosial, budaya, dan religiusitas tersendiri. Dalam lingkungan akademik atau komunitas Mahasiswa yang berbeda, dinamika antara kepercayaan dan keaslian diri bisa jadi menunjukkan pola yang tidak serupa. Pembahasan ini mengintegrasikan data kuantitatif dan kualitatif yang menunjukkan bahwa *Interpersonal Trust* dan *Self-Perceived Authenticity* saling terkait erat dalam kehidupan mahasiswa Mahasiswa di UIN Malang. Kepercayaan terhadap orang lain membuka ruang bagi individu untuk menjadi dirinya sendiri secara utuh. Dalam dunia yang serba cepat dan penuh tekanan sosial, menjaga keaslian diri menjadi tantangan, namun juga kunci dalam menciptakan kehidupan sosial yang sehat dan bermakna.

Dalam konteks pendidikan tinggi, temuan ini dapat menjadi dasar bagi lembaga akademik, konselor kampus, dan praktisi psikologi untuk merancang program pemberdayaan psikologis yang lebih inklusif. Program tersebut dapat mencakup pelatihan keterampilan interpersonal, penguatan identitas diri, serta pengembangan literasi digital untuk menghadapi dinamika relasi sosial di era media sosial. Upaya ini akan membantu menciptakan lingkungan kampus yang lebih suportif terhadap keterbukaan, keberagaman, dan ekspresi diri yang autentik.

Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembangan intervensi psikologis dan sosial yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan mahasiswa. Bagi Mahasiswa di UIN Malang, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merancang program yang memperkuat kepercayaan sosial, meningkatkan *self-awareness*, serta mendorong keberanian untuk hidup autentik. Dalam jangka panjang, hal ini dapat membentuk generasi yang lebih kuat secara emosional, sosial, dan intelektual dalam menghadapi tantangan era digital.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyumbang pada pengembangan teori psikologi sosial modern, tetapi juga memberikan solusi praktis yang bisa diterapkan di institusi pendidikan tinggi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif terhadap 167 mahasiswa UIN Malang, diketahui bahwa tingkat *Interpersonal Trust* mahasiswa secara umum berada pada kategori sedang sebanyak 66,47%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki tingkat kepercayaan interpersonal yang cukup baik, di mana mereka cenderung mampu memberikan kepercayaan kepada orang lain dalam konteks sosial, namun dengan kadar kehati-hatian yang moderat. Hal ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang meskipun terbuka dalam pergaulan, tetap selektif dalam membangun kepercayaan interpersonal, terutama di tengah derasnya arus digitalisasi yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *Self-Perceived Authenticity* mahasiswa UIN Malang juga berada dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 59,28%. Artinya, mayoritas mahasiswa merasa bahwa tindakan, pemikiran, dan perasaan mereka cukup selaras dengan jati diri sejati mereka. Meskipun demikian, tekanan sosial, baik dari lingkungan perkuliahan maupun media sosial,

masih mempengaruhi sebagian mahasiswa dalam menampilkan keaslian dirinya. Hal ini sejalan dengan pendapat Wood et al. (2008) yang menyatakan bahwa keaslian diri merupakan proses dinamis yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk konteks sosial dan psikologis.

3. Berdasarkan uji korelasi Pearson, diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara *Interpersonal Trust* dan *Self-perceived Authenticity*. Nilai korelasi sebesar 0,677 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa kepercayaan interpersonal secara kuat berasosiasi dengan tingkat keaslian diri individu. Artinya, mahasiswa yang memiliki kepercayaan lebih tinggi terhadap lingkungan sosial cenderung lebih nyaman menjadi dirinya sendiri. Hubungan ini mencerminkan bahwa *trust* menciptakan rasa aman psikologis yang mendasari ekspresi diri yang utuh dan konsisten.
4. Hasil penelitian kualitatif yang diperoleh melalui wawancara mendalam menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi hubungan antara *Interpersonal Trust* dan *Self-Perceived Authenticity* pada mahasiswa UIN Malang. Salah satu faktor utamanya adalah lingkungan sosial yang suportif. Ketika individu merasa diterima dan didukung oleh lingkungan sekitarnya, mereka cenderung lebih nyaman untuk menampilkan diri secara apa adanya tanpa rasa takut akan penolakan atau penilaian negatif.

Selain itu, keamanan emosional juga menjadi faktor penting. Mahasiswa yang merasa aman secara emosional, baik dalam lingkaran pertemanan maupun organisasi, lebih berani menampilkan jati diri mereka yang sejati. Pengalaman sosial dan interaksi masa lalu juga memainkan peran signifikan. Mahasiswa yang memiliki pengalaman positif dalam hubungan interpersonal di masa lalu cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dan mampu menampilkan diri secara autentik. Sebaliknya, pengalaman negatif seperti pengkhianatan atau penolakan dapat membuat seseorang menjadi lebih tertutup dan berhati-hati dalam membangun kepercayaan baru. Di sisi lain, tekanan sosial dan pengaruh media sosial menjadi tantangan tersendiri. Budaya media sosial yang menekankan pencitraan diri yang ideal sering kali membuat mahasiswa merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan standar yang ada, sehingga mereka sulit mempertahankan keaslian diri. Dalam situasi seperti ini, mahasiswa yang mampu membangun kepercayaan interpersonal yang sehat akan lebih kuat dalam menjaga keaslian dirinya, karena mereka memiliki keberanian untuk menolak pengaruh eksternal yang tidak sesuai dengan nilai-nilai pribadi mereka. Dengan demikian, faktor-faktor sosial, emosional, dan digital berinteraksi secara dinamis dalam mempengaruhi sejauh mana seseorang dapat mempercayai orang lain dan sekaligus mampu hidup selaras dengan jati dirinya yang otentik.

B. Saran

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan intervensi psikologis yang bertujuan untuk meningkatkan keaslian diri mahasiswa, khususnya melalui penguatan dimensi *interpersonal trust* dan keterampilan sosial. Berdasarkan temuan ini, terdapat dua arah saran yang dapat diberikan.

1. Saran untuk mahasiswa: Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kesadaran diri (*self-awareness*) terhadap pentingnya memiliki kepercayaan interpersonal yang sehat dalam membangun hubungan sosial yang saling mendukung. Trust yang terbentuk secara sehat dapat menciptakan ruang psikologis yang aman untuk mengekspresikan diri secara jujur dan konsisten. Mahasiswa juga diimbau untuk membangun dan menjaga relasi sosial yang positif melalui keterbukaan, empati, dan komunikasi yang asertif. Ini penting dalam rangka menghindari ketergantungan pada persepsi sosial yang semu dan menjaga keutuhan jati diri. Mahasiswa dapat mulai membatasi paparan terhadap standar sosial yang tidak realistis di media sosial dengan cara mengkurasi konten yang dikonsumsi dan memperkuat identitas pribadi melalui kegiatan reflektif seperti *journaling*, konseling, atau diskusi kelompok. Disarankan pula untuk aktif terlibat dalam kegiatan kampus seperti organisasi, pelatihan kepemimpinan, atau komunitas minat khusus yang dapat memperluas jaringan sosial dan meningkatkan rasa percaya terhadap lingkungan sekitar.

2. Saran untuk pihak lembaga pendidikan atau kampus: Kampus sebagai institusi pendidikan tinggi diharapkan dapat menciptakan lingkungan akademik yang mendukung kejujuran, keterbukaan, dan penerimaan terhadap keunikan individu. Hal ini bisa dicapai melalui penguatan budaya inklusif dan penanaman nilai-nilai integritas dalam kegiatan pembelajaran maupun kegiatan organisasi kemahasiswaan. Perlu dilakukan penguatan layanan psikologis kampus, baik dalam bentuk layanan konseling tatap muka maupun daring, serta memperbanyak kampanye mental *health awareness* untuk menjangkau mahasiswa yang membutuhkan dukungan psikososial. Lembaga juga dapat menyelenggarakan pelatihan *soft skills*, seperti pelatihan kepercayaan diri, kemampuan membangun *trust*, serta pengembangan *self-concept* melalui pendekatan *experiential learning* yang melibatkan simulasi interaksi sosial atau *roleplay*.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya: Penelitian lanjutan disarankan menggunakan desain longitudinal untuk mengamati perubahan dan arah hubungan antara *trust* dan *authenticity* dari waktu ke waktu. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel mediasi atau moderasi seperti empati, regulasi emosi, atau pengaruh budaya kampus untuk memperkaya pemahaman tentang dinamika psikologis tersebut. Penggunaan pendekatan metode campuran yang lebih mendalam seperti *focus group discussion* (FGD) atau

observasi perilaku sosial dapat memperluas perspektif temuan dan memberikan data yang lebih kontekstual. Penelitian dengan cakupan lintas institusi, wilayah, atau bahkan negara juga akan memberikan kontribusi signifikan dalam menjelaskan bagaimana faktor sosial dan budaya berperan dalam membentuk *trust* dan keaslian diri pada Mahasiswa. Dengan demikian, baik dari sisi mahasiswa, institusi pendidikan, maupun peneliti selanjutnya, perlu ada upaya sinergis untuk menumbuhkan lingkungan sosial yang sehat dan mendukung ekspresi diri yang autentik guna menunjang kesejahteraan psikologis generasi muda, khususnya di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, C. (2022). What I Talk About When I Talk About Authenticity: An Auto-Bibliographic Inquiry. In M. Heřmanová, M. Skey, & T. Thurnell-Read (Eds.), *Cultures of Authenticity* (pp. 209–214). Emerald Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/978-1-80117-936-220221015

Alarcon, G., Lyons, J., Christensen, J., Bowers, M., Klosterman, S., & Capiola, A. (2018). The Role of Propensity to Trust and the Five Factor Model across the Trust Process. *Journal of Research in Personality*, *75*. https://doi.org/10.1016/j.jrp.2018.05.006

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 1–9. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57

Arikunto, S. (2002). Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek. In *Rineka Cipta*.

Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Asdi mahasatya.

Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. In *Jakarta : Rineka Cipta*.

Arwa. (2021). Hubungan antara interpersonal trust dengan self disclosure pengguna second account media sosial instagram pada wanita dewasa awal.

Jurnal Psikologi, 1–137.

Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.

Balaban, D. C., & Szambolics, J. (2022). A Proposed Model of Self-Perceived Authenticity of Social Media Influencers. *Media and Communication*, *10*(1), 235–246. https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4765

Brannen, J. (2005). *Memadu Metode Penelitian: Kualitatif \& Kuantitatif. Yogyakatra: Fakultas Tarbiyah {IAIN} Antasari Samarinda \& Pustaka Pelajar*.

Brin, H. (2023). Karakteristik Khas Generasi Milenial dan {Z} sebagai Digital Native. In *Badan Riset dan Inovasi Nasional*.

Burke, S., Sims, D., Lazzara, E., & Salas, E. (2007). Trust in leadership: A multi-level review and integration. The Leadership Quarterly, 18, 606-632. *The Leadership Quarterly*, *18*, 606–632. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2007.09.006

Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *4*(2), 105–117. https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024

Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Pustaka Pelajar.

Dhea. (2024). Mengenal Gaya Komunikasi Gen {Z}. In *Prodi Ilmu Komunikasi*

Untag.

Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2002). Trust in leadership: Meta-analytic findings and implications for research and practice. *J. Appl. Psychol.*, *87*(4), 611–628.

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, *5*(1), 1–4.

Evans, A. M., & Revelle, W. (2008). Survey and behavioral measurements of interpersonal trust. *J. Res. Pers.*, *42*(6), 1585–1593.

Febrianti, R., Milla, M. N., Setiamurti, A., Wulandari, A., Handayani, I., \& Yuniar. (2023). Pengukuran Kepribadian Autentik: Adaptasi Alat Ukur Skala Autentisitas Versi Indonesia. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi)*, *14*(1), 72–96.

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. https://doi.org/10.15294/sip.v11i1.61552

Frazier, M., Johnson, P., & Fainshmidt, S. (2013). Development and Validation of a Propensity to Trust Scale. *Journal of Trust Research*, *3*, 76–97. https://doi.org/10.1080/21515581.2013.820026

Gil-Or, O., Levi-Belz, Y., & Turel, O. (2015). The “Facebook-self”: Characteristics and psychological predictors of false self-presentation on

Facebook. *Frontiers in Psychology*, *6*(FEB), 1–10. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00099

GlobalWebIndex. (2019). Generation Z examining the attitudes and digital behaviours of internet users aged 16-21. *GlobalWebIndex*, 1–37. http://www.globalwebindex.com/reports/generation-z

Hadi, S. (2000). *Metodologi Research*. Fakultas Psikologi UGM.

Howarth, J. (2022). 25+ new generation {Z} statistics (2024). In *Exploding Topics*.

Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Mahasiswa dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, *7*(1), 86–100. https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1002

Ignatius, E., & Kokkonen, M. (2007). Factors contributing to verbal self-disclosure. *Nord. Psychol.*, *59*(4), 362–391. https://doi.org/10.1027/1901-2276.59.4.362

Kasiram, M. (2010). *Metodologi penelitian: {Kualitatif--Kuantitatif}*. UIN-Maliki Press.

Kernis, M. H., & Goldman, B. M. (2006). A multicomponent conceptualization of authenticity: Theory and research. In *Advances in Experimental Social Psychology* (pp. 283–357). Elsevier.

Latipun. (2011). *Psikologi Konseling*. UMM Press.

Lee, J. A., & Eastin, M. S. (2021). Perceived authenticity of social media

influencers: scale development and validation. *Journal of Research in Interactive Marketing*, *15*(4), 822–841. https://doi.org/10.1108/JRIM-12-2020-0253

Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1995). Trust in Relationships: A Model of Development and Decline. In *Conflict, Cooperation, and Justice: Essays in Honor of Morton Deutsch* (pp. 133–173). Jossey-Bass.

Mahendika, D., & Sijabat, S. G. (2023). Pengaruh Dukungan Sosial, Strategi Coping, Resiliensi, dan Harga Diri Terhadap Kesejahteraan Psikologis Siswa SMA di Kota Sukabumi. *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, *1*(02), 76–89. https://doi.org/10.58812/jpkws.v1i02.261

Malang, T. P. F. P. U. I. N. (2023). *Pedoman Penulisan Skripsi "Paradigma Integrative."* Lontar Mediatama.

Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran, Edisi keempat, Jilid {I}*. PT Indeks.

Martin, M. (2022). 24 Gen {Z} statistics that matter to marketers in 2024. In *Social Media Marketing \& Management Dashboard*.

Masyhuri, D. (2008). *Metodologi Penelitian - Pendekatan Praktos dan Aplikatif*. PT. Refika Aditama.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Acad. Manage. Rev.*, *20*(3), 709–734.

McAllister, D. J. (1995). Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Acad. Manage. J.*, *38*(1), 24–59.

Minza, W. M., Faturochman, F., & Firmansyah, M. R. (2020). Trust and Trustworthiness of Friendship Relation In Yogyakarta and Makassar. *Jurnal Psikologi*, *47*(2), 75. https://doi.org/10.22146/jpsi.44827

Moulard, J. G., Raggio, R. D., & Folse, J. A. G. (2016). Brand authenticity: Testing the antecedents and outcomes of brand management's passion for its products. *Psychol. Mark.*, *33*(6), 421–436.

Mulyadi, M. (2019). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, *15*(1), 128–138.

Neufeld-Wall, M. E. (2023). *Being Real: Gen-Z, Self-Presentation, and Authenticity on Social Media*. https://digitalcommons.trinity.edu/comm_honors

Pennington, G., & Mccarter, M. (2014). The Role of Interpersonal Trust in Organizational {Decision-Making}. *Journal of Management Studies*, *51*(2), 245–269.

Rogers, C. R. (1951). *Client-centered therapy: Its current practice, implications, and theory*.

Rotenberg, K. J. (2019). *The psychology of interpersonal trust: Theory and research*. Routledge.

Rottenberg, K. J. (2010). Interpersonal trust during childhood and adolescence.

{USA}: Cambridge Universitas Press. *Jurnal Fakultas Psikologi*.

Rotter, J. B. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust1. *J. Pers.*, *35*(4), 651–665.

Sheldon, K. M., Ryan, R. M., Rawsthorne, L., & Ilardi, B. (1997). The ``what'' and ``why'' of need satisfaction: A self-determination perspective on psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, *72*(3), 554–568.

Siregar, S. (2014). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi {SPSS} Versi 17. *Jakarta: PT. Bumi Aksara*.

Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social Media Use in 2018*. Pew Research Center.

Sugianto, L. O., Purwaningrum, T., & Chamidah, S. (2020). The Effect of Interpersonal Trust and Need of Achievement on the Lecturers' Performance (Study at Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Ekuilibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, *15*(2), 188. https://doi.org/10.24269/ekuilibrium.v15i2.2821

Sugiyono. (2009). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan {R} \& {D}*. Alfabeta.

Sunjoyo, D. (2013). *Aplikasi {SPSS} untuk Smart Riset : Program {IBM} {SPSS} 21.0*. Alfabeta.

Thein, K. N. M., Nugroho, K., & Aminah, S. (2023). Revolutionary challenges of

the Myanmar Generation {Z} students and the impact on the rapidity of the 2021 spring revolution. *Jurnal Sosiologi Dialektika, 18*(2), 124–135.

Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's {Super-Connected} Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood*. Simon and Schuster.

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. (2024). https://uin-malang.ac.id/

Wikipedia contributors. (2024). Generasi {Z}. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*.

Wood, A. M., Linley, P. A., Maltby, J., Baliousis, M., & Joseph, S. (2008). The authentic personality: A theoretical and empirical conceptualization and the development of the Authenticity Scale. *J. Couns. Psychol., 55*(3), 385–399.

LAMPIRAN

Lampiran 1, Skala Penelitian

Lampiran 1.1 Item Pool Skala *interpersonal trust*

ITEM POOL

Kode	Item Pernyataan	Keterangan
K1.b.1	Saya yakin teman saya orang yang bisa diandalkan dalam hal apapun	F
K1.b.2	Ketika saya memiliki masalah, teman saya bisa memberikan solusi	F
K1.b.3	Saya tidak bisa mengandalkan teman saya dalam masalah yang saya hadapi	UF
K1.b.4	Saya yakin sesibuk apapun, teman saya akan menepati janjinya	F
K1.b.5	Ketika teman saya berhalangan memenuhi janji untuk bertemu, ia akan mencari waktu yang lain agar saya tidak kecewa.	F
K1.b.6	Teman saya hanya bisa berjanji tanpa membuktikan	UF
K1.b.7	teman saya sering melanggar apa yang telah ia katakana	UF
K2.b.8	Saya yakin teman saya selalu menjaga perasaan saya	F
K2.b.9	Saya yakin teman tidak akan pernah menyakiti perasaan saya	F
K2.b.10	Saya berharap teman saya dapat menerima saya dalam kondisi apapun	F
K2.b.11	Ketika saya mengungkapkan perasaan, teman saya selalu memberikan respon yang baik	F
K2.b.12	Saya menjaga rahasia teman saya	F
K2.a.13	Teman saya selalu mengkritik saya di hadapan orang banyak	UF
K2.b.14	Saya takut teman saya pernah membicarakan kejelakan saya pada teman yang lain	UF
K3.b.15	Ketika saya bersama teman saya, saya merasa aman dalam menghadapi situasi apapun	F

K3.b.16	Saya yakin teman saya memiliki niat baik, meskipun yang dilakukannya terlihat memaksa	F
K3.b.17	Saya berharap teman saya mengatakan yang sebenarnya meskipun itu menyakiti perasaan saya	F
K3.b.18	teman saya selalu menceritakan saya dibelakang saya	UF
K3.b.19	Teman saya selalu mengatakan hal yang tidak benar tentang saya	UF
K3.b.20	Saya yakin teman saya selalu bersikap baik didepan maupun dibelakang saya	F
K3.b.21	Saya yakin teman saya tidak punya niat jahat pada saya	F
K3.b.22	Ketika saya sedang mengalami kesulitan, teman saya bersedia membantu saya dengan ikhlas.	F

Lampiran 1.2 Item Pool Skala *Self-perceived authenticity*

ITEM POOL

Kode	Item Pernyataan	Keterangan
K1.a.1	Menurut saya, lebih baik menjadi diri sendiri daripada mencari popularitas.	F
K1.a.2	Saya sering teguh pada apa yang saya yakini.	F
K1.a.3	Saya menjadi diri sendiri di hampir semua situasi.	F
K1.b.4	Saya hidup sesuai dengan nilai dan keyakinan saya.	F
K2.a.5	Pendapat orang lain sangat mempengaruhi saya	UF
K2.a.6	Saya biasanya melakukan apa yang dikatakan orang lain.	UF
K2.a.7	Saya sering merasa harus memenuhi harapan orang lain.	UF

K2.a.8	Orang lain sangat mempengaruhi saya.	UF
K3.a.9	Saya tidak tahu bagaimana perasaan saya yang sesungguhnya.	UF
K3.a.10	Saya merasa seperti tidak memahami diri saya dengan sangat baik.	UF
K3.a.11	Saya merasa jauh dari diri saya yang sesungguhnya.	UF
K3.a.12	Saya merasa asing dengan diri saya sendiri	UF

Lampiran 1.3. *Self-perceived authenticity*

Skala *Self-perceived authenticity*

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Petunjuk Pengisian :

Berikut ini adalah sejumlah pernyataan, dan pada setiap pernyataan terdapat empat pilihan jawaban. Berikan tanda (X) pada kotak pilihan yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada diri anda.

Dibuat pilihan jawaban dengan skala :

STS = Sangat Tidak Sesuai

TS = Tidak Sesuai

S = Sesuai

SS = Sangat Sesuai

No	Item Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Menurut saya, lebih baik menjadi diri sendiri daripada mencari popularitas.				
2	Saya sering teguh pada apa yang saya yakini.				

3	Saya menjadi diri sendiri di hampir semua situasi.				
4	Saya hidup sesuai dengan nilai dan keyakinan saya.				
5	Pendapat orang lain sangat mempengaruhi saya				
6	Saya biasanya melakukan apa yang dikatakan orang lain.				
7	Saya sering merasa harus memenuhi harapan orang lain.				
8	Orang lain sangat mempengaruhi saya.				
9	Saya tidak tahu bagaimana perasaan saya yang sesungguhnya.				
10	Saya merasa seperti tidak memahami diri saya dengan sangat baik.				
11	Saya merasa jauh dari diri saya yang sesungguhnya.				
12	Saya merasa asing dengan diri saya sendiri				

Lampiran 1.4. Skala *interpersonal trust*

Skala *Interpersonal trust*

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Petunjuk Pengisian :

Berikut ini adalah sejumlah pernyataan, dan pada setiap pernyataan terdapat empat pilihan jawaban. Berikan tanda (X) pada kotak pilihan yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada diri anda.

Dibuat pilihan jawaban dengan skala :

STS = Sangat Tidak Sesuai

TS = Tidak Sesuai

S = Sesuai

SS = Sangat Sesuai

No	Item Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya yakin ketika saya memiliki masalah, teman saya bisa memberi solusi				
2	Saya yakin teman tidak akan pernah menyakiti perasaan saya				

3	Saya berharap teman saya dapat menerima saya dalam kondisi apapun				
4	Saya menjaga rahasia teman saya				
5	Ketika saya bersama teman saya, saya merasa aman dalam menghadapi situasi apapun				
6	Saya yakin teman saya memiliki niat baik, meskipun yang dilakukannya terlihat memaksa				
7	Saya yakin teman saya selalu bersikap baik didepan maupun dibelakang saya				
8	Saya tidak bisa mengandalkan teman saya dalam masalah yang saya hadapi				
9	Teman saya hanya bisa berjanji tanpa membuktikan				
10	Teman saya selalu mengkritik saya di hadapan orang banyak				
11	Saya takut teman saya pernah membicarakan kejelakan saya pada teman yang lain				
12	teman saya selalu menceritakan saya dibelakang saya				
13	Ketika teman saya berhalangan memenuhi janji untuk bertemu, ia akan mencari waktu yang lain agar saya tidak kecewa.				
14	Saya yakin sesibuk apapun, teman saya akan menepati janjinya				
15	Saya berharap teman saya mengatakan yang sebenarnya meskipun itu menyakiti perasaan saya				
16	Saya yakin teman saya tidak punya niat jahat pada saya				
17	teman saya banyak melanggar apa yang telah ia katakan				
18	Saya yakin teman saya orang yang bisa diandalkan dalam hal apapun				
19	Teman saya selalu mengatakan hal yang tidak benar tentang saya				
20	Saya yakin teman saya selalu menjaga perasaan saya				
21	Ketika saya mengungkapkan perasaan, teman saya selalu memberikan respon yang baik				
22	Ketika saya sedang mengalami kesulitan, teman saya bersedia membantu saya dengan ikhlas.				

Lampiran 2, Data Responden (Tahun Masuk UIN, Gender, Jurusan)

Tahun Masuk UIN	Jenis Kelamin	Jurusan
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	Psikologi
2021	Laki-laki	Psikologi
2020	Perempuan	psikologi
2020	Laki-laki	HKI
2022	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Laki-laki	Psikologi
2022	Laki-laki	Psikologi
2020	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2022	Laki-laki	Pendidikan Bahasa Arab
2021	Perempuan	Biologi
2020	Laki-laki	Biologi
2021	Laki-laki	Psikologi
2022	Laki-laki	Psikologi
2019	Laki-laki	HTN
2020	Perempuan	Akuntansi
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Laki-laki	Psikologi
2020	Laki-laki	sastra arab
2020	Laki-laki	HES
2020	Perempuan	psikologi
2021	Perempuan	psikologi
2020	Laki-laki	Fisikaa
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	psikologi
2021	Laki-laki	Psikologi
2020	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	psikologi
2020	Perempuan	Psikologi
2022	Perempuan	psikologi
2022	Laki-laki	Psikologi
2021	Laki-laki	HES
2020	Perempuan	Psikologi
2022	Laki-laki	Mpi
2020	Perempuan	Perbankan
2020	Laki-laki	Pisikolog
2022	Laki-laki	Manajemen
2020	Perempuan	HKI
2022	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	HKI

2020	Laki-laki	Psi
2022	Laki-laki	Teknik Infomatika
2020	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	Kebidanan
2022	Perempuan	psikologi
2020	Laki-laki	HES
2022	Perempuan	HES
2020	Perempuan	HES
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	HES
2020	Perempuan	Biologi
2020	Laki-laki	Psikologi
2022	Laki-laki	Psikilogi
2021	Perempuan	psikologi
2019	Laki-laki	Perbankan syariah
2020	Laki-laki	Spikologi
2020	Perempuan	Psikologi
2022	Perempuan	PIPS
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Laki-laki	Psikologi
2020	Perempuan	BSA
2022	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Laki-laki	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	psikologi
2021	Perempuan	HES
2020	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Pendidikan Bahasa Arab
2019	Perempuan	Biologi
2021	Perempuan	Biologi
2022	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	HES
2019	Perempuan	HTN
2022	Perempuan	Akuntansi
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	Psikologi
2021	Laki-laki	sastra arab
2021	Laki-laki	HES
2022	Laki-laki	psikologi
2022	Laki-laki	psikologi
2021	Laki-laki	Fisikaa
2020	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	HES
2019	Perempuan	PIPS
2021	Perempuan	Psikologi
2022	Perempuan	PIPS
2021	Perempuan	Psikologi
2019	Perempuan	HES
2022	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	PIPS
2020	Perempuan	Psikologi

2021	Laki-laki	HES
2021	Laki-laki	Psikologi
2020	Laki-laki	Mpi
2021	Laki-laki	Perbankan
2019	Laki-laki	Pisikolog
2021	Laki-laki	Manajemen
2022	Laki-laki	HKI
2021	Laki-laki	Psikologi
2019	Laki-laki	Psikologi
2022	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	HKI
2020	Perempuan	Psi
2021	Perempuan	Teknik Infomatika
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	Kebidanan
2021	Laki-laki	psikologi
2019	Laki-laki	HES
2021	Laki-laki	HES
2022	Perempuan	HES
2021	Laki-laki	Psikologi
2019	Laki-laki	HES
2022	Laki-laki	Psikologi
2021	Laki-laki	PIPS
2020	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2022	Perempuan	BSA
2022	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	HES
2020	Perempuan	psikologi
2021	Perempuan	HES
2022	Perempuan	HES
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	Mpi
2021	Perempuan	Perbankan
2021	Perempuan	Pisikolog
2020	Perempuan	Manajemen
2021	Perempuan	HKI
2019	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2022	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Pendidikan Bahasa Arab
2021	Perempuan	Biologi
2020	Perempuan	Biologi
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2022	Perempuan	HTN
2022	Perempuan	Akuntansi
2021	Perempuan	Psikologi
2020	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	sastra arab
2022	Perempuan	HES
2021	Perempuan	psikologi

2020	Perempuan	psikologi
2021	Laki-laki	Manajemen
2020	Laki-laki	Teknik Arsitektur
2019	Perempuan	HKI
2020	Laki-laki	Kedokteran
2019	Laki-laki	Fisika
2019	Perempuan	Psikologi
2020	Laki-laki	BSA
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Laki-laki	Psikologi
2020	Laki-laki	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi
2021	Perempuan	Psikologi

Lampiran 3, Skor Kuisioner Responden & Kategorisasi

Lampiran 3.1 Interpersonal Trust

T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17	T18	T19	T20	T21	T22	Total	Kategorisasi
3	4	2	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	77	Sedang
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	70	Sedang
3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	58	Sedang
3	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	75	Sedang
3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	1	2	3	56	Sedang
2	2	2	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	72	Sedang
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	69	Sedang
3	4	4	3	4	1	2	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	1	4	1	1	4	57	Sedang
3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65	Sedang
3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	67	Sedang
3	3	2	3	4	2	2	2	2	3	2	4	1	3	3	3	4	2	2	2	3	3	58	Sedang
2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	64	Sedang
3	4	3	3	2	2	2	4	4	4	4	3	1	1	4	4	4	4	3	4	3	4	70	Sedang
3	4	4	3	4	4	4	3	2	2	4	4	4	2	2	2	4	3	3	3	4	3	71	Sedang
3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	69	Sedang
4	4	2	3	2	2	2	3	2	4	3	4	1	1	3	4	3	2	2	3	2	2	58	Sedang
3	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	72	Sedang
3	1	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	2	2	4	3	3	4	1	3	4	66	Sedang
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	87	Tinggi
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	77	Sedang
2	4	2	1	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	71	Sedang
3	4	3	2	2	3	2	2	3	4	4	3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	4	66	Sedang

3	2	2	3	3	2	2	4	1	1	2	4	3	1	2	3	4	2	3	2	2	3	54	Rendah
2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	65	Sedang
3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	4	1	4	4	3	4	4	75	Sedang
3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	59	Sedang
3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	3	4	1	1	3	2	4	2	3	3	3	3	64	Sedang
2	2	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	68	Sedang
1	4	1	3	1	4	3	1	1	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	64	Sedang
2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	Sedang
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	84	Tinggi
1	2	3	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	67	Sedang
4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	74	Sedang
3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	67	Sedang
2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	2	2	3	3	3	56	Sedang
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	86	Tinggi
4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	3	77	Sedang
2	3	1	1	3	3	1	2	1	4	4	4	4	1	3	3	4	2	3	2	2	3	56	Sedang
2	1	2	2	3	2	3	1	4	4	3	2	4	2	4	3	4	2	4	2	3	3	60	Sedang
2	3	1	1	3	3	3	3	1	4	3	4	4	1	2	3	4	3	3	2	4	3	60	Sedang
4	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	65	Sedang
4	4	2	4	4	1	2	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	1	1	4	4	4	70	Sedang
3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	77	Sedang
3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	57	Sedang
2	3	1	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	Sedang
2	3	1	2	3	2	2	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	57	Sedang
3	4	1	2	3	4	1	2	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	66	Sedang
2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	3	3	1	3	2	3	3	2	2	3	3	3	53	Rendah
2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	63	Sedang

2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	54	Rendah
2	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	66	Sedang
2	2	3	2	2	2	1	4	2	4	3	4	1	3	3	3	3	1	1	3	3	3	55	Rendah
4	3	1	2	1	2	1	3	3	3	3	4	4	1	1	4	3	3	3	3	3	3	58	Sedang
3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	63	Sedang
3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	1	3	2	3	4	4	4	3	3	3	64	Sedang
3	4	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	1	66	Sedang
3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	4	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	70	Sedang
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	67	Sedang
2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	61	Sedang
3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	3	2	3	52	Rendah
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	65	Sedang
2	1	3	1	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	57	Sedang
2	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	4	1	4	3	3	3	3	4	3	3	3	60	Sedang
2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	62	Sedang
3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	81	Tinggi
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	55	Rendah
3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	66	Sedang
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	Tinggi
2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	2	55	Rendah
2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	59	Sedang
1	1	1	1	1	1	3	2	2	3	3	4	3	1	3	3	4	3	3	4	3	3	53	Rendah
3	4	2	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	70	Sedang
3	3	4	4	3	3	4	3	1	3	4	4	1	1	4	4	4	4	4	2	3	4	70	Sedang
3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	76	Sedang
3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	3	74	Sedang
4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	75	Sedang

2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	1	1	2	1	35	Rendah
4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	69	Sedang
3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	75	Sedang
3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	73	Sedang
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	78	Sedang
3	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	34	Rendah
1	2	1	2	2	2	2	2	1	4	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	37	Rendah
4	3	2	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	72	Sedang
3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	3	4	3	70	Sedang
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	73	Sedang
3	4	2	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	74	Sedang
4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	2	2	4	4	3	2	3	3	3	4	70	Sedang
3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	74	Sedang
4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	72	Sedang
3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	77	Sedang
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	75	Sedang
3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	72	Sedang
3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	72	Sedang
4	3	2	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	72	Sedang
3	1	1	2	4	2	1	3	1	3	1	2	2	3	3	2	1	3	2	3	2	1	46	Rendah
1	2	1	1	2	2	2	2	1	4	2	2	2	3	1	4	1	1	2	1	1	2	40	Rendah
2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	70	Sedang
4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	76	Sedang
4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	78	Sedang
3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	73	Sedang
4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	73	Sedang
3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	3	76	Sedang

3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	74	Sedang
4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	73	Sedang
3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	74	Sedang
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	78	Sedang
4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	2	4	4	3	3	4	3	3	3	74	Sedang
1	2	1	3	1	2	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	2	2	2	1	2	1	37	Rendah
3	4	2	4	2	3	3	3	4	2	4	3	2	3	4	2	2	1	3	4	3	4	65	Sedang
3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	75	Sedang
3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	2	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	70	Sedang
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	72	Sedang
3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	78	Sedang
4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	76	Sedang
4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	74	Sedang
4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	76	Sedang
3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	4	72	Sedang
1	2	1	3	3	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	2	3	1	2	3	42	Rendah
4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	78	Sedang
3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	78	Sedang
4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	80	Tinggi
1	2	1	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	3	1	36	Rendah
2	4	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	73	Sedang
3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	73	Sedang
3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	74	Sedang
1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	3	2	4	1	2	1	2	3	39	Rendah
1	2	2	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2	39	Rendah
3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	75	Sedang
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	81	Tinggi

3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	75	Sedang
3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	73	Sedang
3	4	2	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	1	1	4	3	3	68	Sedang
3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	1	4	4	4	73	Sedang
3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	77	Sedang
4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	74	Sedang
3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	79	Tinggi
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	81	Tinggi
4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	74	Sedang
1	2	2	1	1	1	4	4	3	1	1	3	1	1	1	2	3	2	1	1	2	4	42	Rendah
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	77	Sedang
3	4	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	1	2	2	3	3	2	3	4	3	3	63	Sedang
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	80	Tinggi
4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	76	Sedang
4	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	65	Sedang
4	3	2	3	4	2	3	4	3	2	4	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	65	Sedang
3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	72	Sedang
3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	2	2	3	3	4	69	Sedang
3	4	2	3	4	2	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3	2	4	3	4	70	Sedang
1	2	2	1	3	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	1	37	Rendah
4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4	70	Sedang
3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	80	Tinggi
1	2	1	1	2	1	2	2	1	3	1	1	1	1	2	3	1	1	2	1	2	2	34	Rendah
1	2	2	1	2	1	1	3	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	33	Rendah
3	3	4	1	2	3	3	2	2	1	4	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	1	55	Rendah
4	4	2	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	1	4	4	4	1	1	4	4	3	68	Sedang
4	3	2	3	4	4	2	3	2	4	2	3	2	2	3	4	4	2	3	2	3	4	65	Sedang

4	4	3	3	4	4	3	1	2	4	2	3	2	2	3	4	3	2	3	2	4	4	66	Sedang
4	4	1	4	4	1	1	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	67	Sedang
4	4	1	4	4	1	1	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	67	Sedang
4	4	1	4	4	2	2	4	4	4	3	4	1	1	4	4	3	1	1	4	4	4	67	Sedang
4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	77	Sedang
4	3	2	3	3	1	1	4	3	3	4	4	1	2	4	4	4	2	1	4	4	4	65	Sedang
3	3	1	4	4	1	1	4	4	4	3	4	1	1	4	3	3	1	2	4	4	3	62	Sedang
3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	4	3	3	3	4	73	Sedang
4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	78	Sedang

Lampiran 3.1 Self-Prechieved Authenticity

S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	Total	Kategorisasi
4	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	42	Sedang
4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	37	Sedang
3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	32	Sedang
4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	41	Sedang
3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	41	Sedang
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	Tinggi
4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	37	Sedang
4	4	4	4	3	1	3	4	4	4	4	4	43	Tinggi
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Sedang
4	4	4	4	2	4	2	2	2	3	3	3	37	Sedang
4	3	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	28	Sedang
4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	32	Sedang
4	2	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	19	Rendah
4	3	3	3	1	3	1	3	2	2	1	2	28	Sedang
3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	1	3	29	Sedang
4	4	3	4	2	2	3	2	2	2	1	2	31	Sedang
4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	38	Sedang
2	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	35	Sedang
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	46	Tinggi
4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	41	Sedang
2	2	1	4	2	2	1	1	4	4	3	4	30	Sedang
3	3	3	3	1	2	1	2	1	1	1	1	22	Rendah
4	3	3	3	4	4	4	4	1	1	1	1	33	Sedang
4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	35	Sedang
4	3	2	4	1	3	4	3	1	1	4	4	34	Sedang
4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	33	Sedang
4	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	3	36	Sedang
4	3	3	4	1	3	1	1	1	1	1	2	25	Rendah

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	Tinggi
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38	Sedang
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	46	Tinggi
4	4	2	4	3	4	2	4	2	2	2	3	36	Sedang
4	4	3	4	2	2	2	2	2	2	3	4	34	Sedang
4	4	2	4	2	3	1	2	3	2	3	4	34	Sedang
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35	Sedang
4	3	2	4	3	4	1	3	1	1	1	1	28	Sedang
3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35	Sedang
4	4	2	4	3	2	2	4	4	4	4	4	41	Sedang
4	3	3	4	1	3	4	1	4	3	4	4	38	Sedang
4	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	4	30	Sedang
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Sedang
4	4	4	4	2	2	1	2	2	2	3	1	31	Sedang
4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	40	Sedang
3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	29	Sedang
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	33	Sedang
4	3	3	4	4	2	3	4	2	3	3	2	37	Sedang
4	3	2	4	3	3	1	3	1	1	1	1	27	Rendah
2	4	2	3	2	2	4	3	1	1	3	1	28	Sedang
4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	37	Sedang
4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	38	Sedang
4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	38	Sedang
4	4	4	4	2	2	2	2	2	1	1	1	29	Sedang
4	2	3	4	1	2	1	1	1	1	2	2	24	Rendah
3	3	4	3	2	3	2	2	2	1	2	2	29	Sedang
4	2	2	2	3	4	3	3	1	1	1	1	27	Rendah
4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	37	Sedang
4	4	2	3	1	3	1	2	1	1	1	1	24	Rendah
4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	34	Sedang
4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	31	Sedang
3	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	18	Rendah
4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	39	Sedang
4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	38	Sedang
2	3	2	3	1	3	4	2	4	4	3	4	35	Sedang
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	35	Sedang
4	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	2	27	Rendah
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	26	Rendah
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Sedang
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	Tinggi
4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	43	Tinggi
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	32	Sedang
3	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	22	Rendah
4	4	4	3	2	2	2	3	1	2	2	2	31	Sedang
4	4	4	4	2	3	1	1	4	4	4	4	39	Sedang
3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	29	Sedang
4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	2	3	37	Sedang
4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	41	Sedang
2	1	2	2	2	1	2	3	1	2	1	1	20	Rendah
3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	41	Sedang
3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	39	Sedang
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	44	Tinggi
4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	2	2	38	Sedang

1	2	3	1	2	1	1	1	2	2	1	2	19	Rendah
1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	20	Rendah
4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	42	Sedang
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	41	Sedang
3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	43	Tinggi
3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	37	Sedang
3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	41	Sedang
4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	3	2	38	Sedang
4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	38	Sedang
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	41	Sedang
4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	42	Sedang
3	4	3	4	4	2	3	2	4	3	3	3	38	Sedang
3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	2	38	Sedang
3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	39	Sedang
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	21	Rendah
1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	3	2	20	Rendah
3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	2	37	Sedang
3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	37	Sedang
4	4	3	3	3	4	2	3	4	2	2	3	37	Sedang
4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	2	39	Sedang
4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	4	2	38	Sedang
4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	2	39	Sedang
4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	2	39	Sedang
4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	4	2	38	Sedang
4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	2	39	Sedang
3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	42	Sedang
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	42	Sedang
1	3	1	2	2	1	3	2	2	1	2	4	24	Rendah
4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	1	3	40	Sedang
3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	38	Sedang
4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	42	Sedang
4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	4	42	Sedang
4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	42	Sedang
4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	40	Sedang
4	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	1	33	Sedang
3	3	4	4	4	4	2	2	3	2	3	3	37	Sedang
4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	41	Sedang
2	1	2	1	1	4	2	1	2	2	2	2	22	Rendah
4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	40	Sedang
4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	37	Sedang
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45	Tinggi
2	3	3	3	2	2	1	1	1	2	1	1	22	Rendah
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	41	Sedang
3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	42	Sedang
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46	Tinggi
2	2	2	1	3	1	2	4	2	2	1	1	23	Rendah
1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	19	Rendah
3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	41	Sedang
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	41	Sedang
3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	40	Sedang
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	43	Tinggi
4	3	3	4	3	2	4	2	4	3	4	3	39	Sedang
4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	39	Sedang

4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	43	Tinggi
3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	43	Tinggi
3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	40	Sedang
3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	41	Sedang
4	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	41	Sedang
2	1	3	3	2	1	2	2	1	2	1	4	24	Rendah
3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	42	Sedang
4	3	4	4	1	2	3	2	3	3	2	3	34	Sedang
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	41	Sedang
4	2	1	2	4	3	3	4	4	1	3	4	35	Sedang
3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	31	Sedang
3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	1	2	36	Sedang
4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	43	Tinggi
4	4	3	4	2	2	3	2	3	2	2	2	33	Sedang
3	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2	35	Sedang
2	1	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	23	Rendah
4	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	34	Sedang
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	41	Sedang
2	3	1	2	1	3	1	4	1	1	2	2	23	Rendah
3	2	2	2	2	4	1	4	2	1	1	1	25	Rendah
3	3	3	2	1	2	1	1	1	1	2	1	21	Rendah
4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	2	39	Sedang
4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	42	Sedang
4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	40	Sedang
4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	24	Rendah
4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	24	Rendah
4	4	4	3	2	2	2	2	1	2	2	2	30	Sedang
4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	40	Sedang
4	4	3	3	1	1	2	2	1	1	1	1	24	Rendah
4	3	3	3	1	1	1	2	2	2	1	2	25	Rendah
3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	34	Sedang
3	2	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	39	Sedang

Lampiran 4, Logbook & Panduan Wawancara

Lampiran 4.1 Logbook Wawancara

LOGBOOK WAWANCARA

No.	**Nama (Inisial)**	**Angkatan**	**Tanggal**	**Metode Wawancara (Online/Offline)**	**Durasi (Menit)**	**Ket**
1	NAA	2020	8-2-25	Offline (Cafe Nakoa - Jl. Bondowoso)	11	*interpersonal trust* rendah
2	ALS	2021	8-2-25	Offline (Cafe Nakoa – Jl. Bondowoso)	13	*interpersonal trust* sedang
3	MI	2022	9-2-25	Offline (Warkop Kopiyen – Jl. Sumbersari III)	15	*interpersonal trust* tinggi
4	FRCM	2019	9-2-25	Offline (Warkop Kopiyen – Jl. Sumbersari III)	18	*interpersonal trust* tinggi

Keterangan Kolom

1. **Nama (Inisial)**: Inisial nama responden wawancara.
2. **Angkatan**: Angkatan responden wawancara.
3. **Tanggal Wawancara**: Tanggal pelaksanaan wawancara.
4. **Metode Wawancara**: Dilakukan secara *online* (Zoom/Google Meet) atau *offline*.

5. **Durasi (Menit)**: Lamanya wawancara berlangsung.
6. **Keterangan**: Catatan singkat tentang responden dan wawancara (misalnya, skor resiliensi, pengalaman penting yang dibahas).

Lampiran 4.2 Panduan Wawancara

PANDUAN WAWANCARA

Durasi Wawancara: ±15 Menit

PENDAHULUAN (±2 Menit)

1. Salam dan Pembukaan:

“Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Perkenalkan, saya Fitra Aulia Kariim, mahasiswa Psikologi semester akhir dari UIN Malang. Terima kasih banyak atas waktu dan kesediaannya untuk mengikuti wawancara ini.”

“Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman dan pandangan Anda tentang kepercayaan interpersonal (interpersonal trust) serta bagaimana Anda memaknai keaslian diri (self-perceived authenticity) sebagai bagian dari Mahasiswa di UIN Malang. Tidak ada jawaban benar atau salah, dan semua jawaban Anda hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ini.”

2. Pengenalan Narasumber:

“Sebelum kita masuk ke pertanyaan inti, bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda? Misalnya, angkatan berapa dan kegiatan yang sedang Anda jalani saat ini?”

BAGIAN 1: PENGANTAR KONSEP PENELITIAN (±3 Menit)

“Sebelum masuk ke pertanyaan inti, izinkan saya menjelaskan sedikit dua konsep utama yang menjadi fokus penelitian ini.”

1. Penjelasan Interpersonal Trust:

“Interpersonal trust atau kepercayaan interpersonal adalah keyakinan seseorang terhadap orang lain bahwa mereka dapat diandalkan, jujur, dan bertindak dengan niat baik dalam hubungan sosial sehari-hari.”

2. Penjelasan Self-Perceived Authenticity:

“Self-perceived authenticity adalah persepsi seseorang terhadap keaslian dirinya sendiri — sejauh mana ia merasa menjadi dirinya sendiri secara jujur, terbuka, dan sesuai dengan nilai-nilai pribadinya.”

3. Konfirmasi Pemahaman:

“Apakah penjelasan tadi sudah cukup jelas? Apakah ada bagian yang masih membingungkan atau ingin ditanyakan sebelum kita lanjut?”

(Improvisasi sesuai respons partisipan.)

BAGIAN 2: EKSPLORASI PENGALAMAN DAN HUBUNGAN ANTAR VARIABEL (±7 Menit)

"Sekarang saya ingin mengajak Anda berdiskusi lebih dalam tentang pengalaman pribadi Anda terkait dengan kepercayaan interpersonal dan keaslian diri."

1. **Pengalaman Kepercayaan:**
    - Q1 : "Bisakah Anda ceritakan pengalaman ketika Anda merasa sangat mempercayai seseorang? Apa yang membuat Anda merasa bisa percaya pada orang tersebut?"
    - Q2 : "Pernahkah kepercayaan Anda dikhianati? Bagaimana Anda merespons pengalaman tersebut?"
2. **Dinamika Autentisitas Diri:**
    - Q3 : "Dalam kehidupan sehari-hari, apakah Anda merasa bisa menjadi diri sendiri di lingkungan kampus atau pertemanan Anda?"
    - Q4 : "Apa yang biasanya membuat Anda merasa tidak bisa menunjukkan diri Anda yang sebenarnya?"
3. **Keterkaitan Trust dan Autentisitas:**
    - Q5 : "Apakah Anda merasa lebih bisa menjadi diri sendiri saat bersama orang-orang yang Anda percayai? Bisa diceritakan mengapa?"

- Q6 : “Menurut Anda, seberapa penting kepercayaan terhadap orang lain dalam membantu Anda untuk tampil otentik sebagai diri sendiri?”

4. **Konflik Sosial dan Penyesuaian Diri:**

   - Q7 : “Pernahkah Anda merasa perlu berpura-pura atau menyesuaikan diri secara berlebihan untuk diterima oleh lingkungan sosial Anda?”
   - Q8 : “Apa dampaknya terhadap perasaan Anda tentang keaslian diri Anda?”

PENUTUP (±3 Menit)

Refleksi:

“Dari pengalaman Anda sejauh ini, hal apa yang paling berharga dalam menjaga kepercayaan dengan orang lain?”

“Apa yang membuat Anda merasa benar-benar menjadi diri sendiri?”

“Apakah ada hal yang ingin Anda tambahkan yang mungkin belum sempat kita bahas?”

Ucapan Terima Kasih:

“Terima kasih banyak atas waktu dan keterbukaan Anda dalam menjawab semua pertanyaan tadi. Partisipasi Anda sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini.

Semoga apa yang Anda cita-citakan dapat tercapai dan Anda selalu diberikan kebahagiaan. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh."

Lampiran 5, Informed Consent Responden Wawancara

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
Alamat: Jl.Gajayana Dinoyo 50 Telp. (0341) 551354 Fax. 572533 Malang

KESEDIAAN TERTULIS (INFORMED CONSENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : [redacted]
Jenis Kelamin : Laki-laki
Angkatan : 2019

Dengan ini menyatakan kesediaan saya sebagai narasumber untuk dilakukan wawncara terkait dengan tema penelitian Hubungan Antara Interpersonal Trust Dengan Self-Perceived Authenticity Gen Z Uin Malang Sebuah Pendekatan Mix-Method;

Dalam kegiatan ini, saya telah menyadari, memahami, dan menerima bahwa:

1. Saya bersedia terlibat penuh dan aktif selama proses kegiatan wawancara
2. Saya diminta untuk memberikan informasi yang sejujur-jujurnya berkaitan dengan hal yang akan di wawancara
3. Saya menyetujui adanya perekaman proses wawancara yang berlangsung, dalam bentuk audio, foto, maupun video.
4. Guna menunjang kelancaran proses yang dilaksanakan, maka segala hal yang terkait dengan waktu dan tempat akan disepakati bersama.

Setelah membaca penjelasan tertulis diatas, saya dalam keadaan **SADAR** dan **TIDAK ADA PAKSAAN** dari pihak manapun memutuskan untuk menyetujui dan menandatangani surat kesediaan tertulis, sehingga saya bersedia untuk mengikuti kegiatan wawancara ini.

Malang, 9 Februari 2025

Pewawancara

Putra Aulia Kariim
NIM. 200401110042

Narasumber

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
Alamat: Jl.Gajayana Dinoyo 50 Telp. (0341) 551354 Fax. 572533 Malang

KESEDIAAN TERTULIS (INFORMED CONSENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : [redacted]
Jenis Kelamin : Laki-laki
Angkatan : 2022

Dengan ini menyatakan kesediaan saya sebagai narasumber untuk dilakukan wawncara terkait dengan tema penelitian Hubungan Antara Interpersonal Trust Dengan Self-Perceived Authenticity Gen Z Uin Malang Sebuah Pendekatan Mix-Method;

Dalam kegiatan ini, saya telah menyadari, memahami, dan menerima bahwa:

1. Saya bersedia terlibat penuh dan aktif selama proses kegiatan wawancara
2. Saya diminta untuk memberikan informasi yang sejujur-jujurnya berkaitan dengan hal yang akan di wawancara
3. Saya menyetujui adanya perekaman proses wawancara yang berlangsung, dalam bentuk audio, foto, maupun video.
4. Guna menunjang kelancaran proses yang dilaksanakan, maka segala hal yang terkait dengan waktu dan tempat akan disepakati bersama.

Setelah membaca penjelasan tertulis diatas, saya dalam keadaan **SADAR** dan **TIDAK ADA PAKSAAN** dari pihak manapun memutuskan untuk menyetujui dan menandatangani surat kesediaan tertulis, sehingga saya bersedia untuk mengikuti kegiatan wawancara ini.

Malang, 9 Februari 2025

Pewawancara	Narasumber
Fitra Aulia Kariim	[redacted]
NIM. 200401110042	

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
Alamat: Jl.Gajayana Dinoyo 50 Telp. (0341) 551354 Fax. 572533 Malang

KESEDIAAN TERTULIS (INFORMED CONSENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : [redacted]
Jenis Kelamin : Perempuan
Angkatan : 2021

Dengan ini menyatakan kesediaan saya sebagai narasumber untuk dilakukan wawncara terkait dengan tema penelitian Hubungan Antara Interpersonal Trust Dengan Self-Perceived Authenticity Gen Z Uin Malang Sebuah Pendekatan Mix-Method;

Dalam kegiatan ini, saya telah menyadari, memahami, dan menerima bahwa:

1. Saya bersedia terlibat penuh dan aktif selama proses kegiatan wawancara
2. Saya diminta untuk memberikan informasi yang sejujur-jujurnya berkaitan dengan hal yang akan di wawancara
3. Saya menyetujui adanya perekaman proses wawancara yang berlangsung, dalam bentuk audio, foto, maupun video.
4. Guna menunjang kelancaran proses yang dilaksanakan, maka segala hal yang terkait dengan waktu dan tempat akan disepakati bersama.

Setelah membaca penjelasan tertulis diatas, saya dalam keadaan **SADAR** dan **TIDAK ADA PAKSAAN** dari pihak manapun memutuskan untuk menyetujui dan menandatangani surat kesediaan tertulis, sehingga saya bersedia untuk mengikuti kegiatan wawancara ini.

Malang, 8 Februari 2025

Pewawancara	Narasumber
Fitra Aulia Kariim	[redacted]
NIM. 200401110042	

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
Alamat: Jl.Gajayana Dinoyo 50 Telp. (0341) 551354 Fax. 572533 Malang

KESEDIAAN TERTULIS (INFORMED CONSENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : [redacted]
Jenis Kelamin : Laki-laki
Angkatan : 2020

Dengan ini menyatakan kesediaan saya sebagai narasumber untuk dilakukan wawncara terkait dengan tema penelitian Hubungan Antara Interpersonal Trust Dengan Self-Perceived Authenticity Gen Z Uin Malang Sebuah Pendekatan Mix-Method;

Dalam kegiatan ini, saya telah menyadari, memahami, dan menerima bahwa:

1. Saya bersedia terlibat penuh dan aktif selama proses kegiatan wawancara
2. Saya diminta untuk memberikan informasi yang sejujur-jujurnya berkaitan dengan hal yang akan di wawancara
3. Saya menyetujui adanya perekaman proses wawancara yang berlangsung, dalam bentuk audio, foto, maupun video.
4. Guna menunjang kelancaran proses yang dilaksanakan, maka segala hal yang terkait dengan waktu dan tempat akan disepakati bersama.

Setelah membaca penjelasan tertulis diatas, saya dalam keadaan **SADAR** dan **TIDAK ADA PAKSAAN** dari pihak manapun memutuskan untuk menyetujui dan menandatangani surat kesediaan tertulis, sehingga saya bersedia untuk mengikuti kegiatan wawancara ini.

Malang, 8 februari 2025

Pewawancara	Narasumber
Fitra Aulia Kariim	[redacted]
NIM. 200401110042	

Lampiran 6, Verbatim Wawancara

Lampiran 6.1 Narasumber 1

VERBATIM WAWANCARA

Identitas Subjek

- **Nama (Inisial):** NAA
- **Asal:** Bekasi
- **Jenis Kelamin:** Laki-laki
- **Angkatan:** 2020
- **Semester :** 10
- **Tanggal Wawancara:** 8 Februari 2025
- **Waktu Mulai:** 09.38 WIB
- **Metode Wawancara:** Offline
- **Tempat:** Café Nakoa – Jl. Bondowoso, Malang
- **Durasi:** 11 Menit

No	Sesi	Transkrip
1	Pembuka	**P**: Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Perkenalkan, saya Fitra Aulia Kariim, mahasiswa Psikologi semester akhir dari UIN Malang. Terima kasih banyak atas waktu dan kesediaannya untuk mengikuti wawancara ini. **P**: Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman dan pandangan kamu tentang kepercayaan interpersonal dan bagaimana kamu memaknai keaslian diri sebagai bagian dari Mahasiswa di UIN Malang. Tidak ada jawaban benar atau salah, semua jawaban hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini. **P**: Bisa diceritakan sedikit tentang dirimu? Misalnya, angkatan berapa dan kegiatan kamu saat ini? **N**: Halo, saya NAA, dari Bekasi, angkatan 2020. Sekarang lagi sibuk ngerjain skripsi sih, terus kadang bantu-bantu orang tua juga.
2	Pengantar	**P**: Baik, sebelum masuk ke pertanyaan inti, saya ingin menjelaskan dua konsep utama dalam penelitian ini. Pertama, *interpersonal trust* atau kepercayaan interpersonal, yaitu keyakinan terhadap orang lain bahwa mereka bisa diandalkan, jujur, dan berniat baik. **P**: Kedua, *self-perceived authenticity*, atau keaslian diri yang dirasakan sendiri — sejauh mana seseorang merasa menjadi dirinya sendiri secara jujur dan terbuka. **P**: Apakah penjelasan tadi sudah cukup jelas? Atau ada yang ingin ditanyakan?

		N: Iya, cukup jelas kok.
3	Pertanyaan Inti (Q1)	**P**: Bisakah kamu ceritakan pengalaman ketika kamu merasa sangat mempercayai seseorang? Apa yang membuat kamu merasa bisa percaya pada orang itu? **N**: Hmm… mungkin ke teman lama, ya. Teman SMP, soalnya udah kenal lama banget dan tahu luar dalam gitu. **P**: Apa yang bikin kamu yakin banget sama dia? **N**: Dia nggak pernah ngebohongin aku sih, terus kalau cerita juga nggak pernah diomongin ke orang lain. **P**: Jadi konsistensi dia dalam menjaga rahasia bikin kamu merasa aman? **N**: Iya, bener banget.
4	Pertanyaan Inti (Q2)	**P**: Pernah nggak kepercayaan kamu dikhianati? Gimana kamu merespons waktu itu? **N**: Pernah, sama temen juga. Dia nyebarin cerita yang harusnya pribadi. **P**: Wah, gimana perasaan kamu waktu itu? **N**: Kesel banget, terus langsung ngejauh sih. Aku jadi nggak gampang percaya lagi ke orang baru setelah itu. **P**: Apakah setelah itu kamu masih komunikasi sama dia? **N**: Nggak. Bener-bener lost contact sampai sekarang.
5	Pertanyaan Inti (Q3)	**P**: Dalam kehidupan sehari-hari, apakah kamu merasa bisa menjadi diri sendiri di kampus atau di lingkungan pertemanan kamu? **N**: Gak sepenuhnya sih. Di kampus kadang harus jaim, apalagi kalau sama orang yang gak terlalu dekat. **P**: Jadi kamu lebih nyaman jadi diri sendiri di mana? **N**: Ya kalau sama temen deket atau di rumah, lebih bebas aja sih. **P**: Di kampus apa yang bikin kamu merasa nggak bebas jadi diri sendiri? **N**: Takut diliatin aneh aja, atau takut dikomentarin.
6	Pertanyaan Inti (Q4)	**P**: Apa yang biasanya membuat kamu merasa nggak bisa menunjukkan diri kamu yang sebenarnya? **N**: Kadang karena takut penilaian orang, jadi mikir dulu mau ngomong apa gitu. **P**: Penilaian seperti apa yang kamu maksud? **N**: Takut dibilang aneh, atau sok beda. Jadi ya milih aman aja. **P**: Apakah itu sering terjadi? **N**: Cukup sering sih, terutama kalau lagi ketemu orang baru atau pas nongkrong rame-rame.
7	Pertanyaan Inti (Q5)	**P**: Apakah kamu merasa lebih bisa jadi diri sendiri saat bersama orang-orang yang kamu percaya? Bisa diceritakan kenapa? **N**: Iya, pasti. Soalnya nggak ada rasa takut di-judge. **P**: Apakah kamu jadi lebih ekspresif kalau sama mereka? **N**: Banget. Bisa cerita apa aja, bahkan hal receh pun. **P**: Itu bantu kamu merasa lebih ringan juga ya? **N**: Iya, ngerasa diterima aja gitu.
8	Pertanyaan Inti (Q6)	**P**: Menurut kamu, seberapa penting kepercayaan terhadap orang lain dalam membantu kamu tampil otentik sebagai diri sendiri? **N**: Penting banget. Kalau gak percaya, ya gak mungkin bisa terbuka. **P**: Berarti otentisitas kamu sangat tergantung sama lingkungan ya? **N**: Bisa dibilang gitu. Kalau nyaman dan percaya, aku bisa jadi aku sendiri.

9	Pertanyaan Inti (Q7)	**P**: Pernahkah kamu merasa perlu berpura-pura atau menyesuaikan diri secara berlebihan untuk diterima oleh lingkungan sosial? **N**: Pernah banget, apalagi pas awal masuk kuliah. **P**: Bisa ceritakan seperti apa kamu menyesuaikan diri waktu itu? **N**: Ya kayak ikut gaya ngobrol mereka, padahal bukan tipeku gitu. Tapi ya biar gak keliatan beda aja. **P**: Dan itu melelahkan gak buat kamu? **N**: Banget. Capek sih, tapi waktu itu mikirnya daripada sendirian.
10	Pertanyaan Inti (Q8)	**P**: Apa dampaknya terhadap perasaan kamu tentang keaslian diri kamu? **N**: Jadi ngerasa kayak gak jujur sama diri sendiri. **P**: Apakah itu membuat kamu makin ragu dalam bersikap? **N**: Iya, jadi overthinking juga sih, takut salah langkah.
11	Penutup	**P**: Dari pengalaman kamu sejauh ini, hal apa yang paling berharga dalam menjaga kepercayaan dengan orang lain? **N**: Jujur dan konsisten sih. Kalau bilang A ya A, jangan berubah-ubah. **P**: Dan apa yang membuat kamu merasa benar-benar jadi diri sendiri? **N**: Kalau orang sekitar bisa nerima aku apa adanya. **P**: Baik, apakah ada hal lain yang ingin kamu tambahkan? **N**: Nggak ada sih, udah cukup. **P**: Terima kasih banyak atas waktunya dan keterbukaannya. Semoga segala cita-cita kamu tercapai dan selalu bahagia. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. **N**: Wa'alaikumsalam.

Lampiran 6.2 Narasumber 2

VERBATIM WAWANCARA

Identitas Subjek

- **Nama (Inisial):** ALS
- **Asal:** Bogor
- **Jenis Kelamin:** Perempuan
- **Angkatan:** 2021
- **Semester :** 8
- **Tanggal Wawancara:** 8 Februari 2025
- **Waktu Mulai:** 10.22 WIB
- **Metode Wawancara:** Offline
- **Tempat:** Café Nakoa – Jl. Bondowoso, Malang
- **Durasi:** 13 Menit

No	Sesi	Transkrip
1	Pembuka	**P**: Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Terima kasih sudah meluangkan waktunya untuk mengikuti wawancara ini. Saya Fitra Aulia Kariim, mahasiswa Psikologi semester akhir di UIN Malang. **P**: Wawancara ini akan membahas tentang pengalaman kamu seputar kepercayaan terhadap orang lain dan perasaan menjadi diri sendiri sebagai bagian dari Mahasiswa UIN Malang. **P**: Sebelum kita mulai, boleh kenalan sedikit? Nama inisial, asal, dan kegiatan kamu saat ini? **N**: Wa'alaikumsalam. Iya, saya ALS, dari Bogor. Sekarang saya kuliah semester 6, lagi sibuk kuliah dan organisasi sih.
2	Pengantar	**P**: Oke, terima kasih. Saya jelaskan dulu ya dua istilah utama yang akan kita bahas. Pertama, *interpersonal trust*, artinya rasa percaya kita terhadap orang lain, bahwa mereka bisa dipercaya, jujur, dan berniat baik. **P**: Kedua, *self-perceived authenticity*, atau persepsi tentang keaslian diri sendiri, yaitu sejauh mana kamu merasa menjadi dirimu sendiri dalam kehidupan sehari-hari. **P**: Sudah cukup jelas? Atau ada yang ingin ditanyakan dulu? **N**: Sudah jelas kok, Mas.
3	Pertanyaan Inti (Q1)	**P**: Bisa kamu ceritakan pengalaman ketika kamu merasa sangat mempercayai seseorang? Dan kenapa kamu merasa bisa percaya ke orang itu? **N**: Saya pernah punya sahabat sejak SMA, dan sampai sekarang masih dekat. Saya percaya dia karena dari awal memang selalu terbuka dan nggak pernah nyalahgunain cerita saya.

		P: Jadi kepercayaan itu tumbuh dari pengalaman ya? Kayak konsistensi dia menjaga rahasia atau bersikap? **N**: Iya betul. Saya merasa nyaman juga karena dia nggak menghakimi saat saya cerita sesuatu, jadi bisa cerita apa aja gitu tanpa mikir dua kali. **P**: Ada hal tertentu yang paling bikin kamu percaya sama dia? **N**: Mungkin karena dia nggak pernah berubah ke saya. Meski kami beda kampus dan jarang ketemu, tetap intens komunikasi dan masih perhatian.
4	Pertanyaan Inti (Q2)	**P**: Lalu, pernah gak kamu merasa kepercayaan kamu dikhianati? Dan bagaimana kamu meresponsnya? **N**: Pernah sih, waktu awal kuliah. Saya sempat cerita hal pribadi ke teman baru, tapi ternyata cerita itu malah jadi bahan omongan di kelompok lain. **P**: Wah, itu pasti bikin kecewa banget ya. Waktu itu kamu ngapain? **N**: Awalnya saya bingung dan ngerasa malu juga. Akhirnya saya memilih buat jaga jarak sama dia dan lebih selektif kalau mau cerita ke orang lain. **P**: Setelah itu, kamu jadi lebih tertutup atau bagaimana? **N**: Bisa dibilang begitu. Saya tetap bergaul, tapi kalau soal cerita pribadi, saya lebih hati-hati dan biasanya lihat dulu karakter orangnya.
5	Pertanyaan Inti (Q3)	**P**: Dalam kehidupan sehari-hari, apakah kamu merasa bisa menjadi diri sendiri di kampus atau di lingkungan pertemanan? **N**: Kalau di kampus, kadang-kadang bisa, kadang nggak juga. Tergantung siapa yang ada di sekitar saya. **P**: Maksudnya tergantung orang ya? Bisa dijelaskan lebih lanjut? **N**: Misalnya kalau lagi sama teman satu organisasi, saya agak nahan diri karena suasananya lebih formal. Tapi kalau sama teman sekelas yang deket, saya bisa lebih santai dan spontan. **P**: Jadi kamu menyesuaikan diri tergantung situasi ya? **N**: Iya, saya merasa harus jaga sikap juga, apalagi kalau ada senior atau dosen.
6	Pertanyaan Inti (Q4)	**P**: Apa yang biasanya membuat kamu merasa tidak bisa menunjukkan diri kamu yang sebenarnya? **N**: Biasanya karena saya takut salah ngomong atau takut dikira aneh. Jadi saya sering mikir dulu sebelum berekspresi. **P**: Pernah gak sampai kamu merasa capek karena harus terus menyesuaikan diri? **N**: Sering sih, apalagi kalau lagi rapat atau diskusi, saya pengen ngomong sesuatu tapi akhirnya nggak jadi karena takut dianggap nggak penting. **P**: Jadi rasa takut itu lebih karena persepsi dari orang lain ya? **N**: Iya, saya cenderung overthinking sih kalau soal penilaian orang.
7	Pertanyaan Inti (Q5)	**P**: Apakah kamu merasa lebih bisa jadi diri sendiri saat bersama orang-orang yang kamu percaya? Kenapa? **N**: Pasti. Kalau sama orang yang saya percaya, saya nggak takut dinilai atau ditolak. Jadi lebih spontan dan terbuka. **P**: Hal apa yang biasanya kamu tunjukkan saat jadi diri sendiri? **N**: Saya jadi bisa becanda, ngomong ngalor-ngidul, bahkan cerita hal-hal pribadi yang biasanya saya simpan. **P**: Apakah itu bikin kamu merasa lebih ringan atau lega? **N**: Iya banget. Rasanya kayak plong dan nggak ada beban gitu.

8	Pertanyaan Inti (Q6)	**P**: Menurut kamu, seberapa penting kepercayaan terhadap orang lain dalam membantu kamu tampil otentik sebagai diri sendiri? **N**: Penting banget. Saya merasa saya bisa tampil apa adanya kalau saya merasa aman dan tidak dihakimi. **P**: Jadi rasa aman itu jadi dasar dari kepercayaan menurut kamu? **N**: Betul. Kalau udah ada rasa aman, saya nggak mikir dua kali buat jadi diri saya sendiri.
9	Pertanyaan Inti (Q7)	**P**: Pernahkah kamu merasa perlu berpura-pura atau menyesuaikan diri secara berlebihan untuk diterima oleh lingkungan sosial? **N**: Pernah banget, terutama pas awal-awal kuliah. Saya merasa harus kelihatan 'asik' biar gampang diterima. **P**: Caranya seperti apa kamu berpura-pura saat itu? **N**: Ya saya ikut gaya ngobrol mereka, padahal nggak sesuai banget sama saya. Kadang juga ikutan opini biar nggak kelihatan beda sendiri. **P**: Dan itu terasa membebani kamu? **N**: Iya, jadinya gak nyaman sama diri sendiri.
10	Pertanyaan Inti (Q8)	**P**: Apa dampaknya terhadap perasaan kamu tentang keaslian diri kamu? **N**: Jadi kayak saya gak kenal diri saya sendiri. Sering ngerasa "ini beneran aku gak sih?" gitu. **P**: Apakah itu masih kamu alami sekarang? **N**: Kadang masih, tapi saya mulai belajar buat lebih jujur ke diri sendiri dan gak maksa buat selalu cocok sama orang.
11	Penutup	**P**: Dari pengalaman kamu sejauh ini, hal apa yang paling berharga dalam menjaga kepercayaan dengan orang lain? **N**: Saya pikir keterbukaan dan konsistensi. Kalau udah saling percaya, hubungan jadi lebih kuat. **P**: Dan apa yang membuat kamu merasa benar-benar jadi diri sendiri? **N**: Kalau saya tahu orang itu nerima saya tanpa syarat dan gak menuntut saya jadi versi tertentu. **P**: Terima kasih banyak ya ALS atas waktu dan keterbukaannya. Semoga semua urusan kuliah kamu dilancarkan. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. **N**: Wa'alaikumsalam, terima kasih kembali, Mas.

Lampiran 6.3 Narasumber 3

VERBATIM WAWANCARA

Identitas Subjek

- **Nama (Inisial):** MI
- **Asal:** Probolinggo
- **Jenis Kelamin:** Laki-laki
- **Angkatan:** 2022
- **Semester :** 6
- **Tanggal Wawancara:** 9 Februari 2025
- **Waktu Mulai:** 09.12 WIB
- **Metode Wawancara:** Offline
- **Tempat:** Warkop Kopiyen – Jl. Sumbersari III, Malang
- **Durasi:** 15 Menit

No	Sesi	Transkrip
1	Pembuka	**P**: Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Terima kasih banget udah nyempetin waktu buat wawancara hari ini, Mas. Saya Fitra Aulia Kariim dari Psikologi semester akhir di UIN Malang. **N**: Wa'alaikumsalam, Mas. Siap, gaskeun aja! **P**: Wawancara ini tentang pengalaman kamu soal kepercayaan sama orang lain dan sejauh mana kamu ngerasa bisa jadi diri sendiri, terutama sebagai Mahasiswa di UIN Malang. **P**: Sebelumnya, boleh sebutin nama inisial, asal, dan kesibukan kamu sekarang? **N**: Oke. Nama inisial MI, dari Probolinggo. Aku sekarang semester 4, lagi aktif di organisasi kampus juga sih, lumayan padet hehe.
2	Pengantar	**P**: Mantap. Jadi sebelum mulai, aku jelasin dulu ya dua istilah penting dalam wawancara ini. Yang pertama, *interpersonal trust*, itu kepercayaan kita sama orang lain. Yang kedua, *self-perceived authenticity*, itu gimana kamu ngerasa bisa jadi diri kamu sendiri atau enggak. **P**: Ada yang mau ditanyain dulu dari dua istilah itu? **N**: Oke paham kok, Mas. Aman.
3	Pertanyaan Inti (Q1)	**P**: Bisa ceritain pengalaman ketika kamu ngerasa sangat percaya sama seseorang? Dan kenapa kamu bisa percaya sama dia? **N**: Hmm, ada sih. Temen deket dari awal masuk kuliah. Kita satu tongkrongan juga. Saya ngerasa percaya karena dia tuh konsisten, kalau janji ditepatin, dan dia nggak pernah manfaatin keadaan saya. **P**: Oke, jadi kayak stabil terus ya sikapnya ke kamu?

		N: Iya. Dan yang paling penting sih dia bisa diajak ngobrol serius maupun bercanda. Jadi chemistry-nya dapet gitu lho, Mas. Itu bikin saya nyaman dan otomatis percaya aja. **P**: Ada momen tertentu yang bikin kamu akhirnya percaya banget? **N**: Waktu saya pernah ngalamin masalah organisasi, saya sempat down, dan dia tuh yang ngedeketin, nanyain terus, nggak maksa tapi kerasa support-nya. Akhirnya saya cerita banyak hal dan ternyata dia jaga rahasia saya banget.
4	Pertanyaan Inti (Q2)	**P**: Kalau kebalikannya, pernah nggak kamu ngerasa dikhianatin soal kepercayaan? Gimana kamu ngadepinnya? **N**: Wah, pernah banget, Mas. Waktu SMA sih. Ada temen deket yang saya kira solid, eh ternyata ngomongin saya di belakang. Rasanya kesel, kaget, kecewa campur jadi satu. **P**: Waduh, pas kamu tahu, kamu langsung konfrontasi atau gimana? **N**: Enggak langsung sih. Saya tarik diri dulu, merenung (ketawa), terus baru saya tanya pelan-pelan. Akhirnya dia ngaku. Ya udah, saya maafin tapi sejak itu hubungan kami renggang. Saya belajar, kepercayaan itu mahal. **P**: Jadi kamu punya batas ya, meskipun memaafkan tapi tetap waspada? **N**: Iya, saya tetap baik, tapi gak sebuka dulu.
5	Pertanyaan Inti (Q3)	**P**: Dalam keseharian kamu di kampus atau organisasi, kamu ngerasa bisa jadi diri sendiri nggak? **N**: Banget! Saya orangnya emang agak cuek, jadi biasanya ya saya tampil apa adanya. Bercanda, ngomong blak-blakan, tapi tetap sopan. **P**: Tapi ada gak sih situasi tertentu yang bikin kamu ngerasa harus nahan diri? **N**: Pasti ada sih. Kalau sama dosen atau di forum formal, ya saya otomatis lebih kalem. Tapi bukan berarti pura-pura, lebih ke tahu tempat aja. **P**: Jadi lebih ke penyesuaian ya, bukan kehilangan jati diri? **N**: Betul banget.
6	Pertanyaan Inti (Q4)	**P**: Kapan biasanya kamu ngerasa gak bisa nunjukin diri kamu yang sebenarnya? **N**: Kalau ketemu orang baru yang kelihatan judgmental. Saya jadi mikir dua kali buat ngomong. Kayak ada tembok gitu, Mas. **P**: Kamu langsung menjauh atau tetap mencoba berinteraksi? **N**: Saya coba interaksi, tapi pelan-pelan. Sambil liat-liat dulu, bisa dipercaya gak nih orangnya. Kalau udah klik, ya saya keluarin versi asli saya (ketawa).
7	Pertanyaan Inti (Q5)	**P**: Kalau kamu lagi bareng orang yang kamu percaya, apakah kamu ngerasa lebih bebas jadi diri sendiri? **N**: Pasti! Saya bisa bercanda sesuka hati, ngomong hal-hal aneh juga gak masalah. Mereka ngerti dan nerima saya apa adanya. **P**: Dan itu bikin kamu ngerasa nyaman ya? **N**: Nyaman banget. Bahkan kadang saya gak sadar udah cerita hal-hal yang biasanya saya simpen sendiri.
8	Pertanyaan Inti (Q6)	**P**: Menurut kamu, seberapa penting sih interpersonal trust dalam bikin kamu bisa tampil otentik? **N**: Penting banget, Mas. Kepercayaan itu bikin kita merasa aman. Kalau udah aman, kita gak takut buat tampil apa adanya. **P**: Jadi trust itu kayak fondasi ya?

		N: Iya, fondasi dari semua bentuk relasi sih menurut saya. Mau itu temen, keluarga, atau pasangan.
9	Pertanyaan Inti (Q7)	**P**: Pernah gak kamu ngerasa harus berpura-pura atau menyesuaikan diri secara berlebihan biar diterima? **N**: Waktu awal masuk kuliah pernah. Saya ikut gaya orang-orang, padahal itu bukan saya banget. Tapi saya sadar, capek juga pura-pura terus. **P**: Jadi kamu sempat berubah strategi? **N**: Iya, setelah beberapa bulan saya balik jadi diri sendiri. Eh, ternyata malah lebih diterima karena katanya saya 'beda' tapi positif.
10	Pertanyaan Inti (Q8)	**P**: Apa dampaknya buat perasaan kamu soal keaslian diri kamu? **N**: Sekarang saya lebih kenal diri sendiri. Saya tahu mana yang saya banget dan mana yang cuma topeng. Itu bikin saya lebih tenang juga dalam relasi. **P**: Jadi kamu lebih pede sekarang ya jadi diri sendiri? **N**: Banget! Karena saya udah ngelewatin fase adaptasi dan tahu siapa aja yang bisa saya percaya.
11	Penutup	**P**: Dari semua pengalaman kamu, hal apa yang paling penting buat kamu dalam menjaga kepercayaan? **N**: Konsistensi dan komunikasi. Kalau dua itu jalan, kepercayaan akan stabil terus. **P**: Dan hal apa yang bikin kamu ngerasa paling jadi diri sendiri? **N**: Kalau saya bareng orang-orang yang nerima saya tanpa harus jadi orang lain. Simpel sih, tapi berasa banget pengaruhnya. **P**: Terima kasih banget ya MI atas waktunya dan keterbukaannya. Sukses terus kuliahnya dan kegiatan organisasi juga ya. **N**: Siap, Mas! Makasih juga udah ngajak ngobrol. Seru nih! Wassalamu'alaikum. **P**: Wa'alaikumsalam.

Lampiran 6.4 Verbatim Narasumber 4

VERBATIM WAWANCARA

Identitas Subjek

- **Nama (Inisial):** FRCM
- **Asal:** Blitar
- **Jenis Kelamin:** Laki-laki
- **Angkatan:** 2019
- **Semester :** 12
- **Tanggal Wawancara:** 9 Februari 2025
- **Waktu Mulai:** 13.47 WIB
- **Metode Wawancara:** Offline
- **Tempat:** Warkop Kopiyen – Jl. Sumbersari III, Malang
- **Durasi:** 18 Menit

No	Sesi	Transkrip
1	Pembuka	**P**: Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Kak. Terima kasih banyak sudah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara ini. Saya Fitra dari Psikologi semester akhir. **N**: Wa'alaikumsalam Warahmatullah. Sama-sama, Fitra. Santai aja, ayo ngobrol. **P**: Wawancara ini berkaitan dengan penelitian saya soal interpersonal trust dan self-perceived authenticity di kalangan Mahasiswa di UIN Malang. Nanti pertanyaannya lebih ke pengalaman pribadi. Kalau tidak keberatan, bisa disebutkan inisial, asal daerah, dan aktivitas saat ini? **N**: Oke, saya FRCM, dari Blitar. Sekarang lagi skripsian juga, tapi juga ngurus kegiatan laboratorium dan bantu-bantu dosen riset kecil-kecilan.
2	Pengantar	**P**: Terima kasih, Kak. Sebelum lanjut, saya mau jelasin dua istilah penting dulu ya. Yang pertama "interpersonal trust" itu artinya kepercayaan kita terhadap orang lain. Yang kedua, "self-perceived authenticity", itu tentang bagaimana kita merasa bisa menjadi diri sendiri atau tidak dalam kehidupan sehari-hari. **P**: Apakah sudah cukup jelas atau perlu penjelasan tambahan? **N**: Sudah jelas, insyaAllah. Dua-duanya cukup familiar juga dengan kehidupan saya.
3	Pertanyaan Inti (Q1)	**P**: Kakak bisa ceritakan pengalaman ketika merasa sangat percaya pada seseorang? Apa yang membuat Kakak bisa percaya pada orang itu? **N**: Hmm, kalau saya sih, kepercayaan itu dibentuk dari proses yang panjang ya. Saya ingat banget waktu awal masuk pondok dulu, ada satu teman dekat yang jadi tempat saya curhat. Namanya tidak perlu disebut, tapi dia itu tidak pernah menghakimi. Ketika saya cerita, dia cuma dengar,

		tidak menginterupsi, dan itu sangat berarti buat saya. Dari situ saya mulai percaya. **P**: Jadi prosesnya bertahap ya, Kak? Ada kedalaman hubungan yang terbentuk dulu? **N**: Betul. Saya pribadi merasa kepercayaan itu bukan sesuatu yang instan. Harus ada konsistensi, kejujuran kecil, baru kemudian kepercayaan besar itu bisa lahir.
4	Pertanyaan Inti (Q2)	**P**: Kalau kebalikannya, pernah nggak Kakak merasa kepercayaan Kakak dikhianati? Bagaimana perasaan dan respon Kakak waktu itu? **N**: Pernah. Tapi saya anggap itu juga bagian dari pelajaran. Dulu saya pernah percaya pada rekan organisasi. Dia janji akan handle satu program, tapi ternyata dia tinggalin begitu saja tanpa kabar. Saya yang harus tanggung jawab sendirian. Sakit sih, kecewa juga. Tapi saya refleksi. Mungkin saya terlalu cepat percaya. **P**: Lalu setelah kejadian itu, Kakak langsung konfrontasi atau justru menjauh? **N**: Awalnya saya tanya baik-baik. Tapi dia malah menghindar. Dari situ saya memutuskan untuk menarik batas. Saya tetap ramah, tapi saya tidak membuka kepercayaan seperti dulu.
5	Pertanyaan Inti (Q3)	**P**: Dalam kehidupan kampus atau organisasi, apakah Kakak merasa bisa menjadi diri sendiri? **N**: Alhamdulillah, cukup bisa. Saya tipe orang yang tidak suka berpura-pura. Apa adanya, bahkan kadang terlalu jujur menurut teman-teman saya. Tapi saya lebih memilih begitu daripada harus menyesuaikan diri berlebihan. **P**: Tidak pernah merasa tertekan untuk menyesuaikan diri? **N**: Pernah, tapi lebih ke awal kuliah. Waktu itu saya merasa perlu "menyesuaikan kultur kota" karena saya dari desa. Tapi makin ke sini saya sadar, dengan jadi diri sendiri justru saya lebih mudah diterima oleh lingkungan.
6	Pertanyaan Inti (Q4)	**P**: Dalam situasi seperti apa Kakak merasa tidak bisa menunjukkan jati diri yang sesungguhnya? **N**: Biasanya dalam lingkungan yang penuh kompetisi dan formalitas yang berlebihan. Misalnya saat presentasi di forum luar fakultas. Saya harus lebih "rapi" dalam bicara. Tapi itu bukan berarti saya kehilangan diri, lebih ke adaptasi profesional sih. **P**: Berarti Kakak membedakan antara adaptasi dengan kepalsuan ya? **N**: Tepat. Saya percaya keaslian itu bisa tetap dijaga meskipun kita menyesuaikan diri.
7	Pertanyaan Inti (Q5)	**P**: Saat Kakak bersama orang-orang yang dipercaya, apakah Kakak merasa lebih bebas menjadi diri sendiri? **N**: Sangat. Biasanya saya lebih terbuka, lebih reflektif juga. Kadang bisa cerita hal-hal yang sangat pribadi, seperti tentang keresahan karir, masa depan, bahkan soal iman. **P**: Jadi kepercayaan itu menciptakan ruang yang aman ya, Kak? **N**: Betul sekali. Rasa aman itu yang jadi landasan utama munculnya keaslian diri.
8	Pertanyaan Inti (Q6)	**P**: Menurut Kakak, seberapa penting interpersonal trust dalam membentuk self-perceived authenticity?

		N: Sangat penting. Karena ketika kita percaya seseorang tidak akan menghakimi, kita jadi berani jujur. Dan dari kejujuran itu muncul rasa otentik, bahwa kita benar-benar menjadi diri kita sendiri tanpa topeng. **P**: Jadi trust itu seperti jembatan ya? **N**: Bisa dibilang begitu. Bahkan bisa jadi fondasi.
9	Pertanyaan Inti (Q7)	**P**: Pernah nggak Kakak merasa harus menyesuaikan diri secara berlebihan agar diterima? **N**: Awal kuliah pernah. Saya ikut gaya bicara, cara berpakaian teman-teman, padahal tidak sesuai karakter saya. Tapi itu nggak nyaman. Akhirnya saya pelan-pelan kembali ke gaya saya sendiri, dan ternyata tetap diterima. **P**: Jadi Kakak mengalami juga masa "eksplorasi sosial" ya? **N**: Iya, dan saya kira itu wajar. Yang penting jangan lupa untuk refleksi, agar tahu kapan harus berhenti menyesuaikan.
10	Pertanyaan Inti (Q8)	**P**: Apa dampak pengalaman-pengalaman itu terhadap perasaan Kakak terhadap keaslian diri sendiri? **N**: Saya merasa makin matang. Makin tahu mana versi diri saya yang asli, mana yang muncul karena tekanan sosial. Saya jadi lebih sadar saat berinteraksi. **P**: Dan itu bikin Kakak merasa lebih nyaman dengan diri sendiri? **N**: Iya. Karena saya tahu siapa saya, dan tahu juga batasan saya. Itu penting buat saya sebagai manusia dan sebagai seorang mahasiswa.
11	Penutup	**P**: Terima kasih banyak, Kak FRCM, sudah berbagi banyak hal. Terakhir, menurut Kakak, apa hal paling penting dalam menjaga kepercayaan? **N**: Konsistensi, kejujuran, dan komunikasi terbuka. Kalau itu dijaga, relasi apa pun akan sehat. **P**: Dan hal apa yang membuat Kakak paling merasa jadi diri sendiri? **N**: Ketika saya bisa bicara tanpa takut disalahpahami. Itu biasanya terjadi di tengah orang-orang yang saya percaya. **P**: Terima kasih banyak ya, Kak. Semoga sukses untuk skripsi dan semua aktivitas Kakak. **N**: Aamiin. Sukses juga buat penelitiannya, Fitra. Wassalamu'alaikum. **P**: Wa'alaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh.

Lampiran 7, Hasil Uji Validitas Variabel

Lampiran 7.1 Hasil Uji Validitas Variabel 1 Trust

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	Total
VAR00001	Pearson Correlation	1	.203	.300	.300	.331	-.210	-.143	.281	.328	.128	.102	-.127	-.183	-.291	-.152	-.074	.136	-.087	-.133	-.250	-.087	-.020	.477
	Sig. (2-tailed)		.281	.107	.107	.074	.265	.450	.133	.077	.501	.591	.503	.333	.118	.422	.697	.475	.646	.483	.184	.646	.917	.557
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.203	1	.017	-.108	-.035	-.128	.052	.070	.120	.062	.249	.333	.099	-.055	.299	.000	-.193	.178	-.010	.368*	.124	.338	.532
	Sig. (2-tailed)	.281		.930	.571	.854	.500	.783	.713	.527	.743	.185	.072	.602	.774	.109	1.000	.307	.348	.958	.045	.513	.068	.102
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.300	.017	1	.056	.502**	.003	.212	.292	.339	.031	.351	-.080	.207	-.342	-.295	.041	-.033	.004	.299	-.245	.004	.126	.374
	Sig. (2-tailed)	.107	.930		.767	.005	.986	.262	.117	.067	.869	.057	.673	.272	.065	.114	.830	.861	.985	.109	.191	.985	.506	.119
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	.300	-.108	.056	1	.375*	.192	.205	.073	.125	-.020	.211	.156	-.071	-.014	-.301	.141	.532**	-.065	.069	.121	.074	-.025	.488
	Sig. (2-tailed)	.107	.571	.767		.041	.309	.277	.701	.510	.915	.263	.410	.709	.940	.106	.456	.002	.734	.718	.524	.697	.895	.122
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	.331	-.035	.502**	.375*	1	.014	.335	.238	.204	-.066	.093	.297	.163	-.090	-.521**	-.331	.270	-.098	.224	-.218	.128	.072	.636
	Sig. (2-tailed)	.074	.854	.005	.041		.943	.071	.205	.279	.728	.627	.111	.389	.636	.003	.074	.150	.606	.233	.247	.499	.706	.104
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006	Pearson Correlation	-.210	-.128	.003	.192	.014	1	.814**	.109	.140	.348	.253	.039	.495**	.363*	.172	.079	-.171	.644**	.417*	.351	.695**	.290	.658**
	Sig. (2-tailed)	.265	.500	.986	.309	.943		.000	.567	.462	.060	.177	.839	.005	.049	.364	.679	.366	.000	.022	.057	.000	.120	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00007	Pearson Correlation	-.143	.052	.212	.205	.335	.814**	1	.297	.203	.347	.264	.211	.590**	.347	.000	-.072	-.117	.620**	.516**	.254	.564**	.306	.759**
	Sig. (2-tailed)	.450	.783	.262	.277	.071	.000		.111	.281	.061	.159	.262	.001	.060	1.000	.706	.539	.000	.004	.175	.001	.100	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00008	Pearson Correlation	.281	.070	.292	.073	.238	.109	.297	1	.566**	.441*	.094	.176	-.028	-.255	.122	-.153	-.109	.372*	.212	.299	.422*	.027	.490**
	Sig. (2-tailed)	.133	.713	.117	.701	.205	.567	.111		.001	.015	.622	.353	.883	.174	.519	.419	.566	.043	.260	.108	.020	.886	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00009	Pearson Correlation	.328	.120	.339	.125	.204	.140	.203	.566**	1	.679**	.362*	-.064	-.036	.000	.389*	-.066	-.134	.516**	.206	.326	.413*	.210	.624**
	Sig. (2-tailed)	.077	.527	.067	.510	.279	.462	.281	.001		.000	.050	.735	.850	1.000	.033	.730	.482	.004	.274	.079	.023	.265	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00010	Pearson Correlation	.128	.062	.031	-.020	-.066	.348	.347	.441*	.679**	1	.117	-.063	-.164	.090	.564**	.064	-.260	.536**	.096	.378*	.436*	.023	.521**
	Sig. (2-tailed)	.501	.743	.869	.915	.729	.060	.061	.015	.000		.537	.742	.387	.635	.001	.737	.165	.002	.615	.040	.016	.905	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00011	Pearson Correlation	.102	.249	.351	.211	.093	.253	.264	.094	.362*	.117	1	.033	.308	-.144	-.093	.323	.014	.281	.428*	.229	.281	.382*	.523**
	Sig. (2-tailed)	.591	.185	.057	.263	.627	.177	.159	.622	.050	.537		.861	.098	.447	.624	.081	.942	.133	.018	.223	.133	.037	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00012	Pearson Correlation	-.127	.333	-.080	.156	.297	.039	.211	.176	-.064	-.063	.033	1	.090	-.022	-.050	-.055	.118	-.029	.229	.413*	.329	-.136	.287
	Sig. (2-tailed)	.503	.072	.673	.410	.111	.839	.262	.353	.735	.742	.861		.637	.908	.794	.775	.533	.881	.224	.023	.076	.474	.124
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00013	Pearson Correlation	-.183	.099	.207	-.071	.163	.495**	.590**	-.028	-.036	-.164	.308	.090	1	.310	-.142	-.020	-.232	.429*	.664**	-.026	.229	.492**	.479**
	Sig. (2-tailed)	.333	.602	.272	.709	.389	.005	.001	.883	.850	.387	.098	.637		.096	.453	.915	.218	.018	.000	.890	.223	.006	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00014	Pearson Correlation	-.291	-.055	-.342	-.014	-.090	.363*	.347	-.255	.000	.090	-.144	-.022	.310	1	.385*	-.381*	-.009	.447*	.087	.194	.270	.089	.264
	Sig. (2-tailed)	.118	.774	.065	.940	.636	.049	.060	.174	1.000	.635	.447	.908	.096		.035	.038	.962	.013	.646	.306	.148	.644	.159
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00015	Pearson Correlation	-.152	.299	-.295	-.301	-.521**	.172	.000	.122	.389*	.564**	-.093	-.050	-.142	.385*	1	-.017	-.227	.523**	-.094	.547**	.323	.138	.294
	Sig. (2-tailed)	.422	.109	.114	.106	.003	.364	1.000	.519	.033	.001	.624	.794	.453	.035		.929	.228	.003	.622	.002	.081	.466	.115
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00016	Pearson Correlation	-.074	.000	.041	.141	-.331	.079	-.072	-.153	-.066	.064	.323	-.055	-.020	-.381*	-.017	1	-.211	-.058	.133	.053	-.135	.218	.446
	Sig. (2-tailed)	.697	1.000	.830	.456	.074	.679	.706	.419	.730	.737	.081	.775	.915	.038	.929		.263	.760	.483	.783	.490	.248	.987
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00017	Pearson Correlation	.136	-.193	-.033	.532**	.270	-.171	-.117	-.109	-.134	-.260	.014	.118	-.232	-.009	-.227	-.211	1	-.308	-.075	-.096	-.190	-.097	-.071
	Sig. (2-tailed)	.475	.307	.861	.002	.150	.366	.539	.566	.482	.165	.942	.533	.218	.962	.228	.263		.098	.696	.613	.315	.612	.709
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00018	Pearson Correlation	-.087	.178	.004	-.065	-.098	.644**	.620**	.372*	.516**	.536**	.281	-.029	.429*	.447*	.523**	-.058	-.308	1	.462*	.544**	.656**	.399*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.646	.348	.985	.734	.606	.000	.000	.043	.004	.002	.133	.881	.018	.013	.003	.760	.098		.010	.002	.000	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00019	Pearson Correlation	-.133	-.010	.299	.069	.224	.417*	.516**	.212	.206	.096	.428*	.229	.664**	.087	-.094	.133	-.075	.462*	1	.114	.332	.421*	.602**
	Sig. (2-tailed)	.483	.958	.109	.718	.233	.022	.004	.260	.274	.615	.018	.224	.000	.646	.622	.483	.696	.010		.548	.073	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00020	Pearson Correlation	-.250	.368*	-.245	.121	-.218	.351	.254	.299	.326	.378*	.229	.413*	-.026	.194	.547**	.053	-.096	.544**	.114	1	.647**	.091	.541**
	Sig. (2-tailed)	.184	.045	.191	.524	.247	.057	.175	.108	.079	.040	.223	.023	.890	.306	.002	.783	.613	.002	.548		.000	.750	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00021	Pearson Correlation	-.087	.124	.004	.074	.128	.695**	.564**	.422*	.413*	.436*	.281	.329	.229	.270	.323	-.131	-.190	.656**	.332	.647**	1	.244	.742**
	Sig. (2-tailed)	.646	.513	.985	.697	.499	.000	.001	.020	.023	.016	.133	.076	.223	.148	.081	.490	.315	.000	.073	.000		.194	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00022	Pearson Correlation	-.020	.338	.126	-.025	.072	.290	.306	.027	.210	.023	.382*	-.136	.492**	.089	.138	.218	-.097	.399*	.421*	.091	.244	1	.474**
	Sig. (2-tailed)	.917	.068	.506	.895	.706	.120	.100	.886	.265	.905	.037	.474	.006	.644	.466	.248	.612	.029	.021	.750	.194		.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.112	.304	.291	.288	.303	.658**	.759**	.490**	.624**	.521**	.523**	.287	.479**	.264	.294	.003	-.071	.779**	.602**	.547**	.742**	.474**	1
	Sig. (2-tailed)	.557	.102	.119	.122	.104	.000	.000	.006	.000	.003	.003	.124	.007	.159	.115	.987	.709	.000	.000	.002	.000	.008	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7. 2 Hasil Uji Validitas Variabel 2

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	Total
VAR00001	Pearson Correlation	1	.238	.190	.182	-.012	.236	.309	.272	-.137	-.148	.142	-.041	.564
	Sig. (2-tailed)		.205	.315	.335	.950	.209	.096	.146	.472	.435	.453	.832	.248
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.238	1	.748**	.386*	.348	.218	.381*	.413*	.279	.359	.373*	.280	.602**
	Sig. (2-tailed)	.205		.000	.035	.059	.247	.038	.023	.135	.052	.042	.134	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.190	.748**	1	.505**	.537**	.272	.384*	.549**	.432*	.476**	.394*	.386*	.728**
	Sig. (2-tailed)	.315	.000		.004	.002	.146	.036	.002	.017	.008	.031	.035	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	.182	.386*	.505**	1	.215	.127	.343	.251	.515**	.503**	.487**	.632**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.335	.035	.004		.254	.503	.063	.182	.004	.005	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	-.012	.348	.537**	.215	1	.261	.529**	.612**	.592**	.598**	.480**	.442*	.751**
	Sig. (2-tailed)	.950	.059	.002	.254		.163	.003	.000	.001	.000	.007	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006	Pearson Correlation	.236	.218	.272	.127	.261	1	.252	.253	-.008	.047	.079	.095	.326
	Sig. (2-tailed)	.209	.247	.146	.503	.163		.179	.177	.965	.804	.680	.616	.079
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00007	Pearson Correlation	.309	.381*	.384*	.343	.529**	.252	1	.666**	.212	.141	.424*	.303	.622**
	Sig. (2-tailed)	.096	.038	.036	.063	.003	.179		.000	.260	.457	.020	.104	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00008	Pearson Correlation	.272	.413*	.549**	.251	.612**	.253	.666**	1	.356	.368*	.470**	.313	.709**
	Sig. (2-tailed)	.146	.023	.002	.182	.000	.177	.000		.054	.046	.009	.092	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00009	Pearson Correlation	-.137	.279	.432*	.515**	.592**	-.008	.212	.356	1	.931**	.616**	.764**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.472	.135	.017	.004	.001	.965	.260	.054		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00010	Pearson Correlation	-.148	.359	.476**	.503**	.598**	.047	.141	.368*	.931**	1	.675**	.794**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.435	.052	.008	.005	.000	.804	.457	.046	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00011	Pearson Correlation	.142	.373*	.394*	.487**	.480**	.079	.424*	.470**	.616**	.675**	1	.797**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.453	.042	.031	.006	.007	.680	.020	.009	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00012	Pearson Correlation	-.041	.280	.386*	.632**	.442*	.095	.303	.313	.764**	.794**	.797**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.832	.134	.035	.000	.014	.616	.104	.092	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.218	.602**	.728**	.637**	.751**	.326	.622**	.709**	.764**	.786**	.793**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.248	.000	.000	.000	.000	.079	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8, Tabel Kode Penamaan Responden

No.	Inisial	Semester	Kode Penamaan
1.	NAA	10	NAA/10/[No Q.]
2.	ALS	8	ALS/8/[No Q.]
3.	MI	6	MI/6/[No Q.]
4.	FRCM	12	FRCM/12/[No Q.]

Format kode penamaan: (Inisial/(Semester)/(Jawaban dari soal nomor ke-)

Lampiran 9, Tabel Hasil Data Display

i. Aspek: Keterandalan *(Reliability)*

No	Kode Responden	Kutipan Wawancara	Interpretasi / Ringkasan	Subkategori
1	NAA/10/1	"Dia nggak pernah ngebohongin aku sih…"	Keterandalan muncul karena orang lain konsisten dan menjaga rahasia	Konsistensi orang lain
2	NAA/10/a	"Kalau bilang A ya A…"	Kejujuran dan konsistensi jadi dasar kepercayaan	Konsistensi tindakan
3	ALS/8/3	"Tetap intens komunikasi…"	Meskipun berjauhan, konsistensi komunikasi jaga kepercayaan	Konsistensi dalam relasi
4	MI/6/1	"Kalau janji ditepatin…"	Kepercayaan muncul dari tindakan yang konsisten dan tidak manipulatif	Komitmen dan tidak manipulatif
5	FRCM/12/2	"Dia janji akan handle satu program…"	Ketidakterandalan mengakibatkan kehilangan kepercayaan	Tanggung jawab

ii. Aspek: Emosi *(Emotional)*

No	Kode Responden	Kutipan Wawancara	Interpretasi / Ringkasan	Subkategori
1	NAA/10/2	"Dia nyebarin cerita…"	Merasa dikhianati, menimbulkan trauma kepercayaan	Emosi negatif
2	FRCM/12/2	"Saya refleksi. Mungkin saya terlalu cepat percaya."	Rasa kecewa namun tetap reflektif	Emosi reflektif
3	ALS/8/5	"Saya nggak takut dinilai atau ditolak."	Adanya kenyamanan mendorong keterbukaan	Emosi positif

4	MI/6/1	“Dia bisa diajak ngobrol serius maupun bercanda.”	Chemistry dan rasa aman menumbuhkan kepercayaan	Kedekatan emosional

iii. Aspek: Kejujuran *(Honesty)*

No	Kode Responden	Kutipan Wawancara	Interpretasi / Ringkasan	Subkategori
1	NAA/10/1	“Dia nggak pernah ngebohongin aku sih…”	Kejujuran timbal balik menentukan keterbukaan	Respons jujur terhadap kejujuran
2	MI/6/1	“Dia jaga rahasia saya banget.”	Kejujuran dinilai dari kemampuan menjaga rahasia	Kepercayaan dan rahasia
3	ALS/8/4	“Saya sering mikir dulu sebelum berekspresi.”	Rasa takut dinilai menghambat kejujuran	Tekanan sosial
4	ALS/8/5	“Kalau sama orang yang saya percaya…”	Lingkungan aman mendorong keterbukaan	Rasa aman
5	FRCM/12/1	“Kejujuran kecil, baru kepercayaan besar.”	Kejujuran dasar utama membangun kepercayaan	Nilai moral pribadi

iv. Aspek: *Authentic Living*

No	Kode Responden	Kutipan Wawancara	Interpretasi / Ringkasan	Subkategori
1	NAA/10/5	“Soalnya nggak ada rasa takut di-judge.”	Keaslian muncul di ruang aman	Keaslian kontekstual
2	ALS/8/6	“Bisa tampil apa adanya kalau saya merasa aman.”	Autentik di lingkungan suportif	Lingkungan suportif
3	MI/6/3	“Saya tampil apa	Otentik dan konsisten dengan	Otentik stabil

		adanya.”	diri sendiri	
4	FRCM/12/3	“Tidak suka berpura-pura.”	Autentik sebagai prinsip hidup	Nilai keaslian diri

v. Aspek: *Accepting External Influence*

No	Kode Responden	Kutipan Wawancara	Interpretasi / Ringkasan	Subkategori
1	NAA/10/3	“Kadang harus jaim.”	Menyesuaikan diri agar diterima	Penyesuaian sosial
2	ALS/8/4	“Mikir dulu sebelum berekspresi.”	Tahan ekspresi karena ekspektasi sosial	Ekspektasi lingkungan
3	MI/6/7	“Ikut gaya orang, tapi capek pura-pura.”	Menyesuaikan diri tapi akhirnya sadar	Refleksi adaptasi sosial
4	FRCM/12/7	“Ikut gaya bicara dan berpakaian…”	Pengaruh sosial yang tidak nyaman	Penyesuaian berlebihan

vi. Aspek: *Self-Alienation*

No	Kode Responden	Kutipan Wawancara	Interpretasi / Ringkasan	Subkategori
1	NAA/10/8	“Gak jujur sama diri sendiri.”	Merasa terpisah dari jati diri	Ketidaksesuaian diri
2	ALS/8/8	“Gak kenal diri sendiri.”	Keraguan identitas karena sosial	Identitas kabur
3	MI/6/8	“Tahu mana topeng, mana yang asli.”	Refleksi terhadap self-alienation	Kesadaran diri
4	FRCM/12/8	“Tahu mana versi diri saya yang asli.”	Proses pendewasaan menuju keaslian	Rekonsiliasi diri