

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KECENDRONGAN *SELF-DISCLOSURE*
PADA *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM MAHASISWA
FKIP UNILA ANGKATAN 2021**

(Skripsi)

Oleh

AMANDA NAHDLA SALSABILLA

2113052063



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KECENDRONGAN *SELF-DISCLOSURE*
PADA *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM MAHASISWA
FKIP UNILA ANGKATAN 2021**

**Oleh
AMANDA NAHDLA SALSABILLA**

**Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada
Program Studi Bimbingan dan Konseling
Jurusan Ilmu Pendidikan**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KECENDRONGAN *SELF-DISCLOSURE* PADA *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM MAHASISWA FKIP UNILA ANGKATAN 2021

Oleh

AMANDA NAHDLA SALSABILLA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kecenderungan *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Lampung angkatan 2021. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan diri dalam konteks penggunaan akun kedua Instagram. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *thematic analysis* melalui perangkat lunak ATLAS.ti. Informan dalam penelitian adalah mahasiswi FKIP angkatan 2021 yang aktif menggunakan *second account* Instagram selama minimal satu tahun, serta terbiasa membagikan aktivitas, pemikiran, dan ekspresi emosional secara rutin di platform tersebut. Hasil penelitian mengungkap lima tema utama yang memengaruhi *self-disclosure*, yakni: (1) *Amount* (13%) yang merujuk pada batasan intensitas informasi yang dibagikan, (2) *Accuracy* (17%) yang menekankan pentingnya kejujuran dan keakuratan informasi, (3) *Intention* (15%) yang mencerminkan motivasi berbagi emosi dan pengalaman personal, (4) *Intimate* (27%) yang menggambarkan kedalaman relasi sosial dengan pengikut terpercaya, serta (5) *Valence* (28%) yang menunjukkan kecenderungan pengguna dalam mengekspresikan emosi positif maupun negatif secara bebas namun terkendali. Temuan ini menunjukkan bahwa *second account* Instagram berfungsi sebagai ruang aman dan fleksibel bagi mahasiswa untuk melakukan *self-disclosure* yang otentik, bebas dari tekanan sosial yang melekat pada akun utama. Penelitian ini juga menegaskan bahwa penggunaan *second account* merupakan strategi psikososial yang signifikan dalam menjaga privasi, mengelola emosi, serta membangun kedekatan relasional di era digital.

Kata Kunci: *Self-disclosure*, *second account* Instagram, media sosial.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING SELF-DISCLOSURE TENDENCIES ON SECOND INSTAGRAM ACCOUNTS AMONG STUDENTS OF FKIP UNILA CLASS OF 2021

By

AMANDA NAHDLA SALSABILLA

This study aims to analyze self-disclosure tendencies among users of second Instagram accounts, specifically among students of the Faculty of Teacher Training and Education (FKIP) at the University of Lampung, class of 2021. The research focuses on identifying key factors influencing self-disclosure in the context of second account usage. A qualitative approach was employed using thematic analysis with the aid of ATLAS.ti software. The participants were female students from FKIP who had actively used a second Instagram account for at least one year and frequently shared daily activities, thoughts, emotional expressions, and self-identity exploration. The findings reveal five major themes influencing self-disclosure: (1) Amount (13%), reflecting the limitation and intensity of shared information; (2) Accuracy (17%), emphasizing the importance of honest and accurate content; (3) Intention (15%), describing the motivation behind posts, such as expressing emotions and seeking social support; (4) Intimate (27%), indicating the depth of social relationships and the role of second accounts as safe spaces for trusted disclosures; and (5) Valence (28%), representing the emotional tone—positive or negative—of shared content and the users' awareness of potential responses. Overall, second Instagram accounts serve as a safer and more flexible platform for students to engage in authentic self-disclosure, free from the social pressures typically present on their primary accounts. This study also highlights the significance of privacy and emotional control in the self-disclosure process and affirms the function of second accounts as a psychosocial strategy for emotional regulation and relational closeness in digital contexts.

Keywords: *Self-disclosure, second Instagram account, social media.*

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KECENDRONGAN
SELF-DISCLOSURE PADA SECOND ACCOUNT
INSTAGRAM MAHASISWA FKIP UNILA
ANGKATAN 2021**

Nama Mahasiswa : **Amanda Nahdla Salsabilla**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2113052063**

Program Studi : **Bimbingan dan Konseling**

Jurusan : **Ilmu Pendidikan**

Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

MENYETUJUI

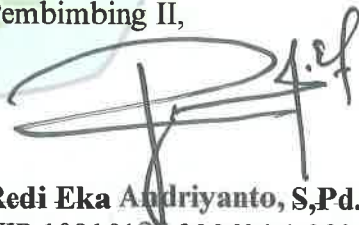
1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I,



Diah Utaminingsih, S.Psi., M.A., Psi.
NIP 19790714 200312 2 001

Pembimbing II,



Redi Eka Andriyanto, S.Pd., M.Pd., Kons.
NIP 19810123 200604 1 003

2. Jurusan Ilmu Pendidikan



Dr. Muhammad Nurwahidin, M.Ag., M. Si.
NIP 19741220 200912 1 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Diah Utaminingsih, S.Psi., M.A., Psi.**



Sekretaris : **Redi Eka Andriyanto, S.Pd., M.Pd., Kons.**



Penguji
Bukan Pembimbing : **Moch. Johan Pratama, S.Psi., M.Psi.**



2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd.
NIP 19870504 201404 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **19 Mei 2025**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Nahdla Salsabilla
NPM : 2113052063
Program Studi : Bimbingan dan Konseling
Jurusan : Ilmu Pendidikan
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Kecendrungan *Self-Disclosure* Pada *Second Account* Instagram Mahasiswa FKIP UNILA Angkatan 2021”** adalah asli hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, 19 Mei 2025
Yang Menyatakan,



Amanda Nahdla Salsabilla
NPM. 2113052063

RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama Amanda Nahdla Salsabilla, lahir di Bandar Lampung, 27 September 2003. Penulis merupakan anak pertama dari Bapak Suhaimi dan Ibu Bdn. Siti Kholifah, S.Tr.Keb.

Berikut merupakan Pendidikan formal yang telah ditempuh :

1. Tk aisyah bustanul athfal, lulus tahun 2009
2. SD N 1 Bina Bumi Meraksa Aji Tulang Bawang, hanya semester 1 di kelas 1. Lalu semester 2 kelas 1 sampai dengan kelas 4 melanjutkan pendidikan di SDN 2 Sumber Rejo Bandar Lampung. Kemudian, pada saat kelas 5-6 kembali lagi ke SD N 1 Bina Bumi Tulang Bawang, lulus pada tahun 2015
3. SMP Swasta Global Madani Bandar Lampung, lulus tahun 2018
4. SMA Swasta Global Madani Bandar Lampung, lulus tahun 2021

Pada tahun 2021, penulis diterima di Universitas Lampung di program studi Bimbingan dan Konseling (BK) Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) dan aktif mengikuti kegiatan HIMAJIP pada Semester 1 dan 2 dan juga Forum Mahasiswa Bimbingan dan Konseling (FORMABIKA) dari Semester 1 hingga Semester 6.

MOTTO

"وَأَسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ"

"Dan mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Dan (salat) itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk,"

(QS. Al-Baqarah: 45)

Jadikan sabar dan salat sebagai penolong dalam setiap kesulitan.

(Amanda Nahdla Salsabilla)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Kupersembahkan karya kecilku kepada:

Kedua orang tuaku tercinta.

Yang telah membesarkan dengan penuh kasih sayang. Terima kasih atas waktu yang tak terhitung dalam membimbingku menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih sudah selalu mendukung setiap langkahku. Terima kasih atas kasih sayang yang tak terbatas dan pengorbanan yang tak ternilai. Terima kasih atas doa-doa yang tak pernah putus untukku.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya
memberikan kesehatan dan keberkahan dalam setiap langkah
memberikan umur panjang agar aku bisa terus membahagiakan ayah bunda, dan
semoga Allah membalas segala kebaikan ayah dan ibu dengan surga-Nya.

Kakakku tersayang Radha Aulia Putri Decky, Adikku tersayang Vallensya

Maharani Putri Decky dan Muhammad Yashvir Raamzhane

Yang telah mengisi hari-hari yang membahagiakan walaupun sering kali menyebalkan. Terima kasih atas perhatian, *support* dan doa-doanya untuk Penulis.

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.
Kupersembahkan karya kecilku kepada:

*My best partner who never gets tired of reminding me that I'm capable
of getting through this all*
Muhammad Alvi Sudrajad

*Thank you for all the time you've put in.
Thank you for being a backrest when tired of approaching, being a
reminder when the spirit begins to fade, and being a comforter when tears
almost fall. thank you for being a reason for me to finish this soon.
Your presence always makes me want to be the best version of myself. May
Allah always take care of you, facilitate and smooth all your affairs..and
always be plased (Ridho) your every step. Aamiin*

SANWANCANA

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Kecendrungan *Self-disclosure* Pada *Second account* Instagram Mahasiswa Fkip Unila Angkatan 2021**” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Lampung.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan serta kerja sama berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Muhammad Nurwahidin, M.Ag., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Ibu Diah Utaminingsih, S.Psi., M.A. Psi., selaku Ketua Program Studi Bimbingan dan Konseling Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Ibu Diah Utaminingsih, S.Psi, M.A., Psi., S.Psi, M.Psi., selaku pembimbing utama yang selalu memberikan motivasi, serta bimbingan dan arahan kepada penulis dengan sabar dan Ikhlas sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Bapak Redi Eka Andriyanto, S.Pd., M.Pd., Kons., selaku pembimbing pembantu yang telah memberikan motivasi, bimbingan kepada penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Bapak Moch. Johan Pratama, S.Psi., M.Psi., selaku Dosen Pembahas yang telah menyediakan waktunya dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Bimbingan dan Konseling FKIP Universitas Lampung yang telah memberi ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan dan membantu mengarahkan penulis sampai skripsi ini selesai.
8. Ketiga orang tuaku tercinta, Terima kasih atas doa yang tiada henti, dukungan, pelajaran, mental support, serta terima kasih tidak pernah bosan-bosan mengingatkan anak cantik ini untuk makan dan istirahat supaya selalu sehat dan bahagia dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Kepada Muhammad Alvi Sudrajad, terimakasih sudah sabar dan Ikhlas dalam membantu pengerjaan skripsi ini dengan ketulusan yang tiada tara, semoga Allah senantiasa kemudahan, melancarkan dan memberi keberkahan dalam menggapai Impian yang diharapkan.
10. Teruntuk teman seperjalanan penulis yang setia menemani, Siti Nurkhasanah dan Rhacma Octapiana Dewi terimakasih atas setiap tawa, tangis, dan semangat yang tak pernah padam sejak awal kita melangkah di bangku perkuliahan ini serta dukungan yang selalu diberikan untuk saling menguatkan. Senang rasanya bisa bersama-sama melewati masa perkuliahan bersama kalian, walau tak jarang pertikaian juga sering terjadi, berkat kalian penulis merasakan hangatnya pertemanan tanpa adanya kepalsuan.
11. Teman-teman mahasiswa Bimbingan dan Konseling 2021. Terima kasih telah mewarnai segala drama kehidupan perkuliahan. Penulis selalu mengharapkan dan mendoakan yang terbaik untuk kalian di masa mendatang.

12. Terakhir, terimakasih kepada wanita kuat yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis karya tulis ini yaitu diri saya sendiri, Amanda Nahda Salsabila. Seorang anak sulung yang berjalan menuju usia 22 tahun yang keras kepala namun terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terima kasih ya telah hadir di dunia dan sudah bertahan sampai sejauh ini melewati banyaknya tantangan rintangan yang alam semesta berikan. Terimakasih kamu hebat saya bangga dengan atas pencapaian yang telah di raih dalam hidup mu dan selalu merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walau seringkali pengharapan tidak sesuai dengan ekspektasi, namun harus selalu bersyukur. Terima kasih selalu mau berusaha, berjuang, bekerjasama dan tidak lelah mencoba hal-hal positif, saya yakin dengan usaha, kebaikan-kebaikan dan do'a yang selalu kamu langitkan, Allah sudah merencanakan dengan sebaik-baik rencana-Nya yang tidak terduga, pastinya terbaik untuk dirimu. Berbahagialah selalu dimanapun kapanpun kamu berada, Amanda. Rayakan selalu kehadiranmu, jadilah bersinar dimanapun kamu berpijak. Semoga langkah kebaikan terus berada padamu dan semoga Allah senantiasa meridhoi setiap perbuatanmu dan selalu dalam lindungan-Nya. Aamiin. Barakallahu fikum.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Sehingga penulis mengharapkan pemberian kritik dan saran yang membangun agar menjadi skripsi yang lebih baik.

Bandar Lampung, 18 Mei 2025
Penulis,

Amanda Nahdla Salsabilla
NPM 2113052063

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	10
1.7 Kerangka Pikir.....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 <i>Self-disclosure</i>	14
2.1.1 Definisi <i>Self-disclosure</i>	14

2.1.2 Imbalan <i>Self-disclosure</i>	16
2.1.3 Faktor-Faktor <i>Self-disclosure</i>	18
2.1.4 Bahaya <i>Self-disclosure</i> dalam Penggunaan <i>Second account</i>	21
2.1.5 Pedoman <i>Self-disclosure</i>	23
2.1.6 Tingkatan Kriteria <i>Self-disclosure</i>	27
2.1.7 Teori <i>Self-disclosure</i>	29
2.2 Media Sosial	32
2.2.1 Definisi Media Sosial	32
2.2.2 Jenis-Jenis Media Sosial.....	34
2.2.3 Karakteristik Media Sosial	36
2.2.4 Fungsi Media Sosial	37
2.3 <i>Second account</i> pada Instagram	38
2.3.1 Definisi Instagram	38
2.3.2 Fitur Instagram	40
2.3.3 <i>Second account</i> Instagram.....	43
2.3.4 Indikator <i>Second account</i> Instagram	44
2.4 Penelitian yang Relevan	45
III. METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	52
3.2.1 Tempat Penelitian.....	52
3.2.2 Waktu Penelitian	53

3.3 Subjek Penelitian.....	53
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.4.1 <i>Second account</i> Instagram.....	53
3.4.2 <i>Self-disclosure</i>	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1 Wawancara.....	54
3.5.2 Dokumentasi.....	55
3.6 Teknik Analisis Data	55
3.6.1 <i>Familiarizing Yourself With Your Data</i>	55
3.6.2 <i>Generating Initial Code</i>	56
3.6.3 <i>Searching For Themes</i>	57
3.6.4 <i>Reviewing Themes</i>	58
3.6.5 <i>Defining and Naming Themes</i>	58
3.6.6 <i>Producing The Report</i>	59
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	60
4.1.2 Hasil Analisis Data Kecenderungan <i>Self-disclosure</i> pada Pengguna <i>Second account</i> Instagram.....	61
4.2 Pembahasan	82
V. PENUTUP.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Biodata Subjek Penelitian	60
2. Frekuensi <i>Coding</i>	64
3. Hasil Penentuan Tema dari <i>Coding</i> dan Quote Respon Subjek.....	66
4. Frekuensi Kemunculan Koding Tema <i>Self-disclosure</i> pada Subjek Pengguna <i>Second account</i>	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. WordCloud Hasil <i>Coding</i> dan Quote	62
2. Pembuatan <i>Coding</i> Kecenderungan <i>Self-disclosure</i> Pengguna <i>Second account</i> Instagram.....	63
3. <i>Network Analysis</i> Kecenderungan <i>Self-disclosure</i> Pengguna <i>Second account</i> Instagram.....	76
4. Persentase Frekuensi Kemunculan Koding <i>Self-disclosure</i> Pengguna <i>Second account</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Penelitian Pendahuluan.....	117
2. Dokumentasi Konten Subjek Penelitian	118
3. Transkrip Wawancara Subjek (Informan).....	121

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu *basic instinct* yang menjadi ciri khas manusia sebagai makhluk sosial (*zoon politicon*) (Plato, 2003). Melalui komunikasi, memungkinkan manusia untuk dapat berbagi ide, pemikiran, informasi, hingga membangun jembatan pemahaman yang mampu melampaui batasan fisik dan budaya. Dalam perjalanan peradaban, dinamika dan tatanan zaman telah menjadi pemicu perkembangan teknologi dengan mengubah cara manusia dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Perubahan tersebut ternyata secara tidak langsung telah mempengaruhi cara manusia dalam berkomunikasi, dari yang semula berkomunikasi secara konvensional menjadi modern dan serba digital melalui media sosial sebagai *platform* dominan dalam kehidupan sehari-hari. Tentunya, perkembangan ini tidak hanya berdampak pada meluasnya cakupan manusia dalam berkomunikasi, melainkan juga memperdalam dinamika interaksi antarindividu dan kelompok dalam masyarakat modern. Sebagai konsekuensinya, memahami cara komunikasi dalam konteks evolusi teknologi termasuk media sosial menjadi penting guna mengungkap dampak terhadap pola komunikasi manusia yang terus berkembang.

Media sosial kini telah menjelma menjadi bagian yang esensial dari kehidupan manusia. Sebagai ruang digital, media sosial tidak hanya

memungkinkan pengguna untuk dapat berbagi konten dan membangun jaringan sosial, melainkan juga dapat menjadi media untuk merepresentasikan diri secara *virtual (borderless communication)*. Sebagaimana menurut Kaplan dan Haenlein (2010), dengan fondasi teknologi *Web 2.0*, media sosial kini telah berhasil dalam menciptakan lingkungan dinamis di mana partisipasi aktif dan interaksi sosial menjadi 2 (dua) karakteristik inti dari pengalaman berkomunikasi secara digital. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, melainkan telah berkembang menjadi wadah untuk memperkuat ikatan sosial antar manusia di era modern.

Tidak dapat disangkal bahwa media sosial kini telah menjadi wadah yang berangsur digunakan untuk berkomunikasi oleh masyarakat Indonesia. Bahkan menurut laporan terbaru yang dihimpun dari We Are Sosial, pengguna internet dan media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2024 mencapai angka yang mencengangkan (We Are Sosial, 2024). Dari seluruh pengguna internet di Indonesia dengan rentang usia berusia 16—64 tahun, mayoritas atau 90,9%-nya ternyata menggunakan media sosial Whatsapp. Instagram juga menempati posisi kedua dengan 85,3% pengguna, diikuti oleh Facebook dengan 81,6%, dan TikTok sebesar 73,5%. Sementara itu, Telegram digunakan oleh 61,3% dan X (sebelumnya Twitter) digunakan oleh 57,5% pengguna. Secara keseluruhan, terdapat 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024, atau setara dengan 49,9% dari total populasi nasional bangsa Indonesia. Bahkan menurut penelitian yang dilakukan oleh World Population Review (2023), angka ini menempatkan Indonesia pada urutan ke-4 (empat) sebagai negara dengan pengguna media sosial aktif terbanyak di dunia. Angka-angka ini tentunya menunjukkan betapa kuatnya penetrasi media sosial dalam mempengaruhi kehidupan sehari-

hari khususnya masyarakat Indonesia, menjadikannya sebagai salah satu elemen krusial dalam lanskap komunikasi modern di negeri ini.

Penggunaan media sosial merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk membangun interaksi dan hubungan sosial. Akibat dari dunia yang semakin modern lahirlah beberapa konsep dalam berkomunikasi, salah satunya adalah “*self-disclosure*” yang menjadi semakin relevan dan dikenal dalam komunikasi interpersonal. Menurut Wheelless dan Grotz (1977), *self-disclosure* mengacu pada proses di mana seseorang dengan secara sadar membagikan informasi pribadi, pikiran, dan perasaannya kepada orang lain, yang terkadang digunakan untuk memperdalam suatu hubungan. Sementara itu, Joseph DeVito (2019) mengemukakan bahwa *self-disclosure* merupakan suatu transaksi seseorang yang berperan sebagai *disclosure* (pemberi) dan *recipient* (penerima) atau dikenal juga sebagai proses memberi dan menerima informasi. Sedangkan, Catona dan Greene (2019) mengungkapkan bahwa dalam dinamika *self-disclosure*, seorang penerima informasi tidak akan pernah dapat mengetahui apa yang tidak diungkapkan oleh pemberi informasi. Tanpa tindakan eksplisit dari pemberi informasi untuk membagikan pemikiran, perasaan, atau pengalaman pribadi, penerima hanya akan dihadapkan pada kekosongan. Sehingga dalam relasi sosial, *self-disclosure* menjadi kunci yang menentukan sejauh mana hubungan itu dapat berkembang dan sedalam apa pemahaman antarindividu dapat terjalin.

Di era digital ini, media sosial telah menjadi *platform* utama bagi individu untuk melakukan “*self-disclosure*.” Caranya pun beragam, baik dalam bentuk pembaruan status, unggahan foto (*post*), unggahan video (*reels*), maupun cerita personal (*story*). Dengan karakteristik komunikasi yang tanpa batas, media sosial telah menawarkan ruang di mana individu dapat

mengekspresikan diri, mereka secara bebas, namun juga menghadirkan tantangan terkait privasi dan dampak psikologis yang mungkin dapat muncul. Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya memahami *self-disclosure* dalam konteks interaksi virtual, karena keterbukaan diri yang tidak terkontrol juga dapat mempengaruhi hubungan sosial dan kesejahteraan individu di era modern ini. Oleh karena itu, dengan semakin tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, pemahaman akan dinamika *self-disclosure* menjadi semakin krusial dalam mengkaji bagaimana teknologi mempengaruhi cara masyarakat/kelompok tertentu dalam berkomunikasi dan berinteraksi dalam masyarakat digital.

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, dinamika pemahaman mengenai *self-disclosure* menjadi kian kompleks apalagi setelah maraknya muncul fenomena pembuatan “*Second account*” atau akun kedua yang marak ditemukan di media sosial Instagram. *Second account* seringkali digunakan oleh individu untuk berbagai tujuan, mulai dari eksplorasi identitas hingga menyimpan dan berbagi konten yang dianggap terlalu pribadi atau sensitif untuk diunggah di akun utama. Fenomena ini tentunya menarik perhatian Penulis lantaran telah mencerminkan bentuk “*self-disclosure*” yang unik, di mana individu memilih untuk membagikan aspek-aspek tertentu dari diri mereka hanya kepada *pengikut* yang terpilih (terbatas) yang terdiri dari teman dekat atau orang-orang terpercaya. Meskipun dalam praktiknya terkadang tidak selalu semua *pengikut* (*followers*) *Second account* merupakan teman dekat atau orang yang benar-benar memiliki hubungan personal dengan pengguna. Banyak juga individu yang memperluas akses *Second account* ini kepada lingkaran sosial yang lebih luas, termasuk teman biasa, kenalan, atau bahkan orang asing yang dianggap memiliki kesamaan minat atau pandangan.

Fenomena ini tentunya menarik untuk diteliti karena menunjukkan adanya pergeseran dalam batasan privasi dan hubungan sosial di dunia digital.

Maraknya penggunaan *Second account* juga diperjelas dengan penelitian yang dilakukan oleh MarkPlus Insight pada tahun 2023 dengan menemukan fakta bahwa 68% pengguna media sosial di Indonesia menggunakan fitur privasi (*privat*) dan pengaturan *pengikut* yang lebih ketat untuk membatasi siapa yang dapat melihat informasi pribadi mereka (MarkPlus Insight, 2023). Oleh karena itu, perlu disoroti bahwa maraknya penggunaan *Second account* di Instagram juga merupakan bentuk adaptasi terhadap kebutuhan untuk mengontrol bagaimana diri mereka direpresentasikan secara *online*. Kecenderungan individu untuk melakukan *self-disclosure* terhadap *Second account* semacam ini ternyata pada faktanya juga acapkali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tekanan sosial, persepsi akan manfaat yang diperoleh (*perceived benefits*), serta karakteristik kepribadian individu tersebut. Faktor-faktor inilah yang kemudian berperan penting dalam menentukan seberapa jauh seseorang bersedia membuka diri di ruang digital, dan kepada siapa mereka memilih untuk mengungkapkannya.

Menyoroti fenomena *Second account* terhadap *self-disclosure* tersebut, sejatinya sejalan dengan Teori Dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman (Erving Goffman, 1990). Dalam karyanya yang terkenal, Goffman menggambarkan bagaimana individu bertindak sebagai “*actors on metaphysical stages*” dengan mengatur “penampilan” mereka untuk menciptakan kesan tertentu di mata orang lain. Goffman berpendapat bahwa dalam interaksi sosial, termasuk di media sosial, individu secara aktif telah mengelola citra diri mereka dan berusaha untuk merepresentasikan diri mereka dengan cara yang sesuai dengan ekspektasi sosial dan situasi yang

ada. Pendapat ini juga sejalan dengan Teori Performativitas yang dipopulerkan oleh Judith Butler. Butler berargumen bahwa identitas adalah hasil dari “*action and performative act*” yang relevan dengan bagaimana individu menyajikan dan membentuk identitas mereka di *platform* media sosial (Judith Butler, 1990). Dalam konteks ini, tentunya memberi kita perspektif baru terkait cara individu dalam mengelola citra diri mereka di media sosial dan berperan dalam "pertunjukan" identitas mereka di dunia digital.

Untuk memperkuat identitas virtual dan citra diri yang diinginkan, banyak individu memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk membentuk persepsi publik. Menurut Sherry Turkle (2011) juga menyoroti bagaimana media sosial telah memberikan individu kendali penuh atas narasi pribadi mereka, memungkinkan untuk membagikan aspek tertentu dari kehidupan mereka guna menciptakan citra yang diinginkan. Pendekatan ini tidak semata-mata sekadar berfungsi untuk membangun koneksi sosial, tetapi juga untuk memanipulasi persepsi publik sambil menjaga aspek-aspek pribadi yang lebih sensitif tetap tersembunyi. Berdasarkan Seth Godin (2012) juga menyebutkan bahwa media sosial memungkinkan individu untuk "*bermain dengan pesona*" mereka, memilih dengan cermat apa yang dibagikan untuk menyesuaikan dengan *pengikut* tertentu dan untuk mengelola impresi publik mereka. Oleh karena itu, *self-disclosure* bukan hanya berbicara mengenai berbagi secara terbuka, melainkan lebih tentang strategi selektif di mana *pengikut* dipilih secara terbatas untuk dapat mengakses informasi pribadi tersebut. Dengan demikian, dalam lanskap media sosial yang transparan, individu secara strategis telah mengatur batasan akses untuk melindungi privasi mereka

sambil memanfaatkan *platform* untuk membentuk dan mengelola citra publik mereka.

Fenomena *self-disclosure* melalui *Second account* Instagram sudah marak ditemui khususnya di kalangan mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021, hal ini masih memerlukan pembuktian ilmiah secara lebih mendalam. Sekalipun beberapa studi telah menunjukkan *self-disclosure* melalui *Second account* Instagram sebagai sarana eksplorasi identitas dan *self-disclosure*, faktor-faktor kecenderungan *self-disclosure* di kalangan mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 masih belum terjelaskan secara menyeluruh. Terlebih sebagai seorang mahasiswa FKIP Unila, memahami dinamika *self-disclosure* melalui media sosial *Second account* sangatlah penting. Hal ini lantaran sebagai calon pendidik dan tenaga kependidikan, mereka perlu memiliki pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana individu, termasuk diri mereka sendiri, berinteraksi dan mengekspresikan diri di ruang digital. Pemahaman ini bukan hanya penting untuk pengembangan diri mereka, tetapi juga untuk membantu mereka dalam memahami cara berkomunikasi dan mendampingi peserta didik di masa mendatang yang mungkin menggunakan media serupa untuk mengekspresikan diri. Selain itu, dengan pemahaman tersebut, relevansi penelitian ini pada mahasiswa BK sebagai calon tenaga kependidikan sekaligus calon konselor masa depan yaitu agar dapat lebih efektif dalam mendeteksi masalah, seperti perilaku berisiko yang mungkin muncul akibat perilaku *self-disclosure* secara berlebihan. Hal ini dapat menjadi indikasi masalah psikologis atau sosial. Dengan mengetahuinya, mahasiswa FKIP Unila diharapkan dapat menjadi *role model* dalam penggunaan media sosial yang sehat, sehingga dapat mendorong lingkungan digital yang lebih positif dan konstruktif.

Oleh karena itu, Penulis melalui penelitian ini tertarik untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai kecenderungan *self-disclosure* melalui *Second account* Instagram guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena ini dalam konteks mahasiswa FKIP Unila Angkatan 2021. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Kecenderungan *Self-disclosure Second account* Instagram Pada Mahasiswa FKIP Unila Angkatan 2021.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kurangnya memfilter konten yang hendak dibagikan karena tidak semua teman di *Second account* adalah teman dekat, tetapi kita justru kurang memfilter informasi yang hendak kita bagikan.
2. Lingkungan pertemanan di *Second account* yang terasa aman dan anonim seringkali membuat kita merasa bebas untuk mengungkapkan apa saja tanpa memikirkan konsekuensi yang akan terjadi kedepannya.
3. Pengelolaan *self-disclosure* di *Second account* dengan lingkup teman yang tidak semuanya dekat dapat menimbulkan resiko terpaparnya pendapat negatif apabila kita tidak pandai dalam memfilter informasi yang hendak dibagikan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, batasan masalah diperlukan dalam penelitian sebagai pedoman bagi peneliti untuk memfokuskan dan memberi arah yang jelas mengenai penelitian yang akan dilaksanakan, sehingga penelitian lebih efektif dan efisien. Hal yang akan

dibatasi dalam penelitian ini adalah faktor signifikan kecenderungan *self-disclosure* pada penggunaan *Second account* Instagram pada mahasiswa FKIP Unila Angkatan 2021.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat faktor-faktor kecenderungan *self-disclosure* pada *Second account* Instagram pada mahasiswa FKIP Unila Angkatan 2021?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor-faktor kecenderungan *self-disclosure* pada *Second account* Instagram pada mahasiswa FKIP Unila Angkatan 2021. Selain itu, penelitian ini juga berupaya menggali lebih dalam dinamika psikologis yang melatarbelakangi kecenderungan tersebut, termasuk motivasi internal dan eksternal yang mendorong mahasiswa untuk lebih terbuka pada platform tersebut. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang pola perilaku mahasiswa FKIP Unila Angkatan 2021 dalam menggunakan *Second account* dan dampaknya dalam pembentukan identitas pribadi.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi interpersonal dan media sosial, khususnya terkait dengan faktor-faktor kecenderungan *self-disclosure* mahasiswa pada penggunaan *Second*

account Instagram. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika interaksi dan identitas diri mahasiswa di era digital.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

a. Bagi Mahasiswa FKIP Unila

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi mahasiswa FKIP mengenai pengaruh penggunaan media sosial, khususnya *Second account* Instagram, terhadap keterbukaan diri dan pembentukan identitas. Melalui pemahaman yang lebih baik mengenai dampak *self-disclosure* di media sosial, mahasiswa FKIP diharapkan dapat lebih bijak dalam mengekspresikan diri serta mampu membedakan antara keterbukaan diri yang sehat dan yang berpotensi menimbulkan masalah psikologis atau sosial. Penelitian ini juga dapat membantu mahasiswa FKIP dalam mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal yang efektif, sehingga mereka dapat lebih percaya diri dalam berinteraksi baik di dunia maya maupun nyata.

b. Bagi Mahasiswa Bimbingan dan Konseling (BK) FKIP Unila

Bagi mahasiswa BK, penelitian ini tidak hanya menjadi referensi akademik, tetapi juga sebagai panduan praktis dalam memahami dinamika *self-disclosure* dan penggunaannya dalam konteks konseling. Mahasiswa BK dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengembangkan keterampilan dalam mendampingi klien yang mengalami masalah terkait penggunaan media sosial dan keterbukaan diri. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi mahasiswa BK

untuk merancang intervensi konseling yang lebih spesifik terkait dengan isu-isu identitas diri, kepercayaan diri, dan manajemen emosi dalam era digital.

c. Bagi Program Studi BK

Sebagai bahan tambahan literatur dan referensi di bidang pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan *self-disclosure*. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan lebih mendalam bagi Program Studi BK dalam memahami dampak psikologis dan sosial dari penggunaan *Second account* pada mahasiswa. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat membantu program BK dalam merancang program BK yaitu pelatihan yang membahas keterbukaan diri di media sosial secara bijak, serta strategi membangun identitas diri yang sehat di platform digital. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan intervensi atau konseling yang lebih relevan, yang dapat membantu mahasiswa dalam mengelola *self-disclosure* secara sehat, sehingga dapat mendukung kesejahteraan emosional dan sosial mereka.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memberikan dasar bagi penelitian lanjutan terkait pengaruh media sosial terhadap perilaku keterbukaan diri dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang relevan.

e. Bagi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi masyarakat umum untuk lebih memahami dinamika penggunaan media sosial, terutama dalam

konteks penggunaan akun kedua di Instagram dan dampaknya terhadap kehidupan sosial.

1.7 Kerangka Pikir

Perkembangan teknologi komunikasi, terutama melalui media sosial seperti Instagram, telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Media sosial kini menjadi *platform* utama yang tidak hanya memungkinkan komunikasi tetapi juga memfasilitasi representasi diri secara *virtual*. Salah satu konsep yang menjadi semakin relevan dalam konteks ini adalah *self-disclosure*, yaitu proses dimana individu secara sadar membagikan informasi pribadi mereka kepada orang lain. Dalam konteks media sosial, fenomena *self-disclosure* menjadi semakin kompleks, terutama dengan munculnya praktik penggunaan *Second account*, yang marak di kalangan mahasiswa.

Second account di Instagram sering digunakan oleh mahasiswa sebagai alat untuk mengelola tingkat *self-disclosure* mereka. Melalui akun kedua ini, mahasiswa dapat memilih siapa yang dapat mengakses informasi pribadi mereka, sehingga mereka dapat menjaga keseimbangan antara privasi dan identitas publik yang mereka bentuk. Menurut saya, *self-disclosure* yang baik adalah ketika seseorang mampu mengungkapkan aspek-aspek pribadi dirinya secara terbuka dan jujur, namun tetap mempertimbangkan aspek relevansi, kenyamanan, serta dampak yang mungkin timbul baik pada dirinya maupun orang lain. *Self-disclosure* yang ideal sebaiknya memiliki batasan, artinya individu tidak membuka terlalu banyak informasi yang sifatnya sangat pribadi atau sensitif, terutama di ruang digital yang memiliki risiko keamanan dan privasi. Selain itu, *self-disclosure* yang sehat adalah yang dilakukan dengan tujuan positif, seperti membangun hubungan yang lebih baik atau memperoleh dukungan emosional, bukan sekadar untuk mencari validasi atau perhatian.

Self-disclosure yang baik mencerminkan kematangan emosional, di mana individu mampu memahami kapan, kepada siapa, dan sejauh mana informasi pribadi dapat dibagikan.

Fenomena ini khususnya banyak ditemui di kalangan mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Lampung (Unila) angkatan 2021. Penggunaan *Second account* menjadi cara bagi mereka untuk mengontrol bagaimana mereka direpresentasikan di dunia digital, yang sekaligus mencerminkan adaptasi terhadap kebutuhan privasi di era modern. Namun, penggunaan *Second account* yang memungkinkan *self-disclosure* berlebihan dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti terjadinya *oversharing*, risiko keamanan informasi, dan dampak psikologis seperti kecemasan sosial atau rendahnya harga diri.

Berdasarkan observasi ini, penelitian ini akan menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor kecenderungan *self-disclosure* pada *Second account* Instagram pada mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021. Penelitian ini bertujuan eksploratif untuk mencari jawaban atas pertanyaan mengenai dampak nyata penggunaan *Second account* terhadap cara mahasiswa membuka diri di media sosial. Dengan mengetahui dampaknya, diharapkan mahasiswa FKIP Unila dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial, khususnya dalam mengelola *self-disclosure* melalui *Second account*, sehingga mereka dapat menjadi *role model* dalam penggunaan media sosial yang sehat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam memahami dinamika *self-disclosure* di era digital, khususnya di kalangan mahasiswa, serta bagaimana teknologi mempengaruhi interaksi sosial mereka.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Self-disclosure*

2.1.1 Definisi *Self-disclosure*

Keterbukaan diri atau yang sering dikenal sebagai *self-disclosure* merupakan kemampuan seseorang untuk memberikan informasi pribadi mengenai dirinya kepada orang lain. Salah satu teori yang membahas mengenai *self-disclosure* adalah teori Johari Window, yang menyoroti pentingnya keterbukaan dan umpan balik dalam hubungan interpersonal, keterbukaan diri atau yang sering dikenal sebagai *self-disclosure* merupakan kemampuan seseorang untuk memberikan informasi pribadi mengenai dirinya kepada orang lain. *Self-disclosure* menurut Floyd (2009) adalah upaya yang dilakukan secara sengaja untuk membagikan informasi yang diyakini benar tetapi belum diketahui oleh orang lain. Dalam komunikasi, terdapat dua syarat yang harus dipenuhi dalam *self-disclosure* yaitu individu harus secara sadar memberikan informasi tentang dirinya dan penerima informasi harus mempercayai kebenaran informasi tersebut. Sehubungan dengan itu, West dan Turner (2008) menjelaskan bahwa *self-disclosure* dapat mendukung untuk membangun kedekatan dan kemesraan pada orang lain. Dengan demikian, *self-disclosure* bertujuan untuk menciptakan hubungan yang akrab dan dekat dengan orang lain.

Dalam upaya memahami dinamika interaksi sosial, khususnya dalam konteks hubungan interpersonal, konsep *self-disclosure* atau pengungkapan diri menjadi salah satu aspek yang penting untuk dikaji. Menurut Wood (2012) definisi *self-disclosure* adalah sebagai pemaparan informasi pribadi yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain. Seseorang membuka diri ketika ia memberikan informasi pribadi tentang dirinya, seperti harapan, ketakutan, perasaan, pikiran, dan pengalaman. Jourd menyatakan bahwa informasi yang dianggap pribadi meliputi (1) sikap atau opini; (2) selera dan minat; (3) pekerjaan atau pendidikan; (4) fisik; (5) keuangan; dan (6) kepribadian. (dalam Setiawati, 2012). Apabila seseorang membuka diri terhadap orang lain, hal tersebut cenderung mengundang orang lain untuk ikut membuka diri juga.

Self-disclosure, atau pengungkapan diri, adalah salah satu aspek penting dalam membangun hubungan yang erat dan saling memahami antarindividu. Menurut Papu *self-disclosure* merupakan proses memberikan informasi pribadi kepada orang lain yang meliputi seperti pengalaman hidup, perasaan, emosi, pendapat, cita-cita dan sebagainya (Setiawati, 2012). Sama seperti di atas, Devito (2011) mengatakan bahwa *self-disclosure* merupakan kemampuan dalam menyampaikan informasi. Informasi yang akan disampaikan melibatkan lima aspek, yaitu tindakan, emosi, harapan, dorongan, dan gagasan yang mencerminkan diri individu yang bersangkutan. Jenis informasi yang disampaikan bergantung pada kemampuan individu dalam melakukan *self-disclosure*.

Berdasarkan definisi *self-disclosure* yang diberikan oleh para ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa *self-disclosure* merupakan kemampuan dan proses di mana seseorang secara sukarela membagikan informasi pribadi sesungguhnya mengenai dirinya kepada orang lain dan bertujuan untuk menciptakan hubungan yang akrab dan dekat kepada orang lain melalui tindakan tersebut.

2.1.2 Imbalan *Self-disclosure*

Dalam konteks komunikasi interpersonal, *self-disclosure* tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk berbagi informasi pribadi, tetapi juga memberikan sejumlah manfaat bagi pengembangan hubungan. Menurut Joseph A. DeVito (2011) menjelaskan berbagai imbalan *self-disclosure* yang berperan penting dalam komunikasi interpersonal dan pengembangan hubungan. Pendekatan ini didukung oleh teori dari Sidney Jourard (1971), yang menyatakan bahwa keterbukaan diri adalah kunci untuk mengembangkan kepercayaan dan kedekatan dalam hubungan interpersonal, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan emosional dan transparansi diri. Jourard dalam bukunya *The Transparent Self* mengemukakan bahwa *self-disclosure* adalah sarana untuk mencapai transparansi diri dan kejujuran dalam hubungan interpersonal. Dalam hal ini, Jourard menekankan bahwa keterbukaan diri merupakan langkah penting untuk mengembangkan kepercayaan dan kedekatan dalam hubungan antarpribadi. Berikut adalah beberapa imbalan *self-disclosure* menurut DeVito:

1. Pengetahuan diri

Salah satu keuntungan dari *self-disclosure* adalah bahwa kita memperoleh sudut pandang baru tentang diri kita dan pemahaman

yang lebih dalam mengenai tindakan kita. Oleh karena itu, melalui *self-disclosure*, kita bisa lebih memahami diri kita dengan lebih mendalam.

2. Kemampuan mengatasi kesulitan

Self-disclosure mempermudah kita dalam menghadapi kesulitan, terutama rasa bersalah. Banyak orang merasa takut tidak diterima oleh lingkungan karena menyimpan rahasia, tindakan masa lalu, atau perasaan tertentu. Keyakinan bahwa hal-hal ini bisa menyebabkan penolakan membuat kita merasa bersalah. Dengan mengungkapkan perasaan tersebut dan mendapatkan dukungan, bukan penolakan, kita lebih siap mengatasi rasa bersalah dan mungkin bahkan mengurangnya atau menghilangkannya sepenuhnya.

3. Penerimaan diri (*self-acceptance*)

Menerima diri sendiri akan sulit tanpa *self-disclosure*. Kita menilai diri kita sendiri terutama melalui pandangan orang lain. Jika kita merasa ditolak oleh orang lain, kita cenderung menolak diri sendiri juga. Melalui *self-disclosure* dan dukungan yang diterima, kita menempatkan diri dalam posisi yang lebih baik untuk menerima tanggapan positif, sehingga kita lebih mungkin mengembangkan konsep diri yang positif.

4. Efisiensi komunikasi

Self-disclosure meningkatkan komunikasi dengan memahami pesan dari orang lain, terutama ketika kita mengenal mereka

secara pribadi. Dalam hal ini, *self-disclosure* merupakan syarat penting untuk memahami orang lain.

5. Kedalaman hubungan

Alasan utama dari pentingnya keterbukaan diri adalah karena hal ini diperlukan untuk membangun hubungan yang signifikan antara dua orang. Tanpa *self-disclosure*, hubungan yang mendalam dan bermakna tidak bisa tercapai. Melalui keterbukaan diri, kita menunjukkan kepada orang lain bahwa kita mempercayai, menghargai, dan peduli pada mereka serta hubungan kita. Hal ini mendorong mereka untuk juga membuka diri dan menciptakan setidaknya awal dari hubungan yang berarti, jujur, dan terbuka, bukan sekadar hubungan biasa.

2.1.3 Faktor-Faktor *Self-disclosure*

Selain teori yang dikemukakan oleh Joseph A. DeVito, kita juga dapat merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Pennebaker dan Graybeal (2001) dalam buku *Revealing Emotional Labors: Disclosures of Trauma* yang menyoroti pentingnya lingkungan yang aman dan dukungan sosial dalam proses *self-disclosure*. Mereka menyatakan bahwa seseorang lebih mungkin untuk melakukan *self-disclosure* ketika mereka merasa didukung dan tidak dihakimi oleh lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, faktor-faktor seperti lingkungan sosial dan dukungan emosional juga sangat berpengaruh terhadap sejauh mana seseorang terbuka terhadap orang lain (Pennebaker & Graybeal, 2001). Sementara itu, berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* menurut DeVito (2011), antara lain:

1. Efek *Dyadic*

Efek *dyadic* merujuk pada pengaruh timbal balik dalam komunikasi antara dua orang, di mana proses *self-disclosure* dipengaruhi oleh interaksi langsung dan saling mempengaruhi antara kedua individu dalam hubungan. Efek *dyadic* dapat membuat seseorang merasa lebih nyaman, sehingga pada akhirnya memperkuat kebiasaan mereka untuk mengungkapkan diri. Dalam konteks *self-disclosure*, efek *dyadic* mencakup beberapa aspek utama yang mempengaruhi seberapa banyak dan seberapa dalam individu berbagi informasi pribadi.

2. Kepribadian

Individu yang mudah bergaul dan memiliki sifat ekstrovert cenderung melakukan *self-disclosure* lebih sering dibandingkan dengan mereka yang kurang bersosialisasi dan bersifat introvert. Selain itu, orang yang kurang percaya diri dalam berbicara umumnya juga cenderung kurang terbuka dibandingkan mereka yang merasa lebih nyaman saat berinteraksi.

3. Besaran Kelompok

Self-disclosure lebih sering terjadi dalam kelompok kecil dibandingkan dengan kelompok besar. Diad (kelompok yang terdiri dari dua orang) adalah *setting* yang paling ideal untuk *self-disclosure*. Ketika ada lebih dari satu pendengar, proses pemantauan menjadi lebih kompleks karena reaksi yang diterima dapat bervariasi tergantung pada masing-masing pendengar.

4. Kompetensi

Individu yang memiliki kompetensi cenderung lebih sering melakukan pengungkapan diri dibandingkan dengan mereka yang kurang kompeten. James McCroskey dan Lawrence Wheeless menyatakan bahwa "sangat mungkin bahwa orang-orang yang lebih kompeten merasa bahwa mereka memang memiliki kompetensi yang lebih tinggi, sehingga memiliki kepercayaan diri yang diperlukan untuk lebih sering mengungkapkan diri mereka. Atau, kemungkinan besar, orang yang kompeten mungkin memiliki lebih banyak hal positif tentang diri mereka untuk diungkapkan dibandingkan dengan orang-orang yang kurang kompeten.

5. Topik Bahasan

Individu biasanya lebih bersedia berbagi informasi tentang pekerjaan atau minat pribadi dibandingkan dengan topik seperti kehidupan seksual atau masalah finansial. Secara umum, semakin pribadi dan semakin sensitif suatu topik, semakin kecil kemungkinan kita untuk mengungkapkannya.

6. Perasaan Menyukai

Perasaan menyukai mempengaruhi *self-disclosure* dengan meningkatkan keterbukaan individu, memotivasi mereka untuk membina hubungan, memenuhi kebutuhan untuk diterima, menciptakan rasa aman dan kepercayaan, serta mengharapkan reaksi positif.

7. Jenis Kelamin

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi *self-disclosure* adalah jenis kelamin. Secara umum, pria cenderung kurang terbuka dibandingkan wanita. Judy Pearson berpendapat bahwa perbedaan ini disebabkan oleh peran gender dan bukan oleh jenis kelamin secara biologis.

2.1.4 Bahaya *Self-disclosure* dalam Penggunaan *Second account*

Dalam penggunaan *Second account*, praktik *self-disclosure* dapat memberikan dampak yang signifikan, terutama jika dilakukan secara berlebihan. *Self-disclosure*, atau pengungkapan diri, memang penting untuk memperkuat hubungan sosial, tetapi perlu diperhatikan bagaimana, kapan, dan kepada siapa kita mengungkapkan hal-hal pribadi.

Dalam hal melakukan *self-disclosure*, penting untuk tidak mengabaikan potensi risiko yang dapat menyertainya. Menurut Nikmah Suryandari (2019), apabila kita melakukan pengungkapan diri yang berlebihan dapat melukai orang lain yang terlibat dalam hubungan. Selain itu, pengungkapan diri kita kepada orang lain dapat memberi efek dan kesan bahwa orang lain tersebut juga “berkewajiban” untuk melakukan pengungkapan dirinya kepada kita. Sementara itu, bahaya *self-disclosure* menurut DeVito (2011) antara lain:

1. Penolakan Pribadi dan Sosial

Ketika melakukan *self-disclosure*, kita cenderung melakukannya kepada individu yang kita percayai dan yang kita harapkan akan

mendukung kita. Namun, individu tersebut bisa saja menolak kita. Misalnya, orang tua yang umumnya menjadi sumber dukungan, sering kali menolak anak yang mengungkapkan identitas homoseksualnya atau keinginan untuk menikah dengan seseorang dari agama yang berbeda.

2. Kerugian Material

Self-disclosure seringkali dapat mengakibatkan kerugian material. Misalnya, seorang politisi yang mengungkapkan bahwa ia pernah menjalani perawatan psikiater mungkin akan kehilangan dukungan dari partainya dan mendapatkan kurangnya dukungan dari masyarakat. Seorang guru yang mengungkapkan bahwa ia pernah kecanduan alkohol atau terlibat dalam perilaku tidak pantas terhadap murid-muridnya di masa lalu mungkin akan mengalami pengucilan dari rekan kerja, diberikan tugas-tugas yang tidak menyenangkan, atau bahkan diberhentikan karena alasan penghematan biaya. Dalam dunia bisnis, *self-disclosure* terkait kecanduan alkohol atau obat-obatan sering diikuti dengan pemecatan, penurunan jabatan, atau mutasi.

3. Kesulitan Intrapribadi

Apabila reaksi orang lain tidak sesuai dengan harapan, kesulitan intrapribadi dapat muncul. Ditolak atau tidak mendapatkan dukungan, terutama dari orang tua atau sahabat, serta dihindari oleh teman-teman, dapat menyebabkan kesulitan intrapribadi. Penolakan dapat berdampak signifikan pada mereka yang memiliki ego rapuh dan memerlukan perhatian terhadap dampak yang dapat ditimbulkan.

Dengan demikian, *self-disclosure* seharusnya dilakukan dengan hati-hati dan bijaksana, terutama dalam konteks penggunaan *Second account*, yang sering kali dianggap lebih "aman" untuk berbagi hal-hal pribadi karena sifatnya yang lebih tersembunyi dibandingkan akun utama. Namun, penting untuk memahami bahwa meskipun kita merasa lebih bebas untuk berbagi di *Second account*, informasi yang sudah diungkapkan tidak dapat dihapus atau ditarik kembali. Selain itu, efek dari *self-disclosure* bisa meluas ke berbagai aspek kehidupan pribadi dan sosial seseorang.

Oleh karena itu, sebaiknya *self-disclosure* dilakukan hanya jika kita merasa aman dan yakin bahwa informasi tersebut tidak akan disalahgunakan atau menimbulkan kerugian di kemudian hari. *Self-disclosure* yang sehat adalah yang mempertimbangkan konteks, kepercayaan, serta batasan privasi baik dari diri sendiri maupun orang lain.

2.1.5 Pedoman *Self-disclosure*

Setiap individu perlu membuat keputusan pribadi mengenai *self-disclosure*. Keputusan ini harus didasarkan pada berbagai faktor yang telah dibahas sebelumnya. Pedoman berikut akan membantu agar dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang tepat sebelum membuat keputusan. Berikut adalah pedoman yang perlu diperhatikan dalam *self-disclosure* (DeVito, 2011).

1. Motivasi *Self-disclosure*

Self-disclosure sebaiknya didorong oleh kepentingan terhadap hubungan, orang-orang yang terlibat, dan diri sendiri. *Self-disclosure* tidak boleh dilakukan dengan tujuan untuk menyakiti pendengar. Sebagai contoh, seorang gadis yang menyatakan kepada orang tuanya bahwa mereka menghambat perkembangan emosionalnya mungkin sebenarnya ingin melukai atau menghukum orang tuanya, bukan memperbaiki hubungan. Selain itu, *self-disclosure* juga tidak boleh digunakan sebagai bentuk hukuman terhadap diri sendiri, mungkin karena rasa bersalah atau konflik yang belum terselesaikan. *Self-disclosure* harus memberikan manfaat dan hasil yang positif bagi semua pihak yang terlibat.

2. Kepatutan *Self-disclosure*:

Self-disclosure harus sesuai dengan konteks dan hubungan antara pembicara dan pendengar. Sebelum melakukan *self-disclosure* yang penting, pertimbangkan apakah waktu dan tempatnya sudah tepat. Biasanya, semakin pribadi *self-disclosure*, semakin dekat hubungan yang dibutuhkan. Mungkin tidak bijaksana untuk mengungkapkan hal-hal yang sangat pribadi kepada orang yang tidak terlalu akrab, kepada kenalan, atau pada tahap awal hubungan. Saran ini terutama relevan untuk *self-disclosure* yang bersifat negatif, seperti masalah keuangan, kesulitan seksual, atau pengalaman ketergantungan obat.

3. Beban Yang Mungkin Ditimbulkan Pengungkapan Diri

Pikirkanlah dengan seksama tentang potensi beban yang mungkin Anda sebabkan melalui pengungkapan diri. Apakah Anda sanggup menghadapi risiko kehilangan pekerjaan jika Anda mengakui bahwa Anda pernah menjadi narapidana? Apakah Anda bersedia mengambil risiko kehilangan hubungan jika Anda membicarakan masalah masa lalu Anda? Pertanyakanlah kepada diri sendiri apakah Anda menempatkan beban yang tidak semestinya pada pendengar. Orangtua sering kali memberikan beban yang tidak seharusnya kepada anak-anak mereka dengan membicarakan masalah perkawinan, ketidakcocokan, dan hal-hal serupa. Sering kali, pengungkapan diri semacam ini tidak memperbaiki hubungan, malah membuatnya semakin tegang. Pengungkapan diri seperti ini sering dilakukan untuk meringankan rasa bersalah tanpa memperhitungkan beban yang harus ditanggung oleh orang lain.

4. *Self-disclosure* dari Orang Lain

Selama proses *self-disclosure* Anda, berikan kesempatan kepada lawan bicara untuk melakukan *self-disclosure* juga. Jika lawan bicara tidak melakukan hal yang sama, pertimbangkan kembali *self-disclosure* Anda. Ketiadaan pengungkapan timbal balik bisa jadi menunjukkan bahwa orang tersebut tidak siap atau tidak nyaman dengan *self-disclosure* Anda dalam situasi tersebut.

Dalam komunikasi interpersonal, *self-disclosure* perlu dilakukan dengan bijak agar dapat memperkuat hubungan tanpa menimbulkan dampak negatif. Jalaludin Rakhmat (2009) dalam bukunya Psikologi

Komunikasi juga menyertakan mengenai beberapa pedoman penting terkait *self-disclosure* dalam konteks komunikasi interpersonal. Berikut adalah beberapa pedoman menurut Rakhmat:

1. Pertimbangan Konteks Budaya dan Sosial

Rakhmat menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan norma-norma budaya dan sosial saat membuka diri. Dalam masyarakat yang cenderung kolektif seperti Indonesia, keterbukaan harus sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku agar tidak menciptakan ketegangan atau perbedaan.

2. Kesesuaian Waktu dan Tempat

Rakhmat merekomendasikan agar pengungkapan diri dilakukan pada saat dan tempat yang tepat. Menyampaikan informasi pribadi terlalu cepat atau di lokasi yang tidak sesuai bisa menyebabkan ketidaknyamanan dan merusak hubungan.

3. Selektivitas dalam Pengungkapan

Pengungkapan diri harus dipilih dengan cermat, yang berarti tidak semua informasi pribadi perlu disampaikan kepada semua orang. Rakhmat menyarankan untuk menilai siapa yang menerima informasi, seberapa dekat hubungan dengan mereka, dan apakah mereka bisa diandalkan.

4. Resiprositas dalam Pengungkapan

Rakhmat menegaskan pentingnya saling bertukar dalam pengungkapan diri. Saat seseorang membuka diri, diharapkan pihak lain juga melakukan hal serupa, sehingga terjalin hubungan yang seimbang dan saling percaya.

5. Pengendalian Diri

Dalam pengungkapan diri, penting untuk memiliki kendali agar tidak terlalu banyak atau terlalu sedikit berbagi informasi. Pengungkapan yang berlebihan bisa merusak citra diri, sementara pengungkapan yang terlalu sedikit bisa membuat hubungan kurang dekat.

2.1.6 Tingkatan Kriteria *Self-disclosure*

Teori Penetrasi Sosial (*Social Penetration Theory*), yang dikemukakan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor pada tahun 1973, adalah teori yang menggambarkan perkembangan hubungan interpersonal melalui proses pengungkapan diri atau *self-disclosure*. (Altman & Taylor, 1973 dalam Sunarti, 2017) Menurut Altman dan Taylor, kedekatan hubungan antara dua individu berkembang seiring dengan meningkatnya keterbukaan diri, yang berjalan melalui lapisan-lapisan informasi yang semakin mendalam dan pribadi. Teori ini mengibaratkan perkembangan hubungan seperti mengupas lapisan bawang (*onion model*), di mana *self-disclosure* bergerak dari informasi yang bersifat dangkal ke informasi yang lebih dalam seiring dengan meningkatnya kepercayaan dan kedekatan. Altman dan Taylor mengemukakan bahwa pengungkapan diri tidak hanya terdiri dari apa yang kita ungkapkan, tetapi juga mencakup seberapa dalam dan luas informasi yang diungkapkan.

Self-disclosure atau pengungkapan diri dibagi dalam beberapa tingkatan berdasarkan kedalaman dan luasnya informasi yang diungkapkan. Tingkatan ini membantu menggambarkan seberapa

mendalam individu membuka dirinya kepada orang lain. Tingkatan tersebut antara lain :

1. *Self-disclosure* Tingkat Rendah

Pada tingkat ini, informasi yang diungkapkan bersifat umum dan dangkal, seperti informasi dasar atau fakta umum tentang diri sendiri. Biasanya, informasi ini tidak terlalu pribadi dan dapat diungkapkan kepada siapa saja, bahkan pada orang yang baru dikenal. Dalam konteks media sosial, konten tingkat rendah bisa berupa update kegiatan sehari-hari yang tidak mengandung muatan emosional yang dalam (Mulyana, 2018).

2. *Self-disclosure* Tingkat Sedang

Tingkatan ini melibatkan pengungkapan informasi yang lebih pribadi, seperti minat pribadi, pandangan terhadap suatu isu, atau pengalaman yang mengandung emosi. Biasanya, informasi ini hanya diungkapkan kepada teman atau orang yang sudah lebih akrab, bukan kepada sembarang orang (Effendy, 2019). Pada media sosial, mahasiswa mungkin menggunakan *Second account* untuk mengungkapkan opini atau perasaan yang tidak ingin mereka bagikan di akun utama.

3. *Self-disclosure* Tingkat Tinggi

Pada tingkatan ini, individu mengungkapkan informasi yang sangat pribadi atau rahasia, seperti masalah pribadi, pengalaman traumatis, atau nilai-nilai hidup yang sensitif. Pengungkapan pada level ini hanya dilakukan kepada orang yang sangat dipercayai karena dapat menimbulkan kerentanan emosional. Di media

sosial, tingkat ini jarang diungkapkan di akun utama, tetapi mungkin ditemukan di *Second account* atau akun anonim, di mana individu merasa lebih aman untuk berbagi (Mulyana, 2018).

2.1.7 Teori *Self-disclosure*

Menurut Joseph DeVito (2011), *self-disclosure* merupakan proses di mana individu secara sadar dan sengaja membagikan informasi pribadi yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain. Dalam komunikasi interpersonal, *self-disclosure* merupakan elemen kunci dalam membangun hubungan yang lebih dekat dan mendalam dengan orang lain.

Menurut DeVito, *self-disclosure* memiliki beberapa dimensi utama yang menentukan bagaimana informasi pribadi diungkapkan, yaitu:

1. *Amount* (Jumlah/kuantitas) – Frekuensi dan durasi seseorang dalam mengungkapkan informasi mengenai dirinya. Kuantitas pengungkapan diri bisa diukur dari seberapa sering individu mengungkapkan diri dan seberapa lama durasi pesan yang disampaikan atau berapa waktu yang dibutuhkan individu dalam menyampaikan informasi dirinya kepada orang lain.
2. *Valence* (Valensi) – Sifat informasi yang diungkapkan, apakah bersifat positif (seperti kebahagiaan dan pencapaian) atau negatif (seperti ketakutan dan kegagalan). Valensi informasi dapat mempengaruhi bagaimana penerima merespons pengungkapan tersebut. Informasi positif cenderung memperkuat hubungan, sementara informasi negatif dapat memunculkan rasa empati atau bahkan menghambat interaksi sosial.

3. *Accuracy* (Akurasi) – Tingkat kebenaran informasi yang diungkapkan. Informasi yang akurat dapat membangun kepercayaan dalam hubungan interpersonal, sementara informasi yang tidak akurat atau dilebih-lebihkan dapat merusak kepercayaan dan kredibilitas individu yang melakukan *self-disclosure*.
4. *Intention* (Niat) – Alasan atau motivasi individu dalam melakukan *self-disclosure*. Beberapa individu melakukan *self-disclosure* untuk membangun kedekatan, mencari dukungan emosional, atau mengekspresikan diri. Niat dalam pengungkapan diri ini sangat penting karena dapat menentukan bagaimana informasi tersebut diterima dan ditanggapi oleh orang lain.
5. *Intimacy* (Keintiman) – Seberapa mendalam dan pribadi informasi yang diungkapkan. Semakin pribadi dan sensitif informasi yang dibagikan, semakin tinggi tingkat *self-disclosure* seseorang. Pengungkapan diri yang lebih intim biasanya terjadi dalam hubungan yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi.

Beberapa penelitian terdahulu juga mendukung konsep *self-disclosure* menurut DeVito. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Derlega et al (2008) menunjukkan bahwa *self-disclosure* memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dalam hubungan interpersonal, terutama di lingkungan digital. Selain itu, penelitian oleh Bazarova & Choi (2014) mengungkapkan bahwa *self-disclosure* di media sosial lebih cenderung dilakukan dalam konteks yang dianggap aman dan nyaman oleh pengguna.

Terdapat teori Komunikasi Antarpribadi yang dikemukakan oleh Jalaluddin Rakhmat (2005) dalam bukunya Psikologi Komunikasi juga menyoroti pentingnya *self-disclosure* dalam hubungan interpersonal. Menurut Rakhmat, komunikasi antarpribadi adalah proses di mana individu berinteraksi secara personal, berbagi informasi, perasaan, dan pengalaman, yang pada akhirnya memperdalam hubungan dan membangun kepercayaan.

Dalam konteks teori Rakhmat, *self-disclosure* tidak hanya penting untuk memperluas *Open Area* dalam Johari Window, tetapi juga sebagai sarana untuk mengurangi *Blind Area* dan *dd*. Dengan berkomunikasi secara terbuka, individu dapat mengurangi daerah buta (*Blind Area*) dengan menerima umpan balik dari orang lain, serta mengurangi daerah tersembunyi (*Hidden Area*) dengan mengungkapkan informasi pribadi yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain. Teori Rakhmat menekankan bahwa dalam budaya Indonesia, *self-disclosure* mungkin dilakukan dengan lebih hati-hati dan selektif, namun tetap esensial untuk menciptakan hubungan yang produktif dan harmonis.

Kedua teori ini, meskipun berasal dari konteks yang berbeda, menekankan pentingnya keterbukaan dan *self-disclosure* dalam komunikasi interpersonal. Johari Window memberikan kerangka kerja yang jelas untuk memahami berbagai aspek kesadaran diri dan keterbukaan, sedangkan Teori Komunikasi Antarpribadi Rakhmat menyoroti bagaimana proses ini terjadi dalam interaksi sehari-hari, terutama dalam konteks budaya Indonesia. Keduanya dapat digunakan

secara komplementer untuk menganalisis dinamika *self-disclosure* dalam hubungan interpersonal.

Dalam konteks penggunaan *Second account* Instagram, teori DeVito dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 melakukan pengungkapan diri di media sosial. Akun kedua sering digunakan untuk berbagi informasi yang lebih personal dan sensitif dibandingkan akun utama. Faktor-faktor seperti jumlah informasi yang dibagikan (*amount*), motivasi pengguna dalam membuka diri (*intention*), serta tingkat kedalaman informasi yang dibagikan (*intimacy*) sangat menentukan bagaimana individu berinteraksi di dunia digital.

Dalam penelitian ini, *self-disclosure* yang dilakukan melalui *Second account* Instagram dapat dikaji lebih dalam dengan mempertimbangkan motivasi, tingkat keterbukaan, serta dampak sosial dan psikologis yang mungkin timbul.

Dengan menggunakan Teori Pengungkapan Diri menurut DeVito, penelitian ini dapat lebih fokus dalam memahami bagaimana dan mengapa mahasiswa FKIP Unila melakukan *self-disclosure* di *Second account* Instagram, serta faktor apa saja yang mempengaruhi keterbukaan mereka dalam ruang digital.

2.2 Media Sosial

2.2.1 Definisi Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi

meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Tongkotow Liendfray 2022).

Berdasarkan Nasrullah (2015), media sosial adalah platform online yang memungkinkan penggunanya untuk menampilkan diri mereka, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, serta berkomunikasi dengan pengguna lain, sehingga membentuk hubungan sosial secara virtual. Van Dijk seperti yang dikutip oleh Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa media sosial adalah sebuah sarana yang menekankan pada keberadaan penggunanya, dengan tujuan memfasilitasi mereka untuk beraktivitas dan bekerja sama. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai sarana online yang memperkuat interaksi antar pengguna serta membangun ikatan sosial di antara mereka.

Menurut berbagai pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah wadah untuk bersosialisasi yang melibatkan aktivitas berbagi informasi, teks, gambar, video, dan lain-lain. Dengan menggunakan media sosial, orang dapat terhubung dan berkomunikasi dengan orang lain melalui jaringan internet. Media sosial meliputi berbagai jenis platform seperti situs jejaring sosial, komunitas daring, layanan yang dibuat oleh pengguna (seperti *blog*), situs berbagi video, situs ulasan/rating online, serta dunia game virtual, di mana individu dapat menerbitkan, mengedit, membuat, dan

merancang konten mereka (Krishnamurthy & Dou, 2008). Alat media sosial yang paling terkenal secara global termasuk Facebook, YouTube, X, LinkedIn, dan Instagram, meskipun teknologi terus berkembang dengan banyak platform baru yang tersedia.

2.2.2 Jenis-Jenis Media Sosial

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan berbagai platform yang memungkinkan interaksi dan komunikasi yang lebih dinamis dan personal. Setiap jenis media sosial memiliki karakteristik unik yang menawarkan berbagai cara bagi pengguna untuk berhubungan, berbagi informasi, dan berpartisipasi dalam komunitas global. Kaplan dan Haenlein mengklasifikasikan media sosial menjadi 6 bagian (Siti Makhmudah, 2019), yaitu:

1. *Blog dan Mikroblog (blog dan mikroblog).*

Blog adalah singkatan dari *web log*, yang merupakan aplikasi *web* yang berfungsi sebagai *platform* untuk mempublikasikan tulisan-tulisan (disebut sebagai *posting*) pada halaman *web* yang bersifat umum. Mikroblog, di sisi lain, adalah versi lebih ringkas dari blog. Perbedaan utama antara *blog* dan mikroblog adalah bahwa pengguna blog dapat menulis tanpa batasan jumlah karakter, sementara pengguna mikroblog hanya dapat menulis dengan batasan 200 karakter. Contoh dari mikroblog adalah Facebook dan X.

2. *Proyek Kolaboratif (Collaborative Projects)*

Pada proyek kolaboratif, situs *web* memungkinkan pengguna untuk mengedit, menambah, atau menghapus konten yang tersedia

di situs tersebut. Contoh dari proyek kolaboratif ini adalah Wikipedia.

3. Komunitas Konten (*Content Communities*)

Tujuan utama dari komunitas konten adalah berbagi media di antara penggunanya, seperti video atau gambar. Contoh dari komunitas konten adalah YouTube dan TikTok.

4. Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*)

Situs jejaring sosial adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan orang lain melalui informasi pribadi, yang bisa berupa foto atau video. Contoh dari situs jejaring sosial ini adalah Instagram dan Facebook.

5. Dunia Permainan Virtual (*Virtual Game World*)

Dunia permainan virtual adalah simulasi lingkungan 3D (tiga dimensi), di mana pengguna dapat menciptakan *avatar* yang diinginkan dan berinteraksi dengan pengguna lain seperti di dunia nyata. Contoh dari dunia permainan virtual adalah game *online*.

6. Dunia Sosial Virtual (*Virtual Social World*)

Dunia sosial virtual adalah *platform* dimana penggunanya dapat merasakan pengalaman hidup di dunia virtual, mirip dengan dunia permainan virtual, tetapi dengan kebebasan yang lebih besar dan lebih mendekati kehidupan nyata. Contoh dari dunia sosial virtual adalah *Second Life*.

2.2.3 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial memiliki kesamaan dengan media siber (*cyber*) karena media sosial merupakan salah satu bagian dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah (2015), media sosial memiliki ciri khas, yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan merujuk pada infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini penting karena komunikasi hanya dapat terjadi jika perangkat komputer saling terhubung, termasuk dalam hal transfer data.

2. Informasi (*Information*)

Informasi adalah elemen krusial di media sosial karena pengguna mengkreasikan identitas diri, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi tersebut.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip adalah fitur yang menunjukkan bahwa informasi telah disimpan dan dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apa pun.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial menciptakan jaringan antar pengguna yang tidak hanya memperluas hubungan pertemanan atau pengikut, tetapi juga dibangun melalui interaksi aktif antar pengguna.

5. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial berfungsi sebagai media di mana masyarakat dapat beraktivitas dalam dunia virtual. Media sosial memiliki karakteristik unik dan pola yang sering kali berbeda dari struktur masyarakat di dunia nyata.

6. Konten oleh Pengguna (*User-Generated Content*)

Di media sosial, konten sepenuhnya dibuat dan dikendalikan oleh pengguna atau pemilik akun. Konten yang dihasilkan pengguna ini mencerminkan relasi simbiosis dalam budaya media baru, yang memberi kesempatan dan kebebasan bagi pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media tradisional, di mana pengikutnya hanya menjadi penerima pesan yang pasif.

2.2.4 Fungsi Media Sosial

Menurut Denis McQuail (2010), media sosial memiliki beberapa fungsi utama, yaitu:

1. Pengawasan Lingkungan (*Surveillance of the Environment*).

Media sosial berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan peristiwa atau perkembangan terbaru di sekitar kita, termasuk berita, opini, dan fakta penting yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari.

2. Korelasi Bagian-Bagian Masyarakat (*Correlation of the Parts of Society*).

Media sosial membantu menghubungkan berbagai elemen dalam masyarakat dengan menyediakan platform untuk diskusi, kolaborasi, dan pertukaran pandangan. Ini memungkinkan

orang untuk memahami bagaimana mereka terhubung dengan komunitas yang lebih luas.

3. Penyebaran Nilai-Nilai Sosial (*Transmission of Social Heritage*). Media sosial memainkan peran dalam menyebarkan nilai-nilai, norma, dan budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. Melalui konten yang dibagikan, orang dapat mempelajari dan memahami tradisi serta praktik sosial yang ada.
4. Hiburan (*Entertainment*). Media sosial juga digunakan untuk menghibur pengguna dengan menyediakan akses ke berbagai jenis konten yang bersifat menyenangkan, seperti video, gambar, cerita, dan game.
5. Identitas Pribadi dan Pengembangan Diri (*Personal Identity and Self-Development*). Media sosial memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri, membangun identitas pribadi, dan mencari informasi yang membantu dalam pengembangan diri.

McQuail menyebutkan bahwa fungsi-fungsi ini membantu menjelaskan mengapa media sosial menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan modern, karena mereka memenuhi berbagai kebutuhan psikologis dan sosial penggunanya.

2.3 *Second account* pada Instagram

2.3.1 Definisi Instagram

Instagram berasal dari istilah "instan" atau "insta", seperti kamera polaroid yang dulu populer dengan sebutan "foto instan". Instagram adalah platform media sosial berbasis gambar yang menyediakan

layanan berbagi foto dan video secara daring. Kata "insta" berasal dari kata "instan", yang menunjukkan kemampuan Instagram untuk menampilkan gambar secara langsung, mirip dengan kamera polaroid yang dikenal sebagai "foto instan" pada masanya. Sedangkan "gram" berasal dari kata "telegram", yang merujuk pada cara kerja telegram dalam menyampaikan informasi dengan cepat. Jadi, Instagram merupakan gabungan dari konsep instan dan telegram, karena mampu mengirimkan gambar secara cepat untuk menyampaikan informasi.

Berdasarkan pendapat Atmoko (2012), Instagram adalah sebuah platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto. Layanan ini diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dan berhasil menarik 25 ribu pengguna pada hari pertama dan jumlah unduhan yang mencapai 10 juta dalam tahun pertamanya, dan terus meningkat hingga saat ini. Selain itu, Atmoko juga menyebutkan bahwa nama Instagram merupakan singkatan dari kata "*instan-telegram*." Instagram sangat berguna dalam mengekspresikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas. Ini karena Instagram menawarkan berbagai fitur yang dapat membuat unggahan menjadi lebih menarik.

Pemasaran melalui Instagram memberikan manfaat berupa penyebaran informasi kepada publik, dan diharapkan informasi ini dapat menambah pengetahuan yang bermanfaat bagi mereka yang melihat dan membacanya. Menurut Puntoadi (2011), penggunaan media sosial memiliki beberapa fungsi:

- a. Keunggulan dalam membangun personal branding melalui media sosial adalah autentisitas, di mana pengikutlah yang akan menilai

dan menentukan popularitas seseorang. Media sosial dapat dijadikan sebagai sarana bagi orang untuk berkomunikasi, berdiskusi, dan bahkan meraih popularitas.

- b. Media sosial memberikan kesempatan kepada penjual untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, menawarkan bentuk komunikasi yang lebih personal. Melalui media sosial, para pemasar dapat memahami kebiasaan konsumen atau pelanggan, menjalin hubungan secara lebih personal, dan membangun keterikatan yang lebih dalam.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa manfaat media sosial, termasuk Instagram, bagi pelaku usaha adalah untuk memperjelas dan mempermudah promosi serta memfasilitasi pelaku usaha dalam menjalin hubungan dengan calon pembeli, dengan memahami bagaimana pandangan mereka terhadap produk yang dipromosikan.

2.3.2 Fitur Instagram

Menurut Atmoko (2012), Instagram menyediakan lima menu utama serta beberapa fitur tambahan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Beranda (*Home Page*)

Beranda adalah halaman utama yang menampilkan foto-foto terbaru dari pengguna lain yang telah diikuti. Untuk melihat foto-foto ini, pengguna cukup menggeser layar dari bawah ke atas, mirip seperti saat melakukan scroll pada komputer. Aplikasi ini menampilkan

sekitar 30 foto terbaru setiap kali pengguna mengaksesnya, dengan pembatasan hanya pada foto-foto terbaru.

2. Komentar (*Comments*)

Sebagai *platform* jejaring sosial, Instagram menyediakan fitur untuk memberikan komentar pada foto-foto yang diunggah. Pengguna dapat menambahkan komentar dengan menekan ikon balon komentar yang terletak di bawah foto, menulis komentar di kotak yang disediakan, kemudian menekan tombol kirim.

3. Jelajah (*Explore*)

Explore adalah fitur yang menampilkan foto-foto paling populer dan banyak disukai oleh pengguna Instagram lainnya. Instagram menggunakan algoritma khusus untuk menentukan foto mana yang ditampilkan di *feed Explore*.

4. Profil (*Profile*)

Profil memberikan informasi detail mengenai akun pengguna, baik informasi tentang diri pengguna sendiri maupun pengguna lainnya. Halaman profil dapat diakses melalui ikon kartu nama yang berada di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diunggah, jumlah pengikut (*followers*), dan jumlah akun yang diikuti (*following*).

5. Berita (*News Feed*)

News Feed adalah fitur yang menampilkan notifikasi mengenai berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News Feed* terdiri dari dua tab, yaitu “*Following*” dan “*News*.” Tab

“*Following*” menampilkan aktivitas terbaru dari pengguna yang telah diikuti, sementara tab “*News*” menunjukkan notifikasi terbaru mengenai interaksi pengguna lain terhadap foto pengguna, seperti memberikan komentar atau mengikuti akun pengguna.

6. Judul (*Caption*)

Judul atau caption pada foto berfungsi untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna melalui foto tersebut.

7. Tanda Pagar (*Hashtag*)

Hashtag adalah simbol bertanda pagar (#) yang sangat berguna untuk memudahkan pengguna dalam menemukan foto-foto di Instagram berdasarkan hashtag tertentu.

8. Lokasi (*Location*)

Fitur lokasi memungkinkan pengguna untuk menandai lokasi di mana foto tersebut diambil. Meskipun Instagram dikenal sebagai layanan berbagi foto, platform ini juga berfungsi sebagai jejaring sosial karena pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya.

9. Mengikuti (*Follow*)

Follow adalah tindakan mengikuti akun pengguna lain di Instagram, memungkinkan pengguna untuk berteman atau mengikuti aktivitas pengguna lain di platform.

10. Suka (*Like*)

Like adalah ikon yang memungkinkan pengguna menyukai foto di Instagram. Pengguna dapat menyukai foto dengan menekan tombol like yang terletak di bawah caption atau dengan mengetuk dua kali (*double tap*) pada foto yang disukai.

11. Sebutkan (*Mentions*)

Fitur mentions memungkinkan pengguna untuk menandai pengguna lain dengan menambahkan simbol *arroba* (@) diikuti dengan nama akun pengguna tersebut.

2.3.3 *Second account* Instagram

Akun kedua dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai *Second account*. Istilah ini merujuk pada akun tambahan selain akun utama yang sering digunakan. Biasanya, akun kedua ini dimiliki oleh remaja perempuan. *Second account* memungkinkan penggunanya untuk bebas mengekspresikan diri tanpa khawatir identitasnya diketahui oleh banyak orang. *Second account* dianggap lebih privasi dan lebih banyak digunakan sebagai media untuk *self-disclosure*. Mereka yang memiliki *Second account* seringkali mengunggah berbagai hal di media sosial tanpa mematuhi aturan tertentu. Setiap individu yang memiliki akun kedua tentu memiliki alasan tersendiri. Terkadang, lingkungan sekitar mendorong seseorang untuk mengikuti tren populer di sekitarnya. Namun, tidak semua orang memiliki keinginan yang sama terhadap lingkungannya. Terlebih lagi, saat ini banyak remaja yang menggunakan *Second account* di media sosial, termasuk Instagram. *Second account* di Instagram menjadi tren baru yang diikuti oleh banyak orang (Retuningrum, 2019).

2.3.4 Indikator *Second account* Instagram

Second account Instagram, yang sering digunakan oleh pengguna untuk berbagai tujuan spesifik, memiliki sejumlah indikator yang dapat mengungkap motivasi di balik penggunaannya, pola interaksi sosial, serta dampaknya terhadap kesejahteraan individu. Berikut adalah beberapa indikator yang berhasil diidentifikasi:

a. Alasan Penggunaan:

- 1) Privasi: Sebagian besar pengguna memanfaatkan *Second account* untuk menjaga privasi dan menghindari pembicaraan yang dianggap tidak relevan. Mereka memilih untuk berbagi informasi pribadi hanya dengan orang-orang terdekat.
- 2) Autentisitas dan Kepercayaan: Pengguna *Second account* lebih memilih menunjukkan sisi asli mereka tanpa tekanan dari pengikut utama.
- 3) Kreativitas dan Ekspresi Diri: Beberapa pengguna menggunakan *Second account* untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas dan kreatif tanpa harus khawatir akan tanggapan dari pengikut utama.

b. Interaksi dan Hubungan Sosial

- 1) Hubungan Sosial yang Lebih Dekat: Pengguna *Second account* seringkali memanfaatkan fitur privasi untuk mengatur siapa yang bisa mengikuti akun mereka, memungkinkan mereka untuk mempertahankan hubungan sosial yang lebih dekat dengan teman-teman terpilih.

2) *Self-disclosure*: Pengguna *Second account* cenderung lebih selektif dan terkendali dalam memberikan informasi pribadi, terutama dalam bentuk foto atau video yang menggambarkan kehidupan sehari-hari mereka.

c. Dampak pada Kepuasan Hidup

1) Pengaruh Terhadap Kepuasan Hidup: Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Second account* tidak memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan hidup, terutama karena interaksi yang terbatas dan tingkat privasi yang tinggi.

Dengan demikian, indikator yang terkait dengan penggunaan *Second account* Instagram menurut penelitian terdahulu mencakup motif penggunaan, interaksi sosial, dan dampaknya terhadap kepuasan hidup.

2.4 Penelitian yang Relevan

Berikut ini beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan:

1. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Second account* Instagram oleh Mahasiswa FPP Unhas oldh (Emeraldien dkk, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Emeraldien yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Second account* Instagram oleh Mahasiswa FPP Unhas", menemukan bahwa motivasi penggunaan akun kedua lebih berorientasi pada kebutuhan privasi dan kenyamanan. Hal ini relevan dengan penelitian peneliti, namun fokus peneliti adalah untuk menentukan faktor faktor yang dapat mempengaruhi kecenderungan *self-disclosure* terhadap *Second account* instagram pada mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Emeraldien

berfokus untuk meneliti pengaruh ketidakamanan dalam penggunaan *Second account* sebagai sarana untuk lebih bebas berekspresi dan mengungkapkan diri.

2. Penggunaan *Self-disclosure* Instagram Sebagai *Self-disclosure* di Kalangan Mahasiswa UINSU oleh (Wilda Lestari Hasibuan, dkk 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan yang berjudul “Penggunaan *Self-disclosure* Instagram Sebagai *Self-disclosure* di Kalangan Mahasiswa UINSU” membahas mengenai penggunaan akun kedua Instagram sebagai media untuk *self-disclosure* di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling* yang melibatkan enam informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk *self-disclosure* yang dilakukan mahasiswa di akun kedua Instagram mereka meliputi aspek yang terbuka, gelap, tersembunyi, dan tidak diketahui. Persamaan dari penelitian ini bahwa penelitian ini juga mengkaji *self-disclosure* melalui *Second account* Instagram di kalangan mahasiswa, tetapi dengan pendekatan kualitatif yang lebih mendalam terhadap alasan penggunaan dan bentuk-bentuk *self-disclosure*. Perbedaannya yaitu bahwa Penelitian Hasibuan lebih fokus pada eksplorasi motif *self-disclosure* yang lebih luas (terbuka, gelap, tersembunyi, tidak diketahui) sedangkan penelitian peneliti lebih fokus pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kecenderungan *self-disclosure* terhadap *self-disclosure* pada mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 dengan analisis kualitatif.

3. Penggunaan *Second account* Instagram sebagai Sarana *Self-disclosure* pada Generasi Y dan Generasi Z oleh (Richardi Islamay Kurnia, 2023)

Penelitian dengan judul "Penggunaan *Second account* Instagram sebagai Sarana *Self-disclosure* pada Generasi Y dan Generasi Z", meneliti bagaimana *Second account* Instagram digunakan oleh Generasi Z dan Y untuk keterbukaan diri. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dan menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kepribadian, pendengar, topik, dan media mempengaruhi pengungkapan diri. Hasilnya relevan dengan penelitian yang dilakukan peneliti karena juga menyoroti hubungan antara penggunaan *Second account* dan *self-disclosure*. Perbedaan utama terletak pada fokus penelitian peneliti yang menitikberatkan pada kecenderungan mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 dalam mengelola keterbukaan diri.

4. Pengaruh Motivasi Terhadap *Self-disclosure* pada Penggunaan *Second account* Instagram oleh (Andrian dkk, 2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Andrian dengan judul "Pengaruh Motivasi Terhadap *Self-disclosure* pada Penggunaan *Second account* Instagram", menekankan bahwa motivasi seperti kebebasan berekspresi dan keamanan informasi memainkan peran penting dalam *self-disclosure* di *Second account*. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diteliti oleh peneliti bahwa motivasi kuat dalam mempengaruhi kecenderungan keterbukaan diri pada mahasiswa.

5. *Second account* Instagram Sebagai Media *Self-disclosure* di Kalangan Mahasiswa oleh (Rahma Dini Anggraini dkk, 2024)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahma Dini Anggraini yang berjudul "*Second account* Instagram Sebagai Media *Self-disclosure* di Kalangan Mahasiswa", penelitian ini meneliti penggunaan akun kedua Instagram (*Second account*) sebagai media *self-disclosure* di kalangan

mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Relevansi penelitian ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* pada *Second account* Instagram memberikan ruang yang lebih aman bagi mahasiswa untuk mengungkapkan diri, mirip dengan fokus penelitian peneliti pada mahasiswa FKIP UNILA angkatan 2021. Perbedaannya bahwa fokus penelitian Rahma lebih pada variabel privat dan bagaimana mahasiswa menggunakan *Second account* untuk menyaring pengikut mereka, sedangkan penelitian peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui faktor faktor yang dapat mempengaruhi kecendrungan *self-disclosure* terhadap *Second account* instagram pada mahasiswa FKIP UNILA angkatan 2021.

6. *Second account* Instagram Sebagai Ruang Ekspresi Generasi Milenial oleh (Grace Heidy Jane Amanda Wattimena dan Yessy Dwi Ramadhani, 2022)
 Penelitian oleh Grace Heidy Jane Amanda Wattimena dan Yessy Dwi Ramadhani pada tahun 2022 yang berjudul “*Second account* Instagram Sebagai Ruang Ekspresi Generasi Milenial” mengeksplorasi fenomena penggunaan akun kedua di Instagram oleh generasi milenial sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas diri secara lebih bebas dan autentik. Relevansi penelitian ini sama-sama mengeksplorasi dinamika penggunaan *Second account* di Instagram sebagai alat untuk manajemen kesan dan identitas online. Namun, perbedaan utama terletak pada metode yang digunakan. Wattimena dan Ramadhani menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, sementara penelitian saya menggunakan pendekatan kualitatif dengan observasi, dokumentasi dan survei untuk melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan *Second account* terhadap

tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) di kalangan mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021.

7. Kontribusi *Self-Control* Terhadap *Online Self-disclosure* Pada Usia Emerging Adulthood Pengguna *Second account* Instagram oleh (Althasya Nurul Budiani dan Elrisfa Magistarina, 2023)

Penelitian yang berjudul “Kontribusi *Self-Control* Terhadap *Online Self-disclosure* Pada Usia Emerging Adulthood Pengguna *Second account* Instagram” menunjukkan bahwa *self-control* memiliki kontribusi signifikan terhadap online *self-disclosure* pada pengguna *Second account* Instagram. Kedua penelitian ini sama-sama menyoroti kontribusi *self-control* terhadap *self-disclosure*, penelitian ini berkaitan erat dengan bagaimana mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 mungkin mengelola informasi pribadi mereka di *Second account*. Namun pada penelitian Althasya, berfokus pada usia emerging adulthood dan kontribusi *self-control* dalam pengungkapan diri, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti lebih berfokus pada konteks akademik dan sosial mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021.

8. Analisis *Self-disclosure* pada Penggunaan *Second account* Instagram di Kalangan Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) oleh (Triandi Febriansyah Widodo dkk, 2024)

Penelitian yang berjudul “Analisis *Self-disclosure* pada Penggunaan *Second account* Instagram di Kalangan Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi (UNISRI)” meneliti pengaruh penggunaan *Second account* Instagram terhadap *self-disclosure* di kalangan mahasiswa Universitas Slamet Riyadi. Penelitian menunjukkan bahwa *Second account* Instagram cenderung lebih privat, dan sering digunakan sebagai media untuk mengungkapkan perasaan dan pikiran pribadi. Dalam analisisnya, peneliti

menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta pendekatan triangulasi untuk memastikan validitas data. Penelitian ini sama-sama membahas *self-disclosure* di kalangan mahasiswa dan bagaimana penggunaan *Second account* lebih dipersonalisasi dan aman untuk ekspresi diri dengan metode penelitian yang samai. Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh Triandi berfokus pada pengaruh penggunaannya sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus terhadap faktor yang dapat mempengaruhi kecenderungan *self-disclosure* pada *Second account* Instagram.

9. Gambaran *Self-disclosure* Pengguna *Second account* Instagram (Studi Fenomenologi *Self-disclosure* Pengguna *Second account* Instagram Pada Dewasa Awal) oleh (Altashya Nurul Budiani dkk, 2023)

Hasil penelitian yang berjudul “Gambaran *Self-disclosure* Pengguna *Second account* Instagram (Studi Fenomenologi *Self-disclosure* Pengguna *Second account* Instagram Pada Dewasa Awal)” menunjukkan bahwa mahasiswa dewasa awal yang menggunakan *Second account* Instagram cenderung lebih selektif dan jarang mengunggah konten dibandingkan dengan mereka. Penggunaan *Second account* ini dimaksudkan sebagai ruang yang lebih privat untuk berbagi hal-hal yang lebih personal dan sensitif. Penelitian yang dilakukan Althasya sama-sama meneliti penggunaan *Second account* sebagai ruang lebih privat untuk *self-disclosure*, mirip dengan penelitian yang dilakukan peneliti yang melihat penggunaan *Second account* oleh mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021. Namun perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan Altashya lebih menekankan pada studi fenomenologi *self-disclosure* pada dewasa awal, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada faktor faktor

yang mempengaruhi kecendrungan *self-disclosure* terhadap *Second account* instagram pada mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021.

10. Perbedaan *Self-disclosure* Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Pada Mahasiswa Pengguna *Second account* Instagram oleh (Darmi Febri Erika Putri dkk, 2024)

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Perbedaan *Self-disclosure* Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Pada Mahasiswa Pengguna *Second account* Instagram” membahas mengenai pengaruh komunikasi interpersonal melalui media sosial terhadap hubungan sosial mahasiswa, dengan fokus pada platform Instagram. Penelitian ini menyoroti bagaimana keterbukaan diri (*self-disclosure*) di media sosial dapat mempengaruhi kualitas hubungan sosial, terutama di kalangan mahasiswa yang sering menggunakan media sosial sebagai sarana utama untuk berinteraksi. Relevansi penelitian ini berfokus pada pengaruh *self-disclosure* di media sosial terhadap kualitas hubungan sosial, yang terkait erat dengan bagaimana mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 mungkin menggunakan *Second account* untuk mengelola interaksi sosial mereka. Namun perbedaannya yaitu pada penelitian Darmi menggunakan metode survei kuantitatif dengan fokus pada tipe kepribadian, sementara penelitian yang dilakukan peneliti menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi kecendrungan *self-disclosure* terhadap *Second account* instagram pada mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 melalui observasi, survei dan dokumentasi dengan metode kualitatif.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan peneliti untuk mengungkap fenomena pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan faktor kecenderungan *Self-disclosure* di *Second account Instagram* pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) di Universitas Lampung (Unila) angkatan 2021. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Metode deskriptif analitis ini didasarkan pada pemecahan masalah berdasarkan fakta-fakta aktual saat ini dan berfokus pada masalah yang terjadi selama penelitian berlangsung.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Universitas Lampung (Unila) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP). Kampus ini berlokasi di Jalur dua Universitas Lampung, Jalan Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun ajaran 2024/2025.

3.3 Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian. Subjek penelitian dapat memberikan informasi mengenai data penelitian yang dapat menjelaskan karakteristik subjek yang diteliti. Pada penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* dalam menentukan subjek/sampel. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Subjek atau informan dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) angkatan 2021 di Universitas Lampung (Unila).
2. Berjenis kelamin Perempuan.
3. Aktif menggunakan sosial media khususnya *Second account Instagram* minimal sudah berjalan 1 tahun.
4. Suka membagikan kegiatan sehari-hari, pemikiran, dan mengekspresikan perasaan, serta mengeksplorasi identitas diri di *Second account Instagram*.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan kajian teori yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat dilihat definisi operasional variabel penelitian ini adalah:

3.4.1 *Second account Instagram*

Yang dimaksud *Second account Instagram* dalam penelitian ini adalah akun Instagram tambahan yang dibuat oleh pengguna selain akun utama

mereka yang digunakan untuk tujuan yang lebih pribadi atau informal, seperti berinteraksi dengan lingkaran teman yang lebih kecil, berbagi konten yang lebih santai atau rawan, atau untuk mengelola aspek lain dari identitas online mereka yang tidak ingin ditampilkan di akun utama. Indikator *Second account* Instagram yaitu alasan penggunaan, interaksi dan hubungan sosial, dan dampak pada kepuasan hidup.

3.4.2 Self-disclosure

Yang dimaksud *self-disclosure* pada penelitian ini adalah sejauh mana seseorang membagikan informasi pribadi, perasaan, atau pengalaman mereka kepada orang lain tentang perilaku konsumen atau interaksi online, *self-disclosure* dapat mencakup bagaimana pelanggan berbagi ulasan, komentar, atau pengalaman mereka terkait produk atau layanan. Dimensi *self-disclosure* di antaranya: *Amount*, *valensi*, *accuracy*, *intention*, *intimate*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah komunikasi langsung melalui wawancara berupa pertanyaan yang diberikan kepada responden. Proses wawancara pada penelitian ini dilakukan secara langsung kepada mahasiswa angkatan 2021 yang berjenis kelamin perempuan di FKIP Universitas Lampung. Berikut Teknik pengumpulan data yang digunakan:

3.5.1 Wawancara

Teknik wawancara adalah metode untuk mendapatkan informasi dalam bentuk pernyataan lisan tentang suatu objek atau peristiwa di masa lalu, sekarang, dan masa depan. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi dan data lebih mendalam daripada data yang diperoleh melalui observasi. Pada penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab

secara langsung dengan partisipan (mahasiswa FKIP Unila) untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai kecenderungan mereka dalam mengungkapkan diri (*self-disclosure*) melalui akun Instagram kedua (*Second account*).

3.5.2 Dokumentasi

Teknik pengumpulan dokumentasi adalah metode untuk memperoleh data dan informasi yang mendukung penelitian, yang meliputi buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, dan gambar dalam bentuk laporan serta keterangan. Dokumentasi yang digunakan untuk pengumpulan data akan dianalisis oleh peneliti guna mendukung data dan informasi dalam penelitian ini. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi dari Mahasiswa FKIP Unila angkatan 2021 dengan izin terlebih dahulu kepada yang bersangkutan.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *thematic analysis*. *Thematic analysis* merupakan salah satu cara untuk menganalisis data dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola atau untuk menemukan tema melalui data yang telah dikumpulkan oleh peneliti (Braun & Clarke, 2006). Beberapa tahapan dalam melakukan analisis data dengan menggunakan metode *thematic analysis* sebagai berikut:

3.6.1 *Familiarizing Yourself With Your Data*

Pada tahap ini peneliti berusaha untuk memahami dan familiar dengan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, untuk mencapai pemahaman tersebut peneliti harus melakukan pembacaan secara berulang dan membaca secara aktif untuk mencari makna, pola dan sebagainya. Pada aplikasi Atlas.Ti, peneliti akan menggunakan

fitur *word cruncher* untuk mendapatkan informasi kata yang kemunculannya berulang. kata kata tersebut akan menjadi sebuah intisari dari keseluruhan data. selain itu, peneliti juga akan menghitung WPR (word per responden) untuk mengetahui seberapa kata yang muncul dari responden. Pada tahap ini peneliti juga dapat menyusun kode sementara.

3.6.2 ***Generating Initial Code***

Setelah peneliti telah membaca dan membiasakan diri dengan data serta telah menemukan makna atau pola dan lain sebagainya, peneliti kemudian mulai untuk mengkode atau membangun kode awal. Kode dapat disusun dengan gaya induktif (*data driven*) atau deduktif (*theory driven*). Penggunaan kode juga dapat disesuaikan dengan gaya semantik atau laten Untuk proses kodingnya peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak yaitu ATLAS.ti (*Archieve of Technology, Lifeworld and Everyday Language*). ATLAS.ti digunakan dalam penelitian kualitatif. *Software* ini termasuk jenis program CAQDAS (*Computer-Aided Qualitative Data Analysis Software*) atau sama halnya dengan QDA *software* (*Qualitative Data Analysis Software*). ATLAS.ti ini membantu peneliti dalam memberikan kode, menganalisis data penelitian secara efisien dan terstruktur. ATLAS.ti memiliki empat keunggulan jika dibandingkan dengan *software* lainnya, yaitu: (1) ATLAS.ti dapat membaca berbagai macam jenis data, (2) *software* ini pun populer di kalangan peneliti kualitatif, bukti dari kepopuleran *software* ini salah satunya adalah konferensi khusus yang dimiliki oleh para pengguna ATLAS.ti, (3) ATLAS.ti memiliki panduan yang baik, terdapat bantuan secara online, dan dokumentasi lengkap, dan (4) harganya terjangkau (Afriansyah, 2016). ATLAS.ti

yang digunakan dalam penelitian ini adalah ATLAS.ti 9. Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan oleh peneliti dalam tahap *Generating Initial Code* :

- 1) Menyusun kode sebanyak banyaknya tanpa memilah data terlebih dahulu.
- 2) Sisakan sedikit data di sekeliling kode, tidak semua data dapat di koding.
- 3) *Coding* dilakukan secara berulang - ulang dan merevisi tema secara berulang tidak hanya tertuju pada tema yang sudah ditemukan.

3.6.3 *Searching For Themes*

Pada tahap ini peneliti mulai berpindah dari kode ke analisis yang lebih luas yaitu tema. Peneliti menyusun beberapa kode yang relevan dalam tema yang telah diidentifikasi. Setelah itu, ditingkatkan lagi menjadi suatu tema utama. Masih tetap sama dengan membuat kode, dalam tahap ini juga menggunakan bantuan dari *software* ATLAS.ti 9. Pada tahap ini peneliti membuat *initial thematic map* berdasarkan tema-tema yang telah ditentukan, selanjutnya dikembangkanlah *network analysis*. *Thematic analysis* berusaha untuk menggali tema-tema yang menonjol dalam data, dan *network analysis* ini bertujuan untuk memfasilitasi penataan dan penggambaran tema-tema tersebut. *Network analysis* ini disajikan secara grafis untuk menekankan hubungan antar kode, antar tema pada data keseluruhan, yang penting bagaimanapun *network* hanyalah alat dalam *analysis*, bukan *analysis* itu sendiri. Setelah *network analysis* telah dibuat, maka akan berfungsi sebagai alat ilustrasi dalam penafsiran dari data dan memfasilitasi pengungkapan

bagi peneliti dan memahami bagi pembaca. Dalam penelitian ini, masih tetap sama untuk alat bantu yaitu menggunakan ATLAS.ti9.

3.6.4 *Reviewing Themes*

Pada tahap ini peneliti memeriksa apakah tema-tema yang telah ditentukan sesuai dengan ekstrak kode dan seluruh kumpulan data dalam *network analysis*. Karena, pada tahap ini peneliti memastikan apakah tema-tema sudah sesuai dan berkaitan dengan kumpulan data, serta memberi kode pada data tambahan ke dalam tema yang terlewatkan pada tahap pengkodean sebelumnya, selanjutnya pada tahap ini juga peneliti sudah memiliki gambaran yang cukup jelas tentang tema-tema yang berbeda dan bagaimana tema-tema tersebut saling berhubungan. Hasil pada tahap ini peneliti mampu menghasilkan sebuah map tematik yang disebut *developed thematic map*.

3.6.5 *Defining and Naming Themes*

Pada tahap ini, peneliti sudah memiliki peta tematik yang memuaskan dari data yang diperoleh. Selanjutnya peneliti mendefinisikan dan menyempurnakan tema-tema yang akan disajikan dalam analisis, serta menganalisis data yang ada di dalamnya. Mendefinisikan dan menyempurnakan adalah peneliti mengidentifikasi 'esensi' dari setiap tema dan subtema secara keseluruhan, tidak hanya memparafrasekan isi ekstrak data yang disajikan, tetapi juga mengidentifikasi apa yang menarik dari data tersebut. Pada tahap ini penting untuk tidak mencoba membuat tema yang terlalu banyak, atau yang terlalu beragam dan kompleks. Selain mengidentifikasi 'cerita' yang disampaikan oleh setiap tema, penting juga untuk mempertimbangkan bagaimana tema tersebut cocok dengan 'cerita' keseluruhan yang disampaikan tentang

data, terkait dengan pertanyaan penelitian, untuk memastikan tidak ada tumpang tindih yang terlalu banyak antara tema-tema. Nama-nama yang ditulis tema harus singkat, menarik, dan langsung memberikan gambaran kepada pembaca tentang apa yang dibahas oleh tema tersebut. Hasil pada tahap ini peneliti mampu menghasilkan sebuah map tematik yang disebut *final thematic map*.

3.6.6 *Producing The Report*

Setelah peneliti sudah memiliki sekumpulan tema yang telah dirancang sepenuhnya dan melibatkan analisis akhir serta penulisan laporan, selanjutnya, peneliti menceritakan kisah rumit dari data dengan cara meyakinkan pembaca akan nilai dan validitas analisis dengan memberikan cukup bukti mengenai tema-tema yang ada dalam data, dengan kutipan data baik kutipan dari responden dan kutipan dari teori hal ini bertujuan untuk menunjukkan prevalensi tema tersebut. Di tahap ini juga, peneliti menggambarkan secara menarik cerita yang akan diceritakan tentang data dari responden, dan narasi analitis peneliti harus melampaui deskripsi data, serta membuat argumen yang berhubungan dengan pertanyaan penelitian yang terdapat pada laporan peneliti

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis kecenderungan *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung angkatan 2021. Hasil penelitian menunjukkan lima faktor utama yang mempengaruhi pengungkapan diri: *Amount*, *Accuracy*, *Intention*, *Intimate*, dan *Valence*.

Faktor *Amount* mencerminkan batasan dan intensitas informasi yang dibagikan, dengan persentase kemunculan 13%. Mahasiswa cenderung membatasi jenis dan jumlah informasi untuk menjaga privasi dan kenyamanan psikologis. Faktor *Accuracy* menekankan pentingnya kejujuran dalam informasi yang disampaikan, dengan frekuensi 7%, di mana pengguna berusaha memastikan bahwa informasi yang mereka sampaikan akurat dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Faktor *Intention* menggambarkan motivasi di balik unggahan, dengan persentase 14%, di mana pengguna menggunakan *second account* untuk mengekspresikan emosi, berbagi kebahagiaan, dan mencari dukungan dari orang-orang terdekat. Faktor *Intimate* menunjukkan kedalaman hubungan sosial dengan frekuensi 33%, di mana *second account* berfungsi sebagai ruang aman untuk berbagi informasi pribadi dengan orang-orang yang dipercaya. Terakhir, faktor *Valence* mengacu pada nilai emosional dari informasi yang dibagikan, baik positif maupun negatif, dengan persentase 33%, di mana pengguna merasa lebih

bebas mengekspresikan emosi namun tetap mempertimbangkan dampak dari respons yang diterima.

Secara keseluruhan, *second account* Instagram pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung berfungsi sebagai platform yang lebih fleksibel dan aman untuk *self-disclosure*, memungkinkan mahasiswa mengekspresikan diri secara asli tanpa tekanan sosial yang biasanya ada di akun utama. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya privasi dan kontrol dalam proses pengungkapan diri serta menunjukkan bahwa penggunaan *second account* sering kali merupakan strategi psikososial untuk mengelola emosi dan membangun hubungan yang lebih dekat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa sebagai pengguna *second account* diharapkan lebih bijak dan reflektif dalam melakukan *self-disclosure*. Meski *second account* memberikan ruang untuk berekspresi secara lebih bebas dan personal, penting untuk tetap mempertimbangkan risiko sosial dan digital, terutama dalam menjaga batasan privasi, keamanan identitas, dan dampak emosional dari setiap unggahan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti lain yang ingin meneliti topik serupa disarankan untuk memperluas jumlah partisipan dengan variasi latar belakang fakultas atau jenis kelamin agar dapat melihat perbedaan kecenderungan *self-disclosure* berdasarkan gender, jurusan, atau rentang usia. Selain itu,

peneliti selanjutnya dapat menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) sehingga bias mendapatkan kedalaman data kualitatif dan kekuatan generalisasi dari data kuantitatif.

3. Bagi Pengguna Media Sosial Umum

Temuan ini dapat menjadi refleksi bagi pengguna media sosial secara umum untuk lebih memahami bahwa keterbukaan diri (*self-disclosure*) merupakan bagian penting dari kehidupan digital, namun tetap harus dikelola dengan penuh kesadaran. Mengetahui kapan, kepada siapa, dan bagaimana membagikan informasi pribadi menjadi hal penting agar tidak berujung pada kerentanan psikologis atau sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. D. , & dkk. (2024). *Second account* Instagram Sebagai Media *Self-disclosure* di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(2), 123–135.
- Annur, Cindy Mutia. We Are Sosial. (2024). Digital 2024: Indonesia. <https://wearesosial.com/digital-2024-indonesia>. Diakses pada 12 Agustus 2024.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook: Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Ampong, G. O. A., Mensah, A., Adu, A. S. Y., Addae, J. A., Omoregie, O. K., & Ofori, K. S. (2018). Examining *self-disclosure* on social networking sites: A flow theory and privacy perspective. *Behavioral Sciences*, 8(6), 1–17. <https://doi.org/10.3390/bs8060058>
- Anggraini, R. D., Ardiyansyah, A., Aminah, S., & Nurkhayati, A. (2024). *Second account* Instagram sebagai Media Self Disclosure di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1104. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5039>
- Apliany, I. P. S. (2023). *Perilaku Self Disclosure Pengguna Second account Instagram Dalam Menjaln Intimasi Pertemanan*. Universitas Lampung.
- Apriyanti, E., Sari, S., & Dianthi, M. H. (2024). Self Disclosure Pada Komunikasi Generasi Z. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 417–426. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6386>
- Bilqis, T. D. (2024). Dramaturgi Dalam Media Sosial: *Second account* di Instagram Sebagai *Self-disclosure*. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2). DOI: 10.62180/914e5g76
- Budiani, A. N., & Magistarina, E. (2023). Kontribusi *Self-Control* Terhadap *Online Self-disclosure* Pada Usia *Emerging Adulthood* Pengguna *Second account* Instagram. *Jurnal Psikologi Sosial*, 12(3), 234-245.
- Budiani, A. N. (2023). Gambaran *Self-disclosure* Pengguna *Second account* Instagram (Studi Fenomenologi *Self-disclosure* Pengguna *Second account* Instagram Pada Dewasa Awal). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2).

- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Catona, D., & Greene, K. (2019). *Self-disclosure And Its Impact On Relationship Closeness And Satisfaction*. *Communication Research Reports*, 36(3), 218-227.
- Clarke, V., & Braun, V. (2014). *Thematic Analysis In Encyclopedia of Critical Psychology*.
- DeVito, J. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Emeraldien, M., & dkk. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Second account* Instagram oleh Mahasiswa FPP Unhas. *Jurnal Komunikasi Universitas Hasanuddin*, 7(2), 223-224.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haqqi, A. M. L., & Muhammad, K. (2023). Pengaruh *Second account* Instagram Terhadap *Self-disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Surabaya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel.
- Hasibuan, R., & dkk. (2023). Penggunaan Instagram Sebagai *Self-disclosure* Di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, 1(4). DOI: <https://doi.org/10.47233/jishs.v1i4.1050>
- Heriyanto, H. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 2, 317–324.
- Karina, S. M., & Suryanto. (2012). Pengaruh Keterbukaan Diri Terhadap Penerimaan Sosial Pada Anggota Komunitas Backpacker Indonesia Regional Surabaya Dengan Kepercayaan Terhadap Dunia Maya Sebagai Intervening Variabel. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(2). 54-55.
- Kurnia, R. I. (2023). Penggunaan *Second account* Instagram sebagai Sarana *Self-disclosure* pada Generasi Y dan Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Media*, Universitas Indonesia. 27(1). 223-224.
- Kim, H. J., & Ko, H. S. (2007). Online *self-disclosure: The Role Of Anonymity And The Motivations For Facebook Use*. *Asian Journal of Communication*, 17(1), 45-55.

- Krishnamurthy, S., & Dou, W. (2008). Advertising with user-generated content: A framework and research agenda. *Journal of Interactive Advertising*, 8(1), 1-4.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Makhmudah, S. (2019). *Medsos dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Bogor: Guepedia.
- MarkPlus Insight. (2023). *Social Media Usage In Indonesia 2023*. Diakses pada Agustus 2024 dari <https://markplusinsight.com/sosial-media-usage-2023>.
- Marshall, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press.
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Kedua)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Plato. (2003). *The Republic*. Penguin Classics.
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. Alex Komputindo.
- Putri, D. F. (2024). Perbedaan *Self-disclosure* Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Pada Mahasiswa Pengguna *Second account* Instagram. *CAUSALITA: Journal Of Physycology*, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.62260/causalita.v2i1.196>
- Prihantoro, E., & dkk. (2020). *Self-disclosure* Generasi Milenial Melalui *Second account* Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3). DOI: <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Restuningrum, P. I., & dkk. (2019). Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram di Akun Utama dan Akun Alter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(4), 471-376.
- Setiawati, D. (2012). Efektivitas Model Knap Untuk Meningkatkan Keterbukaan Diri Siswa SMA. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Bimbingan*, 13(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif* (12th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Swarnawati, A. (2021). *Self-disclosure* dalam Komunikasi Diadik antara Mahasiswa dan Dosen Penasehat Akademik. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*. 4(1).
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media & Society*, 7(3), 383-402.
- Wattimena, G. H. J., & Ramadhani, Y. D. (2022). *Second account* Instagram Sebagai Ruang Ekspresi Generasi Milenial. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 4(2), xx-xx.
- West, R., & Turner, L. H. (2008). Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (3rd ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Wheless, L. R., & Grotz, J. L. (1977). The Measurement Of Trust and Its Relationship To *Self-disclosure*. *Human Communication Research*, 3(3), 250-257.
- Widodo, T. F. (2024). Analisis *Self-disclosure* Pada Penggunaan *Second account* Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi (UNSRI). Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
- Wood, J. T. (2012). *Interpersonal Communication: Everyday Encounters*. Boston, MA: Wadsworth, Cengage Learning.
- World Population Review. (2024). Sosial Media By Country 2024. dari <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/sosial-media-users-by-country>. Diakses pada 12 Agustus 2024.
- Budiyanto, R. N. A., & Aisyah, V. N. (2022). Self Disclosure Analysis of First Account and *Second account* Users on Instagram among Students. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH)*, 515–525.

- Damayanti, A. D., & Sugandi. (2024). Analisis Komunikasi Keterbukaan Diri Melalui Akun Kedua Instagram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mulawarman. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 48–65. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.427>
- Firmansyah, Kurniawan, A. W., & Sukmawati, I. (2024). Instagram story sebagai media self disclosure. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(1), 141–163.
- Kamilah, F. N., & Lestari, S. B. (2020). Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 9(1), 98–108.
- Kurniawan, A. L., & Hidayanto, S. (2024). *Gen Z ' s Privacy Calculus on Using a Second Instagram Account*. 3(2), 251–262.
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). *Self-disclosure* and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110–115. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- Lv, Y., Fang, G., Zhang, X., Wang, Y., & Wang, Y. (2022). Influence of personality traits on online *self-disclosure*: Considering perceived value and degree of authenticity separately as mediator and moderator. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.958991>
- Mayolaika, S., Effendy, V. V., Delvin, C., & Hanif, M. A. (2021). Pengaruh Kebebasan Berpendapat Di Sosial Media Terhadap Perubahan Etika Dan Norma Remaja Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 826–836. <https://doi.org/10.31316/jk.v5i2.2083>
- Nopriadi. (2024). Menjaga Privasi Digital : Studi Tentang Kesadaran Mahasiswa dalam Perlindungan Data Pribadi di Media Sosial. *Polygon: Jurnal Ilmu Komputer Dan Ilmu Pengetahuan Alam*, 2(6), 87–97. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/polygon.v2i6.297>
- Nurnabila. (2018). *Hubungan antara Kebutuhan Afiliasi dan Kepribadian Narsisme dengan Self-disclosure pada Remaja Pengguna Instagram* (Vol. 1, Issue 2011) [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <https://books.google.co.id/books?id=ZuB0DwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Pertiwi, A. S. A., & Manalu, R. (2018). Memahami Pengelolaan Pengungkapan Informasi Pribadi di Media Sosial di Kalangan Dewasa Dini. *FISIP UNDIP*, 6(4), 479–489.
- Putra, M. A. (2023). *Self-Presentasing Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan , UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73780>

- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/422>
- Saidah, M. (2023). Shielding Communication Privacy: Unveiling The Strategic Utilization Of Instagram's *Second account* Feature By Millennial Generation. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 16(June), 72–85. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/2171%0Ahttps://journals.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/2171/1096>
- Sharif, A., Soroya, S. H., Ahmad, S., & Mahmood, K. (2021). Antecedents of *self-disclosure* on social networking sites (SNSs): A study of facebook users. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su13031220>
- Susanti, E., Hafizha, A., Amanda, A., & Lubis, N. (2024). Dampak Media Sosial Bagi Mahasiswa TBI. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(3), 48–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/risoma.v2i3.81>
- Wulandari, I. A., & Ramadhani, Z. D. (2024). Literature Review Pengaruh Media Sosial terhadap Regulasi Emosi Remaja pada Masa Transisi : Dampak Positif dan Negatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 48582–48591.