

**PENGARUH PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM
TERHADAP KENYAMANAN *SELF-DISCLOSURE* PADA GENERASI Z
MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

**Oleh
ATIKAH MUFLIKHAH
NPM 2216031016**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM TERHADAP KENYAMANAN *SELF-DISCLOSURE* PADA GENERASI Z MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

Atikah Muflikhah

Perkembangan media sosial mendorong individu, khususnya Generasi Z, untuk mengelola identitas digital dan cara mengekspresikan diri secara selektif. Salah satu bentuk adaptasi yang muncul adalah penggunaan *second account* Instagram sebagai ruang yang lebih privat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *second account* Instagram terhadap kenyamanan *self-disclosure* pada mahasiswa Generasi Z Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert terhadap 96 responden yang dipilih berdasarkan kriteria mahasiswa aktif Generasi Z dan memiliki *second account* Instagram. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *second account* Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan *self-disclosure*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel serta nilai signifikansi $<0,05$. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,557 menunjukkan bahwa penggunaan *second account* Instagram mampu menjelaskan 55,7% variasi kenyamanan *self-disclosure*, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa *second account* Instagram berperan sebagai ruang digital yang aman dan privat, sehingga memungkinkan mahasiswa untuk mengelola audiens, menjaga privasi, serta mengekspresikan diri secara lebih autentik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi digital, khususnya terkait *self-disclosure* dan pengelolaan identitas Generasi Z di media sosial.

Kata kunci: *second account* Instagram, *self-disclosure*, Generasi Z, media sosial, komunikasi digital

ABSTRACT

THE EFFECT OF SECOND INSTAGRAM ACCOUNT USAGE ON SELF-DISCLOSURE COMFORT AMONG GENERATION Z STUDENTS OF THE FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES, UNIVERSITY OF LAMPUNG

By

Atikah Muflikhah

The development of social media has encouraged individuals, particularly Generation Z, to manage their digital identities and express themselves more selectively. One form of this adaptation is the use of a second Instagram account as a more private space. This study aims to analyze the effect of second Instagram account usage on self-disclosure comfort among Generation Z students of the Faculty of Social and Political Sciences, University of Lampung. This research employs a quantitative approach with an explanatory method. Data were collected through an online questionnaire using a Likert scale from 96 respondents selected based on the criteria of active Generation Z students who own a second Instagram account. Data analysis was conducted using simple linear regression with the assistance of IBM SPSS. The results indicate that second Instagram account usage has a positive and significant effect on self-disclosure comfort. This is evidenced by a calculated t value greater than the t table value and a significance level of < 0.05 . Furthermore, the coefficient of determination (R^2) of 0.557 shows that second Instagram account usage explains 55.7% of the variation in self-disclosure comfort, while the remaining percentage is influenced by other factors outside this study. These findings suggest that second Instagram accounts function as a safe and private digital space, enabling students to manage their audience, maintain privacy, and express themselves more authentically. This study is expected to contribute to digital communication studies, particularly regarding self-disclosure and identity management among Generation Z on social media.

Keywords: *second Instagram account, self-disclosure, Generation Z, social media, digital communication*

**PENGARUH PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM
TERHADAP KENYAMANAN *SELF-DISCLOSURE* PADA GENERASI Z
MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

Atikah Muflikhah

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

: **PENGARUH PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM TERHADAP KENYAMANAN *SELF-DISCLOSURE* PADA GENERASI Z MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Atikah Muflikhah**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2216031016

Program Studi

: Ilmu Komunikasi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. **Komisi Pembimbing**

Dr. Dhanik Sulistyarini, S. Sos., M.Comn&Media.St.
NIP. 197604222000122001

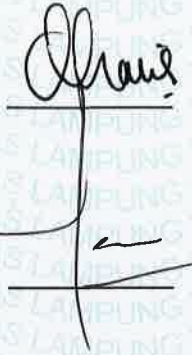
2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si
NIP. 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua: **Dr. Dhanik Sulistyarini, S. Sos., M.Comn&Media.St.**



Penguji: **Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S. Sos., M.Si
NIP. 197608212000032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **22 Januari 2026**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Atikah Muflikhah
NPM : 2216031016
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. M. Azizy, Dusun 1B, Desa Sabah Balau, Kec.
Tanjung Bintang, Kab. Lampung Selatan
No. Handphone : 081369174977

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *Second Account* Instagram Terhadap Kenyamanan *Self-Disclosure* Pada Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 14 Januari 2026
Yang membuat pernyataan,



Atikah Muflikhah
NPM 2216031016

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Atikah Muflikhah, merupakan anak ke-2 dari Bapak Khairul Hadi, S.H. dan Ibu Relawati, lahir pada 06 Oktober 2004 di Yukum Jaya, Lampung Tengah. Penulis mengawali pendidikan di TK Permata Bunda Yukum Jaya yang lulus pada tahun 2010, kemudian dilanjutkan dengan pendidikan sekolah dasar di MIN 5 Bandar Lampung yang lulus pada tahun 2016, dilanjutkan dengan pendidikan sekolah menengah pertama di MTsN 2 Bandar Lampung yang lulus pada tahun 2019, dan pendidikan sekolah menengah atas di MAN 1 Bandar Lampung yang lulus pada tahun 2022. Kemudian penulis juga melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi pada tahun 2022 melalui jalur SNMPTN.

Selama masa studi di perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) selama dua tahun di periode 2023 dan 2024 pada bidang *Public Relations*. Penulis juga mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Kelurahan Tanjung Aman, Kecamatan Kotabumi Selatan, Kabupaten Lampung Utara. Selain itu juga penulis aktif mengikuti beberapa perlombaan, seperti lomba poster, essay, dan juga podcast. Penulis berhasil meraih juara 2 lomba podcast pada kegiatan Diesnatalis Himasela ke-21 pada tahun 2023.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“One day, I am gonna grow wings”

(Radiohead – *Let Down*)

“Tujuan yang indah tidak diraih dengan jalan yang mudah”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, dengan penuh rasa syukur, penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kekuatan, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis mampu melalui setiap proses perkuliahan hingga menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Setiap tahap yang dilalui menjadi bagian dari pembelajaran untuk terus berproses dan memperbaiki diri.

Untuk Ayah Tercinta, Khairul Hadi, S.H. dan Ibu Tersayang, Relawati

Skripsi ini menjadi salah satu wujud rasa terima kasih penulis atas semua perjuangan yang telah Ayah dan Ibu berikan. Terima kasih karena senantiasa memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan tanpa henti. Terima kasih juga atas kesabaran, pengorbanan, dan kepercayaan yang selalu diberikan, sehingga penulis dapat menempuh pendidikan dan mencapai tahap ini.

Untuk Diriku Sendiri, Atikah Muflikhah

Terima kasih karena sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih sudah mau terus belajar, bangkit setiap kali jatuh, dan tetap melangkah meski prosesnya tidak selalu mudah, sampai akhirnya karya penelitian ini bisa selesai.

Serta Almamater Tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT. Yang Maha Esa atas segala anugerah dan kemudahan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Berkat atas segala rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *Second Account* Instagram terhadap Kenyamanan *Self-Disclosure* pada Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Proses penyusunan skripsi ini merupakan perjalanan yang penuh pembelajaran. Penulis menyadari bahwa dalam setiap tahap penelitian masih terdapat keterbatasan, baik dari segi kemampuan, pengalaman, maupun pemahaman. Oleh karena itu, skripsi ini tentu masih memiliki kekurangan. Meskipun demikian, penulis telah berupaya untuk menyusun penelitian ini secara sungguh-sungguh dengan memanfaatkan ilmu dan pengalaman yang diperoleh selama masa perkuliahan.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari peran banyak pihak yang dengan tulus memberikan arahan, dukungan, dan motivasi. Bantuan tersebut menjadi penguat bagi penulis untuk terus melangkah hingga penelitian ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Asean Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zaenal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Ibu Dr. Dhanik Sulistyarini, S.Sos., M.Comn&Media. St. selaku dosen pembimbing penulis selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, terima kasih juga penulis ucapkan atas ilmu, masukan, dan saran yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti,, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembahas penulis. Terima kasih telah memberikan masukan dan saran yang berharga selama proses penulisan skripsi.
7. Bapak Prayoga Ardhi Pratama, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing akademik penulis. Terima kasih atas ilmu, dukungan, bantuan, dan saran yang diberikan selama proses perkuliahan.
8. Seluruh dosen, staf administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang telah banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan penulis.
9. Teruntuk orang tua tersayang, ayah (Khairul Hadi, S.H.) dan ibu (Relawati). Terima kasih banyak atas segala perjuangan, pengorbanan, dan kepercayaan yang telah diberikan agar penulis tetap bisa menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi. Penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dan perkuliahan ini berkat adanya kasih sayang, dukungan, doa, dan arahan yang tidak pernah putus diberikan kepada penulis.
10. Keluarga dan saudara-saudara tercinta, terima kasih atas segala dukungan dan doanya selama penulis menjalani masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
11. Kepada “Konco Kentel” (Nasya, Vidya, dan Vani), terima kasih telah menemani penulis dari masa-masa SMA hingga saat ini. Kebersamaan, canda, dan tawa menjadi sumber semangat dan penguat untuk penulis. Kalian telah mengajarkan arti kebersamaan, kesetiaan, dan dukungan tanpa syarat dalam setiap fase perjalanan yang penulis lalui.

12. Kepada teman-teman “Alhamdulillah” (Dwina, Florence, Salvia, Rifka, Woko, Halim, Ridho, Kevin, Satrio, Nick, dan Kenan), penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan yang terjalin sejak awal masa perkuliahan. Dukungan, kerja sama, serta berbagai pengalaman yang dibagikan selama proses perkuliahan turut memberikan arti dan kontribusi penting bagi penulis hingga tahap penyusunan skripsi ini.
13. Kepada teman-teman “Geprek Kitha” (Regina, Tatah, Florence, Dwina, Woko, dan Halim), penulis menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih atas kebersamaan yang telah terjalin sebagai tempat berbagi cerita dan keluh kesah. Dukungan serta bantuan yang diberikan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini sangat berarti bagi penulis, sekaligus memberikan pembelajaran berharga mengenai makna solidaritas.
14. Kepada Kak Umi Zainun Faqiha, selaku kakak tingkat penulis di perkuliahan, terima kasih sudah menjadi motivasi penulis dan telah memberikan banyak pembelajaran yang sangat berharga. Dukungan, doa, dan bantuan yang diberikan menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Teruntuk kakak-kakak *Public relations* angkatan 2021, penulis ucapkan terima kasih atas pengalaman, arahan, serta bantuan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
16. Seluruh teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2022, terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
17. Kepada teman-teman KKN Kelurahan Tanjung Aman, penulis mengucapkan terima kasih atas pengalaman berharga yang tidak terlupakan selama pelaksanaan KKN. Dukungan yang diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini juga sangat berarti.
18. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan perhatian dalam proses penyusunan skripsi ini, namun tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga setiap kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dan membawa manfaat bagi masing-masing pihak.

19. Kepada diriku sendiri sebagai bentuk apresiasi, yaitu Atikah Muflikhah, seorang anak perempuan satu-satunya dalam keluarga, yang telah banyak melewati rintangan dan tantangan dalam masa perkuliahannya, terutama dalam penulisan skripsi ini. Dalam perjalanan tersebut, tidak sedikit masalah yang muncul dan kerap menimbulkan rasa kecewa, baik yang berkaitan dengan keluarga, pertemanan, maupun kisah percintaan. Namun, penulis tetap kuat dan bertahan, sehingga dapat menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi ini dengan tepat waktu. Terima kasih kepada diriku sendiri sudah mau berjuang dan berusaha untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Semoga proses ini menjadi bekal untuk terus bertumbuh dan berkembang menjadi pribadi yang lebih baik ke depannya.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat serta memperluas wawasan bagi seluruh pihak yang membacanya, khususnya dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi. Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas setiap doa, perhatian, dan dukungan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini.

Bandar Lampung, 14 Januari 2026
Penulis,

Atikah Muflikhah

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Kerangka Pikir	8
1.6 Hipotesis.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teori	14
2.2.1 Teori Dramaturgi	15
2.3 Media Sosial sebagai Media Ekspresi Diri	16
2.3.1 Instagram.....	18
2.3.2 <i>Second Account</i> Instagram	22
2.4 <i>Self-Disclosure</i> dalam Hubungan Antarpribadi	25
2.4.1 Kenyamanan dalam <i>Self-Disclosure</i>	27
2.4.2 <i>Self-Disclosure</i> dalam Konteks Media Sosial Digital.....	28
2.5 Manajemen Imprasi dalam Media Sosial.....	29
2.6 Proteksi Diri Digital dalam Interaksi <i>Online</i>	30
2.7 Generasi Z sebagai Pengguna Media Sosial	31
III. METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Tipe Penelitian	33
3.2 Variabel Penelitian	34
3.3 Definisi Konseptual.....	34
3.4 Definisi Operasional.....	36
3.5 Populasi dan Sampel	38
3.5.1 Populasi.....	38
3.5.2 Sampel.....	39
3.6 Jenis dan Sumber Data	40
3.7 Teknik Pengumpulan Data	41

3.8 Teknik Pengolahan Data	42
3.9 Teknik Pengujian Instrumen	43
3.9.1 Uji Validitas	43
3.9.2 Uji Reliabilitas	44
3.10 Teknik Analisis Data.....	44
3.10.1 Uji Normalitas.....	45
3.10.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	45
3.10.3 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	48
4.1.1 Uji Validitas	48
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi	51
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	53
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel X	55
4.2.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Y	72
4.3 Analisis Data	91
4.3.1 Uji Normalitas.....	91
4.3.2 Uji Regresi Linear Sederhana	93
4.3.3 Uji Hipotesis	94
4.4 Pembahasan.....	96
4.4.1 Penggunaan <i>Second Account</i> Instagram	96
4.4.2 Kenyamanan dalam <i>Self-Disclosure</i>	100
4.4.3 Penggunaan <i>Second Account</i> Instagram Berpengaruh terhadap Kenyamanan <i>Self-Disclosure</i>	103
4.4.4 Besarnya Pengaruh <i>Second Account</i> Instagram terhadap <i>Self-Disclosure</i>	105
4.4.5 Elaborasi Teori	106
BAB V PENUTUP	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2025	2
Gambar 1. 2 Kerangka Pikir.....	9
Gambar 2. 1 Data Pengguna Instagram di Dunia tahun 2020-2025	19
Gambar 2. 2 Statistik Aktivitas Pengguna Instagram dalam Skala Global.....	21
Gambar 4.1 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Fitur-Fitur Instagram.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional	36
Tabel 4.1 Tabel Uji Validitas Variabel X	49
Tabel 4.2 Tabel Uji Validitas Variabel Y	49
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.4 Tingkat Derajat Hubungan.....	51
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Program Studi.....	51
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Program Usia.....	53
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.8 Responden memiliki <i>second account</i> untuk berinteraksi dengan temen dekat	55
Tabel 4.9 Responden membuat <i>second account</i> untuk memisahkan urusan sosial dari <i>first account</i>	56
Tabel 4.10 Responden menggunakan <i>second account</i> untuk mengikuti komunitas atau grup sosial tertentu.....	58
Tabel 4.11 Responden membuka <i>second account</i> setiap hari.....	59
Tabel 4.12 Responden mengunggah konten secara rutin di <i>second account</i>	60
Tabel 4.13 Responden Responden lebih sering mengakses <i>second account</i> dibanding <i>first account</i>	62
Tabel 4.14 Responden membagikan cerita atau pengalaman pribadi yang tidak dibagikan di <i>first account</i>	63
Tabel 4.15 Responden merasa tidak tertekan untuk tampil "sempurna" di <i>second</i> <i>account</i>	64
Tabel 4.16 Responden sering membagikan opini jujur tanpa khawatir akan reaksi negatif <i>followers</i>	65
Tabel 4.17 Responden menyaring siapa saja yang boleh mengikuti <i>second account</i>	67
Tabel 4.18 Responden memilih untuk tidak menggunakan nama asli di <i>second account</i> demi menjaga identitas	68
Tabel 4.19 Hasil Jawaban Responden Secara Keseluruhan Variabel X.....	69
Tabel 4.20 Responden membagikan aktivitas di <i>second account</i> , menjadi lebih memahami gaya hidup dan prioritasnya	72
Tabel 4.21 Responden jadi tahu hal-hal yang membuat nyaman atau tidak nyaman setelah membagikannya secara bebas di <i>second account</i>	74
Tabel 4.22 Responden menyadari apa saja hal yang sering mereka pikirkan atau bicarakan dalam kehidupan sehari-hari	75
Tabel 4.23 Responden merasa lebih lega setelah membagikan cerita pribadi-nya di <i>second account</i>	76

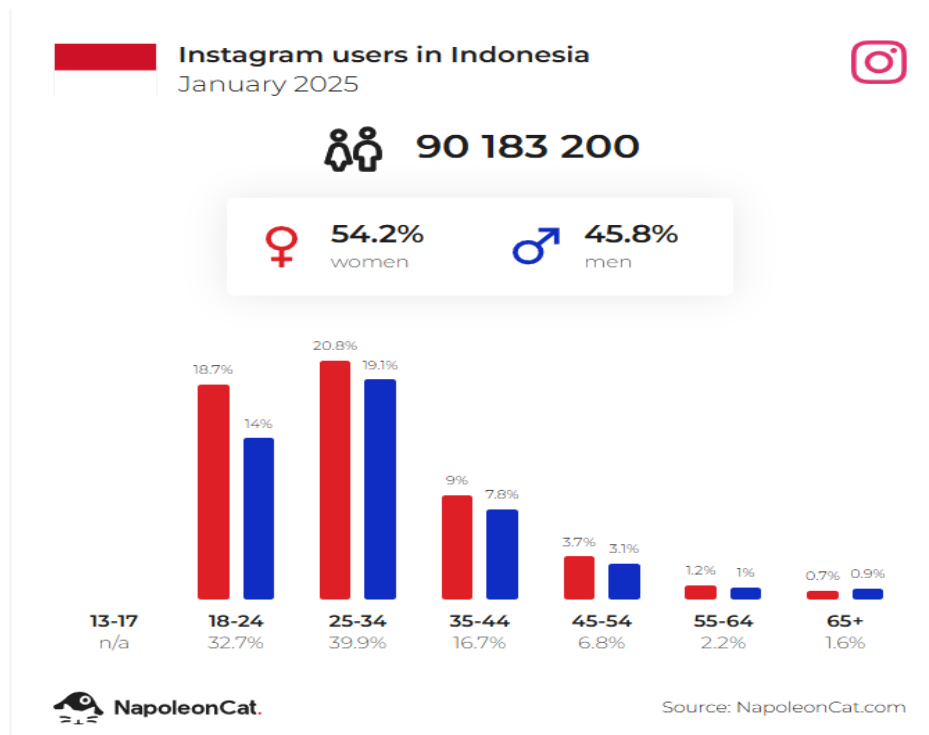
Tabel 4.24	Menceritakan tantangan sehari-hari membuat responden merasa tidak terbebani sendirian	77
Tabel 4.25	Responden mendapatkan dukungan atau saran ketika menghadapi kesulitan sehari-hari	79
Tabel 4.26	Responden memberi tahu teman dekat di <i>second account</i> tentang aktivitas atau kondisi mereka tanpa harus menjelaskan satu per satu.....	80
Tabel 4.27	Responden dapat menyampaikan pesan atau cerita secara ringkas melalui unggahan <i>second account</i>	81
Tabel 4.28	Responden mudah dalam menyampaikan hal-hal sederhana, seperti jadwal, lokasi, atau kegiatan mereka.....	83
Tabel 4.29	Responden merasa lebih dekat dengan teman yang merespons unggahan atau cerita mereka di <i>second account</i>	84
Tabel 4.30	Responden membagikan rutinitas atau momen kecil di <i>second account</i> membantu terhubung lebih dalam dengan beberapa orang.....	86
Tabel 4.31	Responden lebih nyaman menjalin hubungan dengan orang yang mengetahui kesehariannya melalui <i>second account</i>	87
Tabel 4.32	Hasil Jawaban Responden Secara Keseluruhan Variabel Y	88
Tabel 4.33	Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	92
Tabel 4.34	Uji Regresi Linear Sederhana	93
Tabel 4.35	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	94
Tabel 4.36	Hasil Uji T	95

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern. Sebagai bentuk media daring berbasis teknologi Web 2.0, media sosial memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berpartisipasi, menciptakan, dan menyebarkan konten secara cepat dan luas (Mustaqim & Hendriani, 2024). Menurut Kurniawan et al., (2024) media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan terciptanya dan pertukaran konten buatan pengguna (*user-generated content*), dengan fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0. Berbagai platform media sosial seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, hingga dunia virtual telah berkembang pesat dan menjadi sarana komunikasi yang dominan, baik untuk kebutuhan pribadi, sosial, maupun profesional. Di antara berbagai jenis media sosial yang ada, platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan TikTok menjadi yang paling populer dan sering digunakan oleh masyarakat global, termasuk di Indonesia.

Berdasarkan data dari ContentStudio tahun 2024, Instagram sebagai salah satu platform media sosial visual paling berpengaruh, telah mengalami pertumbuhan signifikan sejak diluncurkan pada tahun 2010. Instagram merupakan salah satu media sosial paling populer di dunia, dengan penggunaannya mencapai 1,35 miliar di tahun 2023. Hal ini menempatkan Instagram sebagai platform media sosial dengan user terbanyak ke-4 setelah Facebook, Youtube, dan WhatsApp.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2025

Sumber: (NapoleonCat, 2025)

Berdasarkan data grafik dari NapeleonCat Januari 2025, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90.183.200, dengan mayoritas adalah perempuan (54,2%) dibandingkan laki-laki (45,8%). Kelompok usia 25-34 tahun menjadi pengguna terbesar (39,9%), diikuti oleh 18-24 tahun (32,7%), sedangkan pengguna usia 55 tahun ke atas hanya menyumbang kurang dari 4% dari total pengguna. Data ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya populer, tetapi juga menjadi media utama bagi generasi muda Indonesia dalam mengekspresikan diri, membangun identitas, dan berinteraksi sosial secara digital

Salah satu fitur Instagram yang kini menjadi tren dan menarik perhatian adalah kemampuan untuk membuat *second account* (akun kedua). *Second account* memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berbagi konten secara lebih privat dibandingkan dengan *first account* (akun pertama) mereka yang lebih menonjolkan pencitraan dan status sosial. *Second account* sering digunakan sebagai tempat untuk mengungkapkan pemikiran, perasaan, atau

pengalaman yang sifatnya personal tanpa rasa takut terhadap penilaian dari audiens yang lebih luas (Nabilah & Sinduwiatmo, 2023).

Kemampuan Instagram dalam menyajikan konten visual seperti foto, video singkat, dan fitur *story* secara *real-time* menjadikannya platform yang dinamis serta efektif dalam membentuk tren komunikasi dan budaya digital masa kini. Namun, di balik keterbukaan dan eksposur yang tinggi di media sosial ini, muncul kebutuhan akan ruang yang lebih privat dan personal. Hal ini mendorong sebagian pengguna, terutama dari kalangan muda, untuk membuat *second account* atau akun kedua. Tidak seperti akun utama yang cenderung menampilkan citra ideal dan mengikuti ekspektasi sosial, *second account* menjadi wadah ekspresi diri yang lebih jujur dan bebas dari tekanan pencitraan. Melalui akun ini, pengguna merasa lebih leluasa untuk berbagi pemikiran, perasaan, maupun pengalaman personal tanpa khawatir terhadap penilaian publik. Fenomena ini mencerminkan kebutuhan akan keseimbangan antara eksistensi sosial dan kenyamanan dalam menampilkan diri secara autentik di ruang digital yang semakin terbuka.

Generasi Z sering memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk membentuk citra diri yang sejalan dengan ekspektasi sosial dan tren digital. Dalam upaya meraih validasi sosial, mereka kerap merasa terdorong untuk menciptakan citra diri di ranah maya. Dorongan untuk senantiasa tampil menarik dan ideal di hadapan publik digital ini dapat menimbulkan tekanan psikologis, terutama ketika individu merasa perlu menyesuaikan diri dengan standar tertentu demi menjaga eksistensinya di media sosial. Akibatnya, tidak sedikit dari mereka yang mulai memisahkan antara tampilan diri yang dipublikasikan dan sisi pribadi yang lebih autentik, yang jarang dibagikan kepada khalayak luas.

Seperti yang dikemukakan oleh Sirait (2021), bahwa penggunaan *second account* di Instagram memberikan ruang ekspresi yang lebih bebas serta sebagai tempat yang nyaman dibandingkan *first account*. Pengguna merasa lebih nyaman untuk mengungkapkan pendapat, mencurahkan perasaan,

membagikan pengalaman pribadi tanpa khawatir akan persepsi negatif dari orang lain, serta merasa lebih aman untuk menunjukkan jati diri secara lebih jujur dan apa adanya. Hal ini juga yang menjadi salah satu strategi alternatif bagi Generasi Z untuk menghindari tekanan sosial dan standar estetika yang tinggi pada *first account* Instagram. Teknologi dan media sosial kini menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari generasi Z, yang secara nyata membentuk cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitar.

Fenomena ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan konsep *Self-disclosure* atau pengungkapan diri, yakni proses di mana seseorang secara sadar dan sukarela membagikan informasi pribadi kepada orang lain. Di era digital saat ini, cara individu mengungkapkan dirinya (*self-disclosure*) telah mengalami perubahan, di mana mereka cenderung memilih media sosial yang dianggap lebih aman dan nyaman. Ungkapan informasi pribadi melalui unggahan status, foto, video, maupun komentar merupakan bentuk nyata dari *Self-disclosure* di ranah media sosial (Devi & Indryawati, 2020). Salah satu pilihan yang digunakan adalah *second account*, yang dianggap mampu menyediakan ruang personal untuk berbagi hal-hal yang bersifat pribadi.

Self-disclosure berperan penting untuk menumbuhkan kedekatan dan kepercayaan antarindividu, terutama dalam interaksi di media sosial. Instagram sebagai platform yang memfasilitasi *self-disclosure* secara verbal dan nonverbal melalui unggahan foto, video, serta video singkat seperti *instastory* dan juga *reels*. Kehadiran fitur-fitur ini di Instagram mempermudah individu dalam berbagi tentang perasaan, pengalaman, dan opini kepada *followers* yang dipilih. Rasa nyaman dalam *self-disclosure* memegang peran penting karena dapat berdampak pada kualitas hubungan interpersonal serta kesejahteraan emosional seseorang. Meskipun media sosial sering dianggap menjauhkan, platform ini sebenarnya bisa menjadi ruang yang mendukung jika dimanfaatkan secara bijak.

Mengingat karakteristik Generasi Z, yang mencakup tuntutan kuat akan hubungan emosional dan sosial serta aktivitas digital tingkat tinggi, penting untuk memahami seberapa nyaman mereka mengekspresikan diri di media sosial. Penting untuk memahami masalah ini guna memberikan gambaran umum tentang bagaimana generasi muda menangani hubungan, identitas, dan emosi mereka secara *online*. Hal ini juga dapat membantu dalam menciptakan rencana literasi digital yang lebih inklusif dan simpatik. Dengan memahami cara Generasi Z memanfaatkan media sosial, kita dapat menentukan pola komunikasi yang menurut Generasi Z aman dan nyaman dalam mengekspresikan diri mereka dalam menghadapi meningkatnya tekanan masyarakat digital dengan mempelajari bagaimana mereka memanfaatkan media sosial, terutama melalui *second account*.

Penggunaan *second account* di Instagram oleh mahasiswa Generasi Z dapat dianalisis melalui perspektif teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Dalam teori ini, kehidupan sosial diibaratkan seperti sebuah panggung teater, di mana individu menampilkan “peran” tertentu di depan audiens (*front stage*) dan menyembunyikan aspek-aspek pribadi mereka di belakang layar (*back stage*) (Oktantia & Sudrajat, 2023). Dramaturgi dicetuskan oleh Erving Goffman pada tahun 1959 yang termuat dalam karyanya berjudul "*Presentation of Self in Everyday Life*". Dramaturgi merupakan pendalaman dari konsep interaksi sosial, yang menandai ide-ide individu yang kemudian memicu perubahan sosial masyarakat menuju era kontemporer. *First account* (akun utama) Instagram seringkali menjadi ruang *front stage* tempat pengguna menampilkan citra diri yang telah dikurasi dan disesuaikan dengan harapan sosial, sementara *second account* berfungsi sebagai *back stage* yang lebih personal, privat, dan bebas dari tuntutan pencitraan. Melalui akun kedua ini, pengguna merasa lebih nyaman untuk mengungkapkan sisi autentik mereka, berbagi pengalaman emosional, atau bahkan mengekspresikan kelemahan yang tidak ditampilkan di akun utama.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung yang merupakan bagian dari Generasi Z. Mereka memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian, terutama dalam pemanfaatan media sosial untuk interaksi dan ekspresi digital. Mahasiswa FISIP terbiasa berhadapan dengan isu-isu sosial dan komunikasi, sehingga penggunaan *second account* Instagram sebagai ruang berbagi yang lebih personal menjadi bagian dari dinamika komunikasi mereka. Sebagai generasi yang tumbuh dengan teknologi digital, mereka cenderung aktif di berbagai platform dan menjadikan akun kedua sebagai sarana yang lebih nyaman untuk *self-disclosure*.

Keberagaman program studi di FISIP memungkinkan adanya perspektif yang variatif terhadap penggunaan media sosial. Fokus pada mahasiswa FISIP juga didasarkan pada keterkaitan mereka dengan aspek privasi, identitas, serta interaksi sosial, sehingga pengaruh penggunaan *second account* terhadap kenyamanan *self-disclosure* dapat diamati lebih mendalam. Dengan latar belakang akademik yang dekat dengan fenomena ini, mereka menjadi subjek yang ideal untuk penelitian ini. Fenomena ini menyoroti bagaimana penggunaan *second account* berkontribusi terhadap kenyamanan dalam berbagi informasi pribadi secara lebih autentik dan aman.

Penelitian ini memiliki urgensi untuk memahami sejauh mana peran *second account* Instagram dalam mendukung rasa nyaman individu saat membagikan hal-hal pribadi, dan juga bertujuan untuk memberikan wawasan baru mengenai pola komunikasi digital mahasiswa, dengan fokus pada cara mereka memanfaatkan *second account* untuk mengelola identitas dan membangun hubungan sosial yang sehat di tengah tuntutan era digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti memberikan judul “Pengaruh Penggunaan *Second Account* Instagram terhadap Kenyamanan *Self-Disclosure* pada Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh penggunaan *second account* Instagram terhadap kenyamanan *self-disclosure* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat apakah terdapat pengaruh penggunaan *second account* Instagram terhadap kenyamanan *self-disclosure* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan khususnya terkait konsep *self-disclosure* di media sosial. Dengan berkembangnya penggunaan *second account* Instagram, individu memiliki ruang alternatif untuk mengekspresikan diri dan berbagi informasi pribadi secara lebih selektif. Fenomena ini menunjukkan bahwa anonimitas dan privasi berperan penting dalam membentuk kenyamanan seseorang dalam berkomunikasi di ranah digital. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam hubungan antara privasi, identitas digital, dan pola interaksi sosial di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis yang signifikan, terutama bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dalam memahami bagaimana penggunaan *second account* di Instagram dapat memengaruhi kenyamanan mereka dalam berbagi informasi pribadi. Dengan adanya penelitian ini, mahasiswa dapat lebih

menyadari peran dan dampak dari keberadaan *second account* sebagai ruang ekspresi yang lebih bebas dibandingkan *first account*.

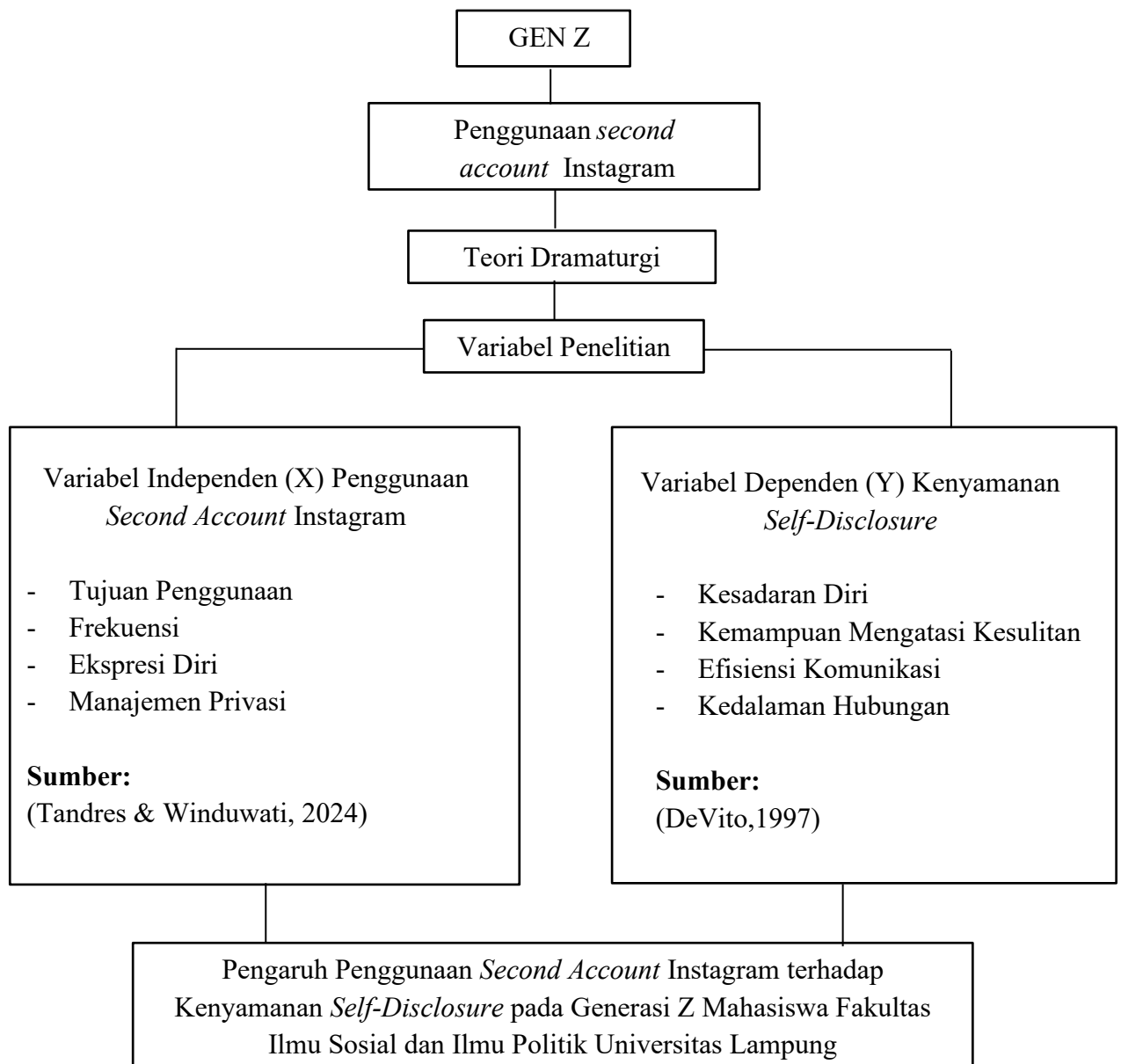
1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan instrumen utama yang membantu peneliti memetakan hubungan antara variabel independen dan dependen secara sistematis, sehingga mempermudah analisis data dan interpretasi hasil (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, variabel independen (X) adalah penggunaan *second account* Instagram, yang diukur melalui intensitas penggunaan, jenis konten yang dibagikan, dan tujuan penggunaan akun tersebut (privasi, ekspresi diri, atau komunikasi dengan kelompok tertentu). Variabel dependen (Y) adalah kenyamanan *self-disclosure*, yang meliputi tingkat keterbukaan, jenis informasi yang diungkapkan, serta perasaan aman saat berbagi informasi.

Penelitian ini didasarkan pada hubungan antara penggunaan *second account* di Instagram dan kemudahan untuk mengungkapkan diri pada Generasi Z, terutama mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Kerangka pikir ini dibangun dengan menggunakan teori Dramaturgi, yang menjelaskan dinamika pengungkapan diri (*self-disclosure*). Secara teoritis, sejauh mana seseorang merasa nyaman mengungkapkan diri di media sosial dapat dipengaruhi oleh kecenderungan pengguna untuk mengelola identitas dan privasi mereka dengan menggunakan akun tambahan.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan *second account* Instagram, yang dianalisis melalui empat indikator, yaitu tujuan penggunaan, frekuensi, ekspresi diri, dan manajemen privasi (Tandres & Winduwati, 2024). Sementara itu, variabel dependennya adalah kenyamanan dalam melakukan *self-disclosure*, yang merujuk pada empat dimensi menurut DeVito (1997), yaitu kesadaran diri, kemampuan mengatasi kesulitan, efisiensi komunikasi, dan kedalaman hubungan. Alur kerangka pikir ini menunjukkan bahwa semakin jelas arah dan kendali dalam penggunaan *second account*,

mulai dari tujuan hingga strategi menjaga privasi, maka semakin besar peluang seseorang merasa nyaman untuk membuka diri secara otentik di ranah digital.



Gambar 1. 2 Kerangka Pikir
Sumber: Diolah oleh Peneliti

1.6 Hipotesis

Istilah "*hypo*" (di bawah) dan "*thesis*" (kebenaran) digabungkan untuk membentuk kata hipotesis. Jika mempertimbangkan semua hal, hipotesis berada di bawah kebenaran (tidak selalu benar) dan hanya dapat ditingkatkan ke status kebenaran jika didukung oleh bukti (Mattern, 2021). Hipotesis merupakan solusi sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih perlu dibuktikan secara empiris. Hipotesis menguraikan hubungan yang ingin kita telusuri atau temukan. Secara umum, hipotesis merupakan penjelasan sementara mengenai bagaimana berbagai fenomena yang kompleks saling berkaitan. Hipotesis bisa digunakan sebagai jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya (Setyawan, 2014). Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Penggunaan *Second Account* Instagram tidak berpengaruh terhadap Kenyamanan *Self-Disclosure* pada Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

H_1 : Penggunaan *Second Account* Instagram berpengaruh terhadap Kenyamanan *Self-Disclosure* pada Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

Dengan terbentuknya hipotesis, maka hal tersebut akan menjadi acuan dalam mengarahkan jalannya penelitian serta memberikan dasar dalam merumuskan kesimpulan yang akan diperoleh di akhir penelitian.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berperan penting sebagai landasan dalam pelaksanaan penelitian ini. Melalui kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti dapat memperkaya wawasan teoritis, menghindari pengulangan kesalahan yang sama, serta menemukan celah atau perbedaan yang dapat dijadikan fokus dalam penelitian ini. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang relevan akan diuraikan berikut ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

1.	Penulis	Nur Saputriyan
	Tahun	2022
	Judul Penelitian	Motif Penggunaan <i>Second Account</i> Instagram Di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau)
	Tujuan Penelitian	Mengetahui motif yang membuat Generasi Z khususnya mahasiswi mempunyai <i>Second Account</i> Instagram
	Metode Penelitian	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswi Generasi Z menggunakan <i>second account</i> Instagram sebagai ruang ekspresi bebas dan pribadi untuk membagikan hal-hal yang tidak bisa mereka tampilkan di <i>first account</i> , seperti pemenuhan keinginan batin, identitas personal, serta hiburan. <i>Second account</i> berfungsi sebagai “panggung belakang” tempat mereka merasa lebih leluasa, sementara <i>first account</i> digunakan sebagai “panggung depan” untuk pencitraan sosial

	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus dan pendekatannya. Penelitian ini meneliti motif penggunaan <i>second account</i> dengan pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan penelitian penulis meneliti pengaruh penggunaan terhadap kenyamanan <i>self-disclosure</i> dengan pendekatan kuantitatif korelasional
	Persamaan Penelitian	Kedua penelitian ini sama-sama berfokus pada penggunaan <i>second account</i> Instagram oleh generasi Z
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini berkontribusi kepada penulis terkait dengan variabel motif penggunaan <i>second account</i> Instagram, yang menjadi dasar untuk memahami alasan Generasi Z membuat <i>second account</i> sebelum menganalisis pengaruhnya terhadap kenyamanan <i>self-disclosure</i>
2.	Penulis	Ika Nugraha, Andi Vita Sukmarini, & Muhammad Yusuf AR
	Tahun	2024
	Judul Penelitian	<i>Second Account</i> Instagram sebagai Identitas Digital: Fenomena Kultural dalam Ekspresi Diri pada Generasi Z
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pengaruh <i>second account</i> Instagram terhadap identitas digital dan ekspresi diri generasi Z
	Metode Penelitian	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei yang bersifat korelasional
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>second account</i> Instagram memberikan pengaruh besar terhadap pembentukan identitas digital dan ekspresi diri Generasi Z, karena memungkinkan mereka menampilkan sisi personal tanpa tekanan membentuk citra sosial
	Perbedaan Penelitian	Penelitian jurnal ini membahas pengaruh <i>second account</i> Instagram terhadap identitas digital dan ekspresi diri sebagai fenomena kultural, sedangkan penelitian penulis meneliti pengaruh penggunaan <i>second account</i> terhadap kenyamanan dalam <i>self-disclosure</i> , sehingga berbeda dalam fokus variabel dependen yang diteliti.
	Persamaan Penelitian	Sama-sama meneliti penggunaan <i>second account</i> oleh Gen Z di Instagram
	Kontribusi Penelitian	Memberikan bukti empiris bahwa <i>second account</i> memberi ruang aman untuk ekspresi diri, yang bisa digunakan untuk memahami faktor kenyamanan dalam <i>self-disclosure</i>

3.	Penulis	Rizka Estiyani
	Tahun	2018
	Judul Penelitian	Ekspresi Diri melalui Media Sosial dan Maknanya Pada Remaja SMP
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana remaja SMP mengekspresikan diri melalui media sosial serta memahami makna di balik ekspresi tersebut.
	Metode Penelitian	Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode fenomenologi deskriptif.
	Hasil Penelitian	Penelitian menunjukkan bahwa mayoritas remaja menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri dengan membagikan foto dan status, yang diunggah 1 hingga 4 kali per hari.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini membahas ekspresi diri remaja SMP di media sosial, sedangkan penelitian penulis fokus pada pengaruh penggunaan <i>second account</i> Instagram terhadap kenyamanan <i>self-disclosure</i> mahasiswa.
	Persamaan Penelitian	Keduanya membahas perilaku ekspresi diri di media sosial dan menyoroti bagaimana individu mengungkapkan dirinya di ruang digital.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian tersebut menjadi dasar pemikiran tentang pentingnya media sosial dalam ekspresi diri, yang dikembangkan dalam penelitian ini pada konteks kenyamanan <i>self-disclosure</i> melalui <i>second account</i> Instagram.

Ketiga penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya *second account* Instagram, memiliki peran penting sebagai ruang ekspresi diri bagi generasi muda. Penelitian Nur Saputriyan (2022) menegaskan bahwa *second account* berfungsi sebagai “panggung belakang” yang memungkinkan mahasiswi Generasi Z mengekspresikan identitas personal secara lebih bebas tanpa tekanan pencitraan sosial. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Ika Nugraha dkk. (2024) yang secara kuantitatif membuktikan bahwa *second account* berpengaruh signifikan terhadap pembentukan identitas digital dan ekspresi diri Generasi Z. Sementara itu, penelitian Rizka Estiyani (2018) meskipun tidak secara spesifik membahas *second account*, memberikan gambaran awal mengenai peran media sosial sebagai sarana utama ekspresi diri remaja di ruang digital. Secara keseluruhan, ketiga penelitian tersebut menegaskan bahwa media sosial

menjadi medium penting bagi individu untuk mengungkapkan diri sesuai kebutuhan psikologis dan sosialnya.

Meskipun relevan, ketiga penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan yang membuka ruang bagi penelitian ini. Penelitian Nur Saputriyan (2022) dan Rizka Estiyani (2018) menggunakan pendekatan kualitatif sehingga hasilnya belum mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara terukur dan generalisasi temuannya masih terbatas. Sementara itu, penelitian Ika Nugraha dkk. (2024) memang menggunakan pendekatan kuantitatif, namun fokus variabel dependennya masih pada identitas digital dan ekspresi diri secara umum, belum secara spesifik mengkaji aspek kenyamanan dalam *self-disclosure*. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk melengkapi kekosongan tersebut dengan menganalisis pengaruh penggunaan *second account* Instagram terhadap kenyamanan *self-disclosure* mahasiswa Generasi Z melalui pendekatan kuantitatif korelasional, sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris yang lebih spesifik dan terukur.

2.2 Kajian Teori

Dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada penggunaan *second account* di Instagram sebagai ruang komunikasi digital yang memengaruhi kenyamanan individu dalam melakukan *self-disclosure*. Teori Dramaturgi menjadi landasan utama untuk memahami bagaimana individu mengelola peran dan penampilan diri di media sosial. Konsep *front stage* dan *back stage* dalam teori ini menjelaskan bagaimana pengguna menampilkan citra diri ideal di akun utama dan mengekspresikan sisi personal yang lebih autentik di *second account*. Teori ini saling melengkapi dalam memberikan pemahaman mengenai perilaku komunikasi mahasiswa Generasi Z di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, khususnya terkait pengaruh penggunaan *second account* terhadap kenyamanan *self-disclosure* di Instagram.

2.2.1 Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman menjadi landasan yang relevan dalam penelitian ini, khususnya terkait dengan penggunaan *second account* di Instagram yang mencerminkan realitas kehidupan sehari-hari. Teori ini dipilih karena menjelaskan bagaimana individu membentuk, mengatur, dan menyesuaikan citra dirinya dalam berbagai situasi sosial, termasuk di media sosial. Teori ini membahas tentang bagaimana orang berinteraksi satu sama lain, yang sama dengan menampilkan sebuah drama. Dalam kasus ini, aktor yang menunjukkan segala sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu melalui drama yang dia mainkan adalah manusia. Identitas seorang aktor dapat berubah sesuai dengan interaksi dengan siapa mereka berinteraksi (Fitri, 2015).

Teori dramaturgi identik dengan konsep dua panggung, yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). *Front stage* merupakan situasi di mana individu menampilkan citra diri yang diinginkan kepada publik, sering kali bersifat formal, terkontrol, dan disesuaikan dengan ekspektasi sosial. Dalam konteks penggunaan *second account* Instagram, *front stage* biasanya ditampilkan melalui *first account*. Misalnya, seorang mahasiswa akan memposting foto-foto dengan pakaian rapi, mengikuti tren, atau mengunggah aktivitas akademik dan organisasi untuk menunjukkan kesan bahwa ia aktif, profesional, dan berprestasi di mata *followers*-nya (Amanda, 2019).

Sedangkan pada konsep *back stage*, individu dapat menunjukkan jati diri yang sesungguhnya tanpa harus khawatir citra dirinya akan terganggu. Melalui *second account*, pengguna merasa lebih leluasa untuk melepas citra atau topeng yang sebelumnya mereka bangun di akun utama. Misalnya, seorang mahasiswa yang di akun utamanya selalu tampil rapi dan profesional, di *second account* justru membagikan cerita kesehariannya secara jujur, seperti curhat tentang tekanan kuliah, mengunggah foto tanpa filter, atau mengunggah

candaan yang tidak akan ditampilkan di *first account*. Oleh sebab itu, *second account* sering kali menjadi ruang bagi pengguna untuk berekspresi secara lebih bebas dan jujur dalam menggunakan media sosial (Prihantoro, dkk., 2020).

2.3 Media Sosial sebagai Media ekspresi Diri

Menurut Fukuyama dalam Alyusi (2019) media sosial merupakan kompetensi yang muncul dari rasa percaya masyarakat. Anggota suatu komunitas terlibat dalam interaksi sosial satu sama lain. Asal muasal media sosial dapat ditelusuri kembali ke tahun 1970-an, ketika sistem papan buletin ditemukan yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain melalui email atau dengan mengunggah dan mengunduh perangkat lunak. Semua ini dilakukan dengan modem dan saluran telepon (Cahyono, 2016). Media sosial memiliki kekuatan utama pada konten yang dibuat oleh pengguna (*user-generated content*), di mana isi yang dibagikan berasal langsung dari individu, bukan diproduksi oleh editor seperti pada lembaga media massa tradisional.

Media Sosial diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating*, dan *Connecting*. Media sosial memiliki berbagai manfaat, termasuk memfasilitasi komunikasi dengan banyak orang, memperluas jaringan sosial kita, menghilangkan kendala waktu dan jarak, memfasilitasi penyebaran informasi yang cepat, dan menurunkan biaya. Sementara media sosial memiliki kelemahan yang menyebabkan orang menjadi lebih jauh satu sama lain dan sebaliknya, interaksi langsung cenderung menurun, individu menjadi kecanduan internet, konflik muncul, masalah privasi muncul, dan orang lebih rentan terhadap pengaruh negatif orang lain (Cahyono, 2016). Ada beberapa fitur yang membedakan media sosial dari media tradisional (Kurnia et al., 2018). Ciri-ciri yang berbeda berfungsi sebagai dasar untuk memahami bagaimana pengguna berinteraksi dan memengaruhi komunikasi di berbagai platform digital.

1. Jaringan (*network*)

Infrastruktur yang menghubungkan komputer ke perangkat keras lain disebut jaringan. Koneksi ini diperlukan karena transfer data dan bentuk komunikasi lainnya dapat dilakukan saat komputer terhubung.

2. Informasi (*informations*)

Informasi menjadi pemain penting di media sosial karena pengguna menghasilkan materi, berkomunikasi dengan orang lain, dan mewakili diri mereka sendiri tergantung pada

3. Arsip (*archive*)

Arsip adalah fitur yang menginformasikan pengguna media sosial bahwa data telah disimpan dan tersedia kapan saja dan di perangkat apa pun.

4. Interaksi (*interactivity*)

Media sosial menciptakan jaringan pengguna yang harus dikembangkan melalui interaksi antara pengguna dan bukan hanya sekedar menambah teman atau pengikut.

5. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Salah satu karakteristik media sosial adalah memungkinkan masyarakat untuk hidup di dunia virtual. Media sosial memiliki pola dan karakteristik tersendiri yang seringkali tidak ditemukan dalam kehidupan nyata.

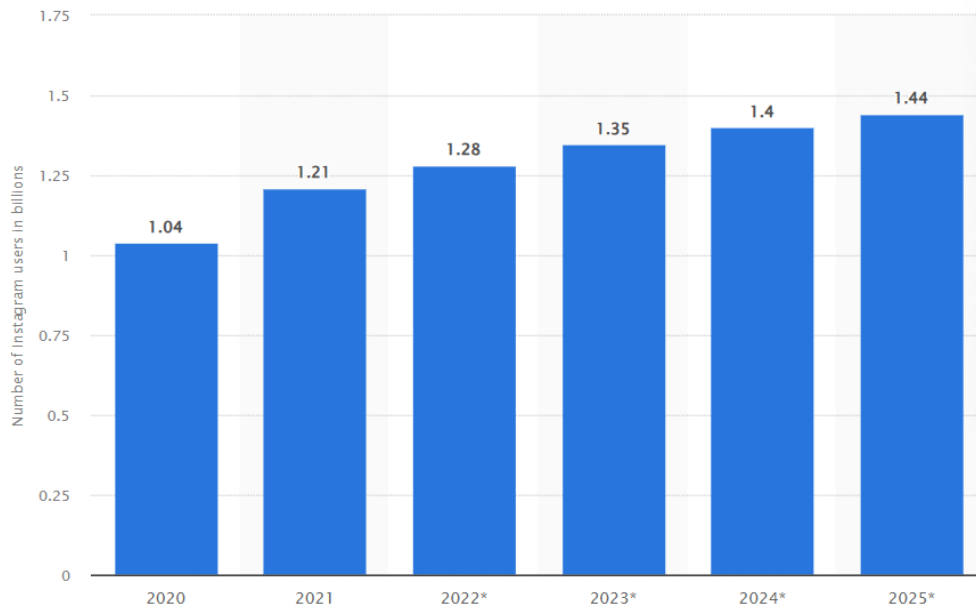
6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Konten media sosial sepenuhnya dimiliki oleh pengguna atau pemilik akun dan berasal dari kontribusi mereka. Dalam budaya media baru, *user-generated content* merupakan kemitraan yang saling menguntungkan yang memberi orang fleksibilitas dan kesempatan untuk terlibat. Audiens hanyalah objek atau target pasif dalam penyebaran pesan di media lama (tradisional), yang tidak terjadi di sini.

2.3.1 Instagram

Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, yang menggabungkan kata "*instant*" dan "*telegram*" untuk menciptakan nama platform ini. Kata "*insta*" diambil dari istilah "*instant*", merujuk pada kamera polaroid yang dulu dikenal sebagai penghasil foto instan. Sementara itu, kata "*gram*" berasal dari "*telegram*", sebuah media komunikasi yang digunakan untuk mengirim informasi secara cepat. Hal ini sejalan dengan fungsi Instagram yang memungkinkan pengguna mengunggah foto melalui jaringan internet, sehingga pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima secara cepat oleh audiens (Nailufar, 2022). Secara umum, Instagram diartikan sebagai sebuah metode cepat untuk menyampaikan informasi melalui media foto dan video.

Media sosial berbasis visual ini pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Instagram merupakan aplikasi gratis yang tersedia di IOS dan Android. Aplikasi ini bisa berbagi foto dan video, serta pengguna dapat mengenal lebih dalam tentang orang-orang yang mereka ikuti melalui konten visual. Pengguna dapat mengunggah berbagai jenis foto, mulai dari momen penting dalam kehidupan hingga foto hewan peliharaan yang menggemaskan. Selain itu, Instagram juga memungkinkan pengguna untuk memberikan komentar pada unggahan orang lain (Mattern, 2016). Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling digemari oleh masyarakat saat ini, yang dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah pengguna dari tahun ke tahun.



Gambar 2. 1 Data Pengguna Instagram di Dunia tahun 2020-2025

Sumber: (Statista, 2025)

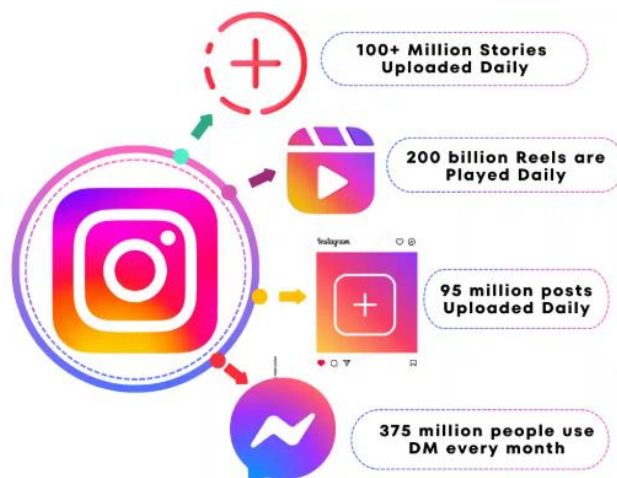
Sebagai media baru, Instagram telah menarik perhatian publik sejak pertama kali diperkenalkan. Diluncurkan pada tahun 2010, platform ini dengan cepat meraih popularitas, terbukti dari satu juta pengguna yang mendaftar hanya dalam dua bulan, meningkat menjadi 10 juta dalam kurun waktu satu tahun, dan mencapai 800 juta pengguna pada September 2017 (Nailufar, 2022).

Instagram setiap tahunnya selalu ada perkembangan dalam menciptakan fitur-fitur di dalamnya. Berikut ini adalah beberapa fitur utama yang disediakan oleh Instagram sebagai media sosial berbasis visual, yang mendukung berbagai aktivitas pengguna dalam berbagi konten, berinteraksi, dan berkomunikasi secara digital.

Tabel 2.2 Fitur-Fitur Instagram

Fitur	Kegunaan
Unggah Foto dan Video	Pengguna Instagram dapat menggunakan kamera yang terpasang di aplikasi atau memilih gambar atau video untuk diunggah dari galeri atau album ponsel mereka. Setelah itu, foto dan video yang diunggah dapat diubah untuk mempercantik tampilannya dengan menerapkan efek yang tersedia di fungsi tersebut. Pengguna juga dapat mengunduh film dan gambar menggunakan fitur tersebut.
Instagram <i>story</i>	Instagram <i>story</i> merupakan salah satu fitur dari media sosial Instagram yang begitu banyak digemari saat ini. Pada fitur ini para penggunanya dapat membagikan foto dan video yang bersifat sementara dan akan menghilang setelah 24 jam. Dari Instagram <i>story</i> inilah banyak para pengguna akun Instagram yang mengekspresikan kepribadian mereka masing-masing (Martha, 2021).
<i>Reels</i>	<i>Reels</i> Instagram adalah fitur video pendek yang memungkinkan pengguna membuat dan membagikan konten kreatif berdurasi 15 hingga 90 detik. Fitur ini dilengkapi dengan musik, efek, dan alat pengeditan, sehingga cocok untuk mengekspresikan ide secara singkat dan menarik.
<i>Live</i>	<i>Live</i> (siaran langsung) Instagram merupakan fitur yang memungkinkan pengguna melakukan siaran langsung melalui video dan berinteraksi secara <i>real-time</i> dengan para pengikutnya. Fitur ini dimanfaatkan untuk membagikan momen secara spontan, mengadakan diskusi, promosi, ataupun sesi tanya jawab secara langsung.
<i>Direct Message</i> (DM)	<i>Direct Message</i> (DM) Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna mengirim pesan pribadi secara langsung kepada pengguna lain. Melalui DM, pengguna dapat berbagi teks, foto, video, hingga pesan suara dalam ruang percakapan yang bersifat privat.
<i>Like</i>	<i>Like</i> dalam Instagram adalah bentuk apresiasi pengguna terhadap suatu konten berupa foto atau video dengan menekan ikon hati. Fitur ini menjadi indikator popularitas sebuah unggahan dan menunjukkan seberapa banyak pengguna yang menyukai konten tersebut.

Fitur	Kegunaan
<i>Comments</i>	<i>Comments</i> dalam Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna memberikan tanggapan atau respon pada unggahan pengguna lain dalam bentuk teks.
<i>Explore</i>	Fitur <i>explore</i> pada Instagram merupakan halaman khusus yang menampilkan berbagai konten dari akun yang tidak diikuti, namun sesuai dengan minat dan aktivitas pengguna.
<i>Hashtag</i>	<i>Hashtag</i> dalam Instagram adalah kata atau frasa yang diawali dengan tanda pagar (#) yang digunakan untuk mengelompokkan konten berdasarkan topik tertentu. Penggunaan <i>hashtag</i> membantu pengguna menemukan postingan yang relevan dan meningkatkan jangkauan audiens secara lebih luas.
<i>Geotagging</i>	<i>Geotagging</i> Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna menambahkan lokasi pada foto atau video yang diunggah. Fitur ini membantu pengguna lain mengetahui di mana konten tersebut diambil, serta mempermudah pencarian berdasarkan lokasi.



Gambar 2.2 Statistik Aktivitas Pengguna Instagram dalam Skala Global
Sumber: (AffMaven, 2025)

Berdasarkan data dari situs AffMaven yang diakses pada tanggal 12 April 2025, lebih dari 100 juta *Stories* diunggah oleh pengguna, mencerminkan tingginya intensitas interaksi harian dalam fitur ini. Selain itu, fitur video pendek (*Reels*) yang menjadi salah satu daya tarik utama Instagram, ditonton hingga 200 miliar kali setiap hari, menunjukkan betapa kuatnya daya tarik konten video di platform ini.

Aktivitas unggahan foto juga tetap tinggi dengan 95 juta postingan dibagikan setiap harinya oleh para pengguna di seluruh dunia. Tak hanya berbagi konten, pengguna juga memanfaatkan Instagram untuk berkomunikasi secara langsung. Tercatat sebanyak 375 juta orang menggunakan fitur *Direct Message* (DM) setiap bulan. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram juga berfungsi sebagai platform untuk komunikasi pribadi yang aktif. Status Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan dan mudah beradaptasi diperkuat oleh data ini, yang menyatukan komunikasi, hiburan, dan berbagi konten dalam satu platform.

2.3.2 *Second Account* Instagram

Dalam bahasa Indonesia *second* artinya “kedua”, dan *Account* dalam bahasa Indonesia artinya “akun”, yang berarti *second account* adalah akun kedua. Dalam aplikasi Instagram memiliki fitur *multiple account* yang memungkinkan penggunanya untuk membuat akun lebih dari satu dalam satu perangkat. Sudah banyak pengguna Instagram khususnya kaum muda yang meskipun sudah memiliki akun pertama (*first account*) pada media sosial Instagram, tetapi juga memiliki akun kedua (*second account*). Alasan *second account* ini dibuat bertujuan untuk mendapatkan akun yang lebih privat dan hanya bisa diakses oleh kelompok pertemanan tertentu saja. Sehingga, *second account* menjadi akun yang digunakan untuk membagikan konten yang lebih personal dan spontan.

Second account juga kerap dikenal dengan istilah “finsta” (*fake Instagram*) atau “*close friends account*” (Paramesti & Nurdiarti, 2022). Pengguna *second account* biasanya tidak menunjukkan nama pengguna (*username*) mereka atau berusaha menyembunyikannya. Jika pada *first account* Instagram, pengguna cenderung membentuk citra diri tertentu, maka pada *second account* justru sebaliknya, pengguna merasa tidak perlu membangun pencitraan dan bisa tampil lebih apa adanya.

Second account Instagram umumnya bersifat semi privat, yaitu akun yang secara teknis berada di ruang publik digital, tetapi akses terhadap kontennya dibatasi melalui pengaturan pengikut yang selektif. Pengguna biasanya hanya mengizinkan orang-orang tertentu, seperti teman dekat atau individu yang dipercaya, untuk mengikuti akun tersebut. Selain itu, pengguna *second account* Instagram memiliki *followers* (pengikut) yang lebih sedikit daripada *followers* di *first account* mereka. Dan para pengikut tersebut adalah orang-orang yang sebelumnya terkenal di dunia nyata. *First account* biasanya jarang digunakan untuk mengunggah apa pun tentang aktivitas mereka di *feed*, Instagram *stories*, atau *reels*. Hal ini disebabkan oleh adanya rasa cemas dan ketidaknyamanan terhadap kemungkinan respon negatif atau penilaian dari orang lain, sehingga pengguna menjadi kurang percaya diri untuk membagikan sesuatu (Tandres & Winduwati, 2024).

First account biasanya lebih aktif digunakan dalam mengakses konten seperti *feed*, *story*, dan *reels* dari selebgram, figur publik, atau akun *online shop* yang mereka ikuti, dibandingkan mengunggah aktivitas pribadinya. Aktivitas tersebut dilakukan sebagai bentuk hiburan, mencari inspirasi gaya hidup seperti kuliner, *fashion*, dan destinasi wisata, mengisi waktu luang, atau sekadar mengatasi rasa kesepian (Sari, 2023). Oleh karena itu, penggunaan *second account* Instagram berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap kenyamanan seseorang dalam melakukan *self-disclosure*.

Penggunaan *second account* Instagram lebih banyak ditemukan pada pengguna perempuan, yang berkaitan dengan kebutuhan akan ruang digital yang aman, privat, dan bebas dari tekanan penilaian sosial. Perempuan cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola citra diri di ruang publik, termasuk media sosial, karena adanya tuntutan pencitraan, kekhawatiran terhadap komentar negatif, *body shaming*,

serta pengawasan sosial yang lebih ketat, sehingga mendorong mereka untuk lebih selektif dalam menggunakan *first account* (Sirait, 2022).

Secara sosiologis, kondisi tersebut membuat *second account* dimanfaatkan sebagai ruang alternatif untuk mengekspresikan sisi diri yang tidak selalu dapat ditampilkan di akun utama tanpa terikat norma sosial yang dominan (Sirait, 2022). Dari aspek psikologis, perempuan memiliki kecenderungan kebutuhan *self-disclosure* dan dukungan emosional yang lebih tinggi, serta lebih reflektif dalam mengekspresikan perasaan dan pengalaman personal, sehingga *second account* berfungsi sebagai ruang aman dan terbatas untuk berbagi (Rahcan & Hatta, 2025). Sementara itu, dari aspek budaya, masyarakat Indonesia yang masih mereproduksi nilai-nilai patriarkal menempatkan perempuan sebagai subjek yang lebih mudah dinilai dan diawasi, baik dari segi penampilan maupun perilaku, sehingga penggunaan *second account* menjadi strategi adaptif untuk menghindari penilaian sosial sekaligus mempertahankan kebebasan berekspresi (Anggraeny et al., 2024).

Socond account dalam penelitian ini diidentifikasi melalui tiga dimensi utama yang merujuk pada karakteristik pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z (Tandres & Winduwati, 2024), yaitu:

- a) Tujuan penggunaan, *second account* dimanfaatkan untuk memisahkan identitas pribadi dan profesional, serta menyesuaikan ekspresi diri dengan konteks sosial yang berbeda.
- b) Frekuensi, menggambarkan seberapa sering *second account* diakses, baik untuk melihat konten, membagikan postingan, maupun berinteraksi dengan audiens terbatas.
- c) Ekspresi diri, pengguna merasa lebih leluasa mengekspresikan perasaan atau pendapat yang dianggap tidak pantas dibagikan di akun utama.

- d) Manajemen privasi, menunjukkan bagaimana pengguna mengatur siapa saja yang dapat melihat konten mereka.

2.4 *Self-Disclosure* dalam Hubungan Antarpribadi

Menurut Septiani, dkk (2019) salah satu keterampilan seseorang dalam berinteraksi atau berkomunikasi dengan lingkungan sosialnya adalah *self-disclosure*. Tindakan berbagi informasi pribadi dengan orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal, dikenal sebagai *self-disclosure*. Informasi ini dapat berupa ide atau pikiran, perasaan, pengalaman, atau opini pribadi (Candra et al., 2017). Dapat dikatakan juga, *self-disclosure* adalah salah satu cara yang penting dalam membangun kepercayaan dan keakraban antarindividu. Jika antarindividu merasa nyaman satu sama lain dan mengenal kepribadian masing-masing, maka terjadinya *self-disclosure*. Maka dari itu, *self-disclosure* merupakan hal penting untuk mempertahankan hubungan, baik secara langsung maupun melalui media sosial (Rampa, 2022).

Self-disclosure dalam komunikasi interpersonal biasanya terjadi secara bertahap dan dipengaruhi oleh seberapa dekat pengungkap dan penerima informasi. Semakin besar interaksi interpersonal, semakin luas dan mendalam pengungkapannya. Motivasi seseorang melakukan *self-disclosure* sangat bervariasi. Mengembangkan hubungan, mendapatkan dukungan sosial, mengekspresikan diri, dan mencari validasi dari orang lain adalah beberapa di antaranya (Ameliaa & Wibowo, 2023). Salah satu cara untuk mengelola emosi dan meredakan stres mental adalah melalui *self-disclosure*. Dalam situasi ini, mengomunikasikan emosi atau pengalaman kepada orang lain dapat melegakan dan memberikan kenyamanan emosional (Rampa, 2022).

Banyak penelitian telah menunjukkan pentingnya *self-disclosure* dalam membangun kedekatan yang mendalam. Menurut Derlega dan Grzelak (Pamuncak, 2011) *self-disclosure* memiliki lima tujuan, yaitu sebagai berikut:

1. Bentuk Ekspresi

Perasaan senang, kecewa, marah, atau sedih tidak dapat dihindari dalam suatu hubungan. Orang sering menggunakan ekspresi emosional sebagai cara untuk melepaskan emosi mereka. Salah satu motivasi untuk pengungkapan diri adalah ekspresi emosional.

2. Penjernihan Diri

Berbicara dengan orang terdekat dapat membantu individu menjadi lebih sadar dan memahami masalah yang mereka hadapi. Orang lain dapat membantu individu memahami keadaan mereka saat ini dengan mendengarkan mereka membahas masalah mereka. Individu akan berpikir lebih jernih untuk mengatasi masalah karena mereka akan merasa didukung.

3. Keabsahan Sosial (*social validity*)

Individu dapat mengetahui kebenaran dan ketepatan keyakinan mereka dengan memantau bagaimana pendengar bereaksi terhadap pengungkapan diri. Seseorang akan merasa seolah-olah pendengar mendukung mereka ketika pandangan dan pendapat mereka divalidasi.

4. Kendali Sosial

Seseorang memiliki kendali atas informasi yang ingin diungkapkan atau disembunyikan tentang dirinya. Contohnya seseorang memilih untuk mengatakan bahwa dirinya sedang sibuk bekerja saat menolak ajakan untuk nongkrong, padahal sebenarnya ia hanya ingin beristirahat sendiri di rumah. Hal ini dilakukan untuk menjaga citra sebagai pribadi yang produktif atau tidak menyakiti perasaan orang lain. Ketika mengekspresikan diri, individu dapat mengidentifikasi ide dan topik yang menguntungkan bagi kerugian mereka. Dalam situasi ekstrem, seseorang juga dapat menggunakan kebohongan secara sengaja untuk membantu orang lain.

5. Perkembangan Hubungan

Kepercayaan orang meningkat saat mereka saling berbagi informasi pribadi. Elemen terpenting dalam membangun hubungan dan menumbuhkan keakraban adalah kepercayaan.

2.4.1 Kenyamanan dalam *Self-Disclosure*

Dengan kemajuan teknologi komunikasi, cara individu melakukan *self-disclosure* telah mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial kini berfungsi sebagai wadah baru bagi individu untuk mengekspresikan dirinya, baik secara terbuka maupun dalam lingkungan yang lebih tertutup (Meiriskha, 2023). *Self-disclosure* di media sosial memiliki ciri khas tersendiri, yaitu bisa disampaikan melalui tulisan, gambar atau visual, serta dapat disesuaikan dengan siapa audiens yang dituju. Dengan kondisi ini pengguna kini memiliki kenyamanan dan kebebasan yang lebih besar dalam membentuk cerita mereka sendiri. *Self-disclosure* di media sosial tetap dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis, seperti halnya dalam pertemuan tatap muka, meskipun terjadi dalam lingkungan digital (Nisa, 2022).

Devito (1997) mengungkapkan manfaat dari *self-disclosure*, yaitu:

- a) Kesadaran diri, *self-disclosure* membantu individu memahami diri sendiri melalui pengungkapan pengalaman dan perasaan pribadi.
- b) Kemampuan mengatasi kesulitan, membuka diri memungkinkan individu merasa terbantu secara emosional dalam menghadapi tantangan hidup.
- c) Efisiensi komunikasi, individu dapat menyampaikan informasi pribadi dengan lebih cepat, jelas, dan sesuai tujuan.
- d) Kedalaman hubungan, *self-disclosure* memperkuat kedekatan emosional melalui interaksi yang lebih terbuka dan personal.

Kenyamanan dalam berbagi dipengaruhi oleh sejumlah karakteristik, termasuk kendali atas audiens, anonimitas, dan kepercayaan. Di media sosial seperti Instagram, *self-disclosure* bisa terjadi lewat berbagai cara, seperti mengunggah foto, menulis *caption*, membagikan *story*, atau berinteraksi di kolom komentar. Namun, tidak semua orang merasa nyaman untuk terbuka di *first account* mereka. Oleh karena itu, banyak pengguna Instagram yang lebih memilih menggunakan *second account*

sebagai ruang yang lebih pribadi dan nyaman untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas (Prasetya, 2020).

Rasa nyaman seseorang dalam mengungkapkan informasi pribadi dipengaruhi oleh seberapa besar kepercayaan mereka terhadap audiens, dukungan atau tekanan dari lingkungan sosial, serta bagaimana mereka menilai kemungkinan adanya risiko sosial atau psikologis yang mungkin timbul. Karena audiensnya lebih terbatas, lebih terseleksi, dan biasanya terdiri dari orang-orang yang sudah dekat, maka *second account* sering kali dianggap sebagai tempat yang lebih nyaman. Sudut pandang audiens memiliki dampak besar pada seberapa nyaman individu mengungkapkan informasi pribadi. Orang cenderung lebih terbuka saat mereka merasa aman dan audiens tidak akan menghakimi mereka (Paramesti & Nurdyarti, 2022).

2.4.2 *Self-Disclosure* dalam Konteks Media Sosial Digital

Perkembangan media sosial digital telah mengubah cara individu berkomunikasi, termasuk dalam keterbukaan diri (*Self-Disclosure*). Keterbukaan diri di media sosial telah berkembang dari percakapan dua arah menjadi komunikasi yang bersifat satu ke banyak (*one to many*), di mana informasi pribadi dapat diakses oleh audiens yang lebih luas. Karakter komunikasi ruang digital memungkinkan mengatur pesan secara asinkron, memilih waktu, cara, dan jumlah informasi yang ingin dibagikan (Fatmiani & Musdalifah, 2022). Berbeda dengan komunikasi tatap muka, fitur seperti pesan langsung (DM), pengaturan privasi, dan *close friend* di media sosial memberikan kontrol yang lebih besar bagi individu dalam proses *Self-Disclosure*. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga menjadi media untuk membangun citra dan persepsi diri sesuai dengan tujuan komunikasi masing-masing individu.

Dalam konteks komunikasi siber, *self-disclosure* turut dipengaruhi oleh faktor jarak fisik dan anonimitas yang dimungkinkan oleh media sosial

digital. Komunikasi daring yang tidak melibatkan kehadiran fisik dapat menurunkan kecemasan sosial yang kerap muncul dalam interaksi tatap muka, sehingga individu merasa lebih leluasa untuk menyampaikan pikiran dan perasaannya (Rahmad et al., 2025). Selain itu, komunikasi melalui teks, gambar, maupun video di media sosial memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk lebih berhati-hati dan memilih dalam membangun narasi mengenai dirinya. Kemampuan untuk mengedit atau meninjau ulang pesan sebelum dibagikan memungkinkan individu untuk lebih mengatur informasi yang ingin disampaikan. Kondisi ini menjadikan proses *self-disclosure* di media sosial bersifat lebih terstruktur dan disusun secara strategis, tidak berlangsung secara spontan seperti pada komunikasi tatap muka (Purwanto & Wijayani, 2023).

2.5 Manajemen Impresi dalam Media Sosial

Manajemen impresi merupakan proses di mana individu mengatur cara dirinya ditampilkan kepada orang lain untuk membentuk kesan tertentu dalam interaksi sosial. Dalam konteks media sosial, manajemen impresi dilakukan melalui pemilihan konten yang akan diunggah, seperti foto, video, *caption*, serta aktivitas yang ditampilkan kepada audiens. Individu cenderung menyeleksi informasi yang dianggap positif dan sesuai dengan citra diri yang ingin dibangun. Tidak semua aspek kehidupan ditampilkan secara terbuka, melainkan hanya bagian tertentu yang dirasa aman dan pantas untuk diketahui orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen impresi menjadi bagian penting dalam praktik keterbukaan diri di ruang digital (Juliana dkk, 2023).

Manajemen impresi dilakukan melalui berbagai strategi untuk membentuk kesan tertentu di mata audiens. Strategi tersebut antara lain upaya agar disukai, menampilkan diri sebagai individu yang bermoral atau dewasa, mempromosikan kelebihan diri, hingga menunjukkan kelemahan untuk memperoleh simpati. Strategi ini tercermin dalam pilihan gaya visual, narasi

caption, serta jenis aktivitas yang dibagikan di media sosial. Setiap strategi digunakan sesuai dengan tujuan komunikasi dan audiens yang dihadapi. Dengan demikian, manajemen impresi bersifat situasional dan bergantung pada konteks interaksi sosial yang berlangsung (Fadhila, 2019).

Manajemen impresi memiliki keterkaitan yang erat dengan kenyamanan *self-disclosure* dalam hubungan antarpribadi. Kemampuan individu dalam mengontrol kesan yang muncul di hadapan orang lain dapat meningkatkan rasa aman dan kenyamanan dalam membuka diri. Pengaturan audiens dan pemilahan konten menjadi cara untuk menjaga batasan antara ranah publik dan pribadi. Hal ini memungkinkan individu untuk tetap berinteraksi tanpa harus sepenuhnya mengekspos diri. Oleh karena itu, manajemen impresi berperan sebagai mekanisme penting yang mendukung keterbukaan diri secara selektif di media sosial (Schlosser, 2020).

2.6 Proteksi Diri Digital dalam Interaksi *Online*

Proteksi diri digital dalam interaksi *online* merujuk pada upaya individu untuk menjaga keamanan, privasi, dan batasan diri saat berkomunikasi melalui media digital. Dalam ruang daring, individu berhadapan dengan audiens yang luas dan tidak selalu dapat dikontrol secara langsung. Kondisi ini mendorong individu untuk lebih berhati-hati dalam membagikan informasi pribadi. Oleh karena itu, proteksi diri digital menjadi kebutuhan penting dalam membangun interaksi yang aman dan nyaman (Putri dkk, 2024).

Proteksi diri digital diwujudkan melalui berbagai bentuk pengendalian, seperti pengaturan privasi akun, pembatasan audiens, serta selektivitas dalam mengungkapkan informasi personal. Individu cenderung memilah konten yang akan dibagikan berdasarkan tingkat sensitivitas dan potensi risiko yang mungkin muncul. Praktik ini membantu individu menjaga batas antara ranah pribadi dan publik di media sosial. Dengan adanya kontrol

tersebut, individu dapat meminimalkan dampak negatif dari interaksi *online* (Paul & Mandal, 2024).

Dalam kaitannya dengan hubungan antarpribadi, proteksi diri digital berperan dalam menciptakan rasa aman saat berkomunikasi dan membuka diri. Ketika individu merasa terlindungi dari penilaian berlebihan atau penyalahgunaan informasi, kenyamanan dalam melakukan *self-disclosure* akan meningkat (Maulidiah, 2025). Proteksi diri digital tidak selalu berarti menutup diri sepenuhnya, melainkan mengatur sejauh mana keterbukaan dilakukan. Dengan demikian, proteksi diri digital berfungsi sebagai mekanisme pendukung keterbukaan diri yang sehat dalam interaksi *online*.

2.7 Generasi Z sebagai Pengguna Media Sosial

Generasi Z terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Menurut Don Tapscott kebebasan, individualitas, pemikiran kritis, kejujuran, kerja sama tim, tuntutan hiburan, kecepatan, dan inovasi adalah delapan prinsip dasar Generasi Z (Kristyowati, 2021). Generasi NET merupakan sebutan lain untuk generasi Z. Generasi Z, yang terkadang dikenal sebagai Gen NET, sangat bergantung pada teknologi, mahir menggunakan berbagai sumber informasi. Perangkat yang ada di tangan Generasi Z dapat memberi mereka informasi apa pun. Bahkan, sebagian anggota generasi ini sudah memperoleh gaji yang cukup besar.

Generasi Z lahir di era yang sangat maju, di mana internet sudah digunakan secara luas. Oleh karena itu, generasi Z juga dapat disebut dengan generasi internet. Dalam bermain internet ini, generasi Z pandai menggunakan teknologi seperti membalas *chat*, bermain media sosial, *browsing*, dan mendengarkan musik dengan berbagai aplikasi yang sudah tersedia di *playstore*. Selain itu, Generasi Z akan memanfaatkan *smartphone* secara langsung untuk mengakses berbagai konten, termasuk media sosial. Setiap unggahan di media sosial menunjukkan betapa puasnya Generasi Z dengan popularitas dan jumlah *followers* yang mereka miliki.

Keterlibatan erat dengan dunia digital menjadikan media sosial sebagai ruang pribadi yang penting bagi Generasi Z, terutama dalam hal *self-disclosure*. Seiring meningkatnya kesadaran privasi, banyak yang memilih menggunakan *second account* Instagram sebagai tempat yang lebih aman dan pribadi untuk berbagi konten yang tidak mereka tampilkan di *first account*. Dalam mengekspresikan diri di ruang publik digital, Generasi Z cenderung menjaga privasi, skeptis, dan selektif (Kristyowati, 2021).

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metodologi eksplanatif. Menurut Sugiyono (2018), Penelitian yang menggunakan representasi data numerik dan analisis statistik dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Pendekatan ini digunakan karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dan menguji bagaimana *second account* Instagram memengaruhi tingkat kenyamanan *self-disclosure* pada mahasiswa Generasi Z di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Dengan metode kuantitatif, Peneliti dapat memperoleh hasil yang objektif dan dapat digeneralisasikan dengan menggunakan analisis statistik dan representasi numerik dari data.

Sebagai penelitian eksplanatif, studi ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan kausal antara variabel independen dan dependen. Dalam konteks ini, penggunaan *second account* Instagram berperan sebagai variabel independen, sementara kenyamanan *self-disclosure* menjadi variabel dependen. Pendekatan ini digunakan untuk memahami pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, sekaligus menguji teori-teori yang telah ada sebelumnya. Pemilihan metode ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan hasil yang terstruktur dan dapat dibuktikan melalui data empiris.

Melalui penggunaan sampel representatif dari mahasiswa Generasi Z, penelitian ini mampu menyajikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pola *self-disclosure* pada penggunaan *second account* di Instagram. Metode ini juga memungkinkan untuk menentukan elemen-elemen

pendukung yang membuat berbagi informasi pribadi lebih nyaman, yang menambah pemahaman kita tentang komunikasi digital di dunia kontemporer.

3.2 Variabel Penelitian

Penelitian ini mencakup satu variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini, variabel terikat merupakan aspek yang dipengaruhi, sedangkan variabel bebas berperan sebagai unsur yang memengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel bebas (X) yaitu penggunaan *second account* Instagram dengan variabel terikat (Y) yaitu kenyamanan *self-Disclosure*.

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual digunakan oleh peneliti sebagai alat bantu dalam penelitian untuk mempermudah pemahaman terhadap makna dan ide yang ingin disampaikan. Konsep sendiri merupakan representasi dari makna yang merangkum sejumlah objek dengan karakteristik serupa. Sehingga, dalam penelitian ini terdapat definisi konsep sebagai berikut:

1. Penggunaan *Second Account* Instagram (X)

Variabel ini mengacu pada aktivitas individu dalam menggunakan *second account* di Instagram sebagai ruang yang lebih pribadi dan terbatas untuk berinteraksi serta mengungkapkan diri. Di kalangan Generasi Z, penggunaan *second account* Instagram telah menjadi populer sebagai cara untuk mengekspresikan diri lebih bebas, terutama saat membuat konten yang menghibur, tanpa merasa dibatasi oleh ekspektasi dari audiens yang lebih besar (Setiawan et al., 2024). Penggunaan *second account* dalam penelitian ini diukur melalui empat dimensi utama berdasarkan pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z (Tandres & Winduwati, 2024):

a) Tujuan Penggunaan

Second account digunakan untuk membedakan identitas profesional dan pribadi, memberikan kesempatan bagi individu untuk

mengekspresikan berbagai sisi diri mereka sesuai dengan situasi sosial yang berbeda.

b) Frekuensi

Frekuensi menggambarkan seberapa sering individu menggunakan dan mengakses *second account* mereka setiap hari. Tingkat keterhubungan pengguna dengan *second account* adalah untuk mengakses konten, berbagi posting, atau berkomunikasi dengan audiens yang terbatas tercermin dalam dimensi ini.

c) Ekspresi Diri

Keinginan untuk membagikan perasaan, pendapat, atau konten yang mungkin tidak pantas untuk dibagikan di *first account*. *Second account* menyediakan kesempatan bagi individu untuk menampilkan sisi asli mereka tanpa takut akan penilaian dari publik.

d) Manajemen Privasi

Sejauh mana seseorang memilih dan mengatur siapa saja yang dapat melihat konten di *second account* mereka. Aspek ini menggambarkan cara pengguna mengelola privasi untuk memastikan bahwa hanya audiens yang dapat dipercaya yang memiliki akses terhadap informasi yang dibagikan.

2. Kenyamanan *Self-Disclosure* (Y)

Variabel ini mendeskripsikan seberapa nyaman individu berbagi informasi pribadi di *second account* Instagram. DeVito (1997) mengungkapkan bahwa *self-disclosure* memiliki 4 dimensi, yaitu:

a) Kesadaran Diri

Kesadaran diri merupakan dimensi dalam *self-disclosure* yang merujuk pada sejauh mana individu memperoleh kesadaran lebih dalam mengenai dirinya sendiri melalui proses pengungkapan informasi pribadi kepada orang lain.

b) Kemampuan Mengatasi Kesulitan

Kemampuan mengatasi kesulitan merujuk pada sejauh mana individu merasa terbantu dalam menghadapi atau mengelola

tantangan hidup melalui tindakan membuka diri. *Self-disclosure* memungkinkan individu untuk mengekspresikan perasaan, pengalaman, dan hambatan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari, sehingga menciptakan ruang untuk refleksi, dukungan sosial, dan perasaan lega secara psikologis.

c) Efisiensi Komunikasi

Efisiensi komunikasi merujuk pada sejauh mana individu dapat menyampaikan informasi pribadi secara jelas, cepat, dan sesuai tujuan tanpa hambatan berarti. Pada *second account* Instagram, efisiensi ini tampak dari bagaimana pengguna merasa lebih mudah dan nyaman mengungkapkan isi pikiran, pengalaman, atau pandangannya secara langsung kepada audiens yang lebih terbatas dan dianggap aman secara sosial.

d) Kedalaman Hubungan

Pada media sosial seperti *second account* Instagram, kedalaman hubungan tercermin melalui kenyamanan dalam berbagi cerita, momen, atau opini secara lebih personal dan autentik kepada audiens yang lebih terbatas dan dipilih. *Self-disclosure* yang dilakukan secara konsisten dan terbuka dapat mempererat koneksi dengan *followers* tertentu, khususnya yang memberikan tanggapan atau menunjukkan empati.

3.4 Definisi Operasional

Penjabaran variabel dalam penelitian ini disampaikan melalui definisi operasional berikut.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan <i>Second Account</i> Instagram (X)	Tujuan Penggunaan	1. Saya memiliki <i>second account</i> untuk berinteraksi dengan teman dekat. 2. Saya membuat <i>second account</i> untuk memisahkan urusan sosial dari <i>first account</i> . 3. Saya menggunakan <i>second account</i> untuk mengikuti komunitas atau grup sosial tertentu.	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan <i>Second Account</i> Instagram (X)	Frekuensi	1. Saya membuka <i>second account</i> setiap hari. 2. Saya mengunggah konten secara rutin di <i>second account</i> . 3. Saya lebih sering mengakses <i>second account</i> dibanding <i>first account</i> .	Likert
	Ekspresi Diri	1. Saya membagikan cerita atau pengalaman pribadi yang tidak dibagikan di <i>first account</i> . 2. Saya merasa tidak tertekan untuk tampil "sempurna" di <i>second account</i> . 3. Saya sering membagikan opini jujur tanpa khawatir akan reaksi negatif <i>followers</i> .	Likert
	Manajemen Privasi	1. Saya menyaring siapa saja yang boleh mengikuti <i>second account</i> . 2. Saya memilih untuk tidak menggunakan nama asli di <i>second account</i> demi menjaga identitas.	Likert
Kenyamanan <i>Self-disclosure</i> (Y)	Kesadaran Diri	1. Dengan membagikan aktivitas di <i>second account</i> , saya jadi lebih memahami gaya hidup dan prioritas saya. 2. Saya jadi tahu hal-hal yang membuat saya nyaman atau tidak nyaman setelah membagikannya secara bebas di <i>second account</i> . 3. Melalui <i>second account</i> , saya menyadari apa saja hal yang sering saya pikirkan atau bicarakan dalam kehidupan sehari-hari.	Likert
	Kemampuan Mengatasi Kesulitan	1. Saya merasa lebih lega setelah membagikan cerita pribadi saya di <i>second account</i> . 2. Menceritakan tantangan sehari-hari membuat saya merasa tidak terbebani sendirian. 3. Saya mendapatkan dukungan atau saran ketika menghadapi kesulitan sehari-hari.	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kenyamanan <i>Self-disclosure</i> (Y)	Efisiensi Komunikasi	1. <i>Second account</i> memudahkan saya memberi tahu teman dekat tentang aktivitas atau kondisi saya tanpa harus menjelaskan satu per satu. 2. Saya dapat menyampaikan pesan atau cerita secara ringkas melalui unggahan <i>second account</i>. 3. <i>Second account</i> mempermudah saya dalam menyampaikan hal-hal sederhana, seperti jadwal, lokasi, atau kegiatan saya.	Likert
	Kedalaman Hubungan	1. Saya merasa lebih dekat dengan teman yang merespons unggahan atau cerita saya di <i>second account</i>. 2. Membagikan rutinitas atau momen kecil di <i>second account</i> membantu saya terhubung lebih dalam dengan beberapa orang. 3. Saya lebih nyaman menjalin hubungan dengan orang yang mengetahui keseharian saya melalui <i>second account</i>.	Likert

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah kategori untuk generalisasi yang terdiri dari objek atau individu dengan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diperiksa sebelum kesimpulan dibuat (Sugiyono, 2018). Populasi meliputi semua ciri yang dimiliki objek atau topik yang diteliti, bukan hanya kuantitas objek atau subjek. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang termasuk Gen Z dan memiliki *second account* Instagram. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada pertimbangan relevansi akademik dan sosial, karakteristik mahasiswa FISIP cenderung lebih terbuka dalam menyampaikan opini di ruang publik, termasuk media sosial, karena bidang ilmu mereka mempelajari interaksi sosial, dinamika masyarakat, isu sosial, dan juga perilaku media, sehingga sesuai dengan fokus penelitian mengenai penggunaan *second account* Instagram dan kenyamanan *self-disclosure*.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pelayanan Akademik FISIP Universitas Lampung per-tanggal 22 April 2025, jumlah mahasiswa aktif Faklutas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung ialah 5.121 mahasiswa. Namun, jumlah populasi penelitian ini tidak diketahui secara pasti, dikarenakan tidak diketahui berapa jumlah mahasiswa FISIP Unila yang memiliki *second account* Instagram.

3.5.2 Sampel

Arikunto dalam Amin et al., (2023) mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang dipilih dan dianggap dapat merepresentasikan keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yang merupakan salah satu teknik *probability sampling* dengan tahap *screening*. Peneliti terlebih dahulu memberikan pertanyaan penyaring untuk mengetahui apakah responden memiliki *second account* Instagram. Responden yang menjawab “ya” kemudian diperbolehkan melanjutkan pengisian kuesioner dan dijadikan bagian dari populasi penelitian yang sesungguhnya.

Pada bagian awal kuesioner ada mekanisme penyaringan untuk memastikan bahwa responden memenuhi kriteria. Mereka yang memenuhi kriteria dapat melanjutkan pengisian kuesioner, sedangkan mereka yang tidak memenuhi kriteria tidak dapat melanjutkan ke tahap berikutnya. Penelitian ini menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10%. Berikut perhitungan sampel dalam penelitian ini:

$$n = \frac{z^2 \cdot 1 - \alpha / 2P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

(Handoko, 2023)

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 (1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0,25}{0.01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan data di atas, jumlah sampel penelitian ini yang dihitung menggunakan rumus Lemeshow adalah 96,04 dan dibulatkan menjadi 96 responden.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang benar-benar dikumpulkan dan diperoleh oleh peneliti dari sumber lapangan. Hasil dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Faklutas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung menjadi sumber data primer dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan diproses oleh pihak ketiga sebelum dapat digunakan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari buku, jurnal, makalah, dan sumber literatur lainnya, serta penelitian sebelumnya yang relevan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua tahap, yaitu kuesioner dan studi Pustaka.

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan peserta yang diberikan daftar pertanyaan tertulis untuk diisi. Secara umum, kuesioner berfungsi paling baik apabila terdapat banyak tanggapan yang tersebar di wilayah geografis yang luas. Tujuan dari kuesioner adalah untuk mengetahui perspektif responden. Dalam hal ini, jawaban hanya memberikan indikasi yang jelas tentang kemungkinan cara penyelesaian masalah. Dalam penelitian ini penulis akan menyebar kuesioner melalui Google Forms yang diawali dengan pertanyaan *screening* kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang aktif dan memiliki *second account* Instagram.

Kuesioner penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai metode penilaiannya. Sikap, keyakinan, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok terhadap fenomena sosial diukur dengan menggunakan skala Likert. Variabel yang akan diukur dijabarkan ke dalam indikator variabel dengan menggunakan skala Likert. Indikator ini juga digunakan untuk membuat item instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert dengan 4 poin untuk menghindari pilihan netral, sehingga responden terdorong untuk memilih sikap yang lebih jelas, baik itu setuju atau tidak setuju. Pendekatan ini dilakukan untuk mengurangi *central tendency bias*, yakni kecenderungan responden memilih jawaban tengah tanpa merefleksikan sikap yang sebenarnya, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih tegas, konsisten, dan informatif (Widoyoko, 2012). Dihilangkannya kategori netral, responden didorong untuk menyatakan sikap yang lebih jelas terhadap pernyataan yang diajukan (Garland, 1991). Sugiyono (2018) juga menjelaskan penggunaan skala tanpa opsi netral dapat meningkatkan

validitas data karena responden tidak memiliki kesempatan memilih jawaban tengah sebagai bentuk ketidakpastian. Jawaban dalam skala Likert menunjukkan berbagai tingkat mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, dengan penjelasan sebagai berikut:

- a) Sangat Setuju (SS) : skor 4
- b) Setuju (S) : skor 3
- c) Tidak Setuju (TS) : skor 2
- d) Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1

(Martono & Isnania, 2024)

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pembacaan literatur, termasuk buku, jurnal, makalah, arsip, dan banyak lagi. Metode ini memberikan landasan teoritis yang memadai untuk menentukan variabel yang akan diukur dan untuk menganalisis temuan penelitian sebelumnya.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengevaluasi data yang dikumpulkan dari berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam atau informasi yang lebih signifikan. Tujuan dari prosedur ini adalah untuk mengubah data yang tidak terstruktur menjadi sesuatu yang lebih terstandarisasi untuk digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, teknik pengolahan data yang diterapkan meliputi:

1. *Editing*, yaitu prosedur pengumpulan, penyusunan, dan pemeriksaan data guna menjamin kelengkapan dan keakuratannya.
2. *Coding*, yaitu prosedur pemberian kode untuk setiap bagian data yang termasuk dalam kategori tertentu untuk memudahkan klasifikasi dengan kode menggunakan angka.
3. Tabulasi data, proses pengumpulan dan analisis data setelah fase analisis dan pengkodean. Untuk memudahkan analisis temuan penelitian, prosedur

ini memerlukan pembuatan tabel dan pemindahan data dari kuesioner ke dalam tabel analisis.

3.9 Teknik Pengujian Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Terdapat dua jenis validitas, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor menguji hubungan antara skor setiap faktor dengan skor total instrumen, sedangkan validitas item mengukur korelasi antara skor tiap item dengan skor total. Jika instrumen memiliki lebih dari satu faktor, validitas item diuji dalam dua tahap, yaitu korelasi dengan skor faktor dan kemudian dengan skor total keseluruhan. Item dinilai valid jika menunjukkan korelasi positif dan signifikan secara statistik. Terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi dalam menilai validitas instrument sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan valid
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan tidak valid

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan di Fakultas Hukum Universitas Lampung. Untuk mengukur validitas instrumen penelitian, peneliti menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* sebagai alat analisis dalam uji validitas, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

N = Jumlah responden

$\sum x$ = Total skor setiap pertanyaan

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses untuk menilai sejauh mana suatu instrumen pengumpulan data memberikan hasil yang konsisten dan stabil ketika digunakan dalam kondisi yang serupa. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang sama atau sangat mirip jika digunakan berulang kali pada subjek yang sama dalam situasi yang sebanding (Forester et al., 2024).

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha yang diolah melalui bantuan *software* SPSS. Reliabilitas suatu konstruk atau variabel diuji melalui perhitungan nilai Cronbach's Alpha, di mana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha yang dihasilkan lebih dari 0,6 (Ghozali, 2018). Perhitungan reliabilitas ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a_u = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_1^2}{S^2} \right)$$

Keterangan:

- a_u = Koefisien keterandalan butir kuesioner
- k = Jumlah butir kuesioner
- $\sum S_1^2$ = Jumlah varian skor butir ynag valid
- S_1^2 = Varian butir

3.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data mengacu pada cara di mana data diproses menjadi informasi, sehingga karakteristik data tersebut mudah dipahami dan berguna dalam memecahkan masalah, terutama dalam isu yang berkaitan dengan studi penelitian. Analisis data juga dapat berarti mengubah data yang dikumpulkan dari studi menjadi informasi berguna.

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu metode pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data pada variabel independen dan dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Model yang dipakai untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 31 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Suatu data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan didasarkan pada hal tersebut.

1. Apabila nilai signifikansi > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa residual memiliki distribusi yang normal
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa residual tidak memiliki distribusi yang normal.

3.10.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana adalah bagian dari analisis data yang sudah dikumpulkan untuk mendapatkan kesimpulan dan jawaban dari rumusan masalah. Dalam penelitian ini, persamaan regresi digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independent atau bebas, penggunaan *second account* Instagram (X), terhadap variabel dependent, kenyamanan *self-disclosure* (Y). Bentuk linier sederhana yang umum, menurut Sugiyono (2018), adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksi (variabel dependen)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independent

3.10.3 Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variasi pada Y (variabel terikat) bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebas dalam model regresi. Cara menghitungnya adalah dengan mengkuadratkan koefisien korelasi, lalu mengubahnya menjadi persentase (Dewi, S., 2012). Adapun rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = Korelasi *product moment*

Hasil uji determinasi akan menampilkan persentase sejauh mana penggunaan *second account* di Instagram (X) memengaruhi variabel kenyamanan *self-disclosure* (Y).

2. Uji T

Uji hipotesis dipakai untuk jadi landasan dalam mengumpulkan data, lalu pakai data itu buat memutuskan apakah pernyataan atau asumsi yang kita buat bisa diterima atau harus ditolak (Darwin, et al., 2021). Di penelitian ini, peneliti pakai uji T untuk melihat seberapa signifikan hubungan antara variabel, yaitu untuk mengecek apakah variabel bebas (X) benar-benar punya pengaruh yang berarti terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang akan digunakan untuk Uji T ini adalah sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r = Nilai korelasi

n = Jumlah sampel

Dengan ketentuan kriteria:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan *second account* Instagram terhadap kenyamanan *self-disclosure* pada Generasi Z mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana intensitas penggunaan *second account* berpengaruh terhadap kenyamanan individu dalam melakukan keterbukaan diri (*self-disclosure*) di media sosial. Berdasarkan hasil analisis data dan uji statistik yang telah dilakukan, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *second account* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kenyamanan *Self-Disclosure* (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar 10,882 yang lebih besar dari T tabel sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Artinya, semakin sering dan aktif seseorang menggunakan *second account* untuk berekspresi, maka semakin tinggi pula tingkat kenyamanan mereka dalam melakukan *self-disclosure* di media sosial.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana diperoleh persamaan $Y = 5,759 + 0,902X$ dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,557 atau 55,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan *second account* Instagram memberikan kontribusi sebesar 55,7% terhadap kenyamanan *self-disclosure*, sedangkan sisanya sebesar 44,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, semakin tinggi penggunaan *second account*, maka tingkat kenyamanan individu dalam *self-disclosure* di media sosial juga meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengguna media sosial, khususnya mahasiswa Generasi Z, disarankan untuk menggunakan *second account* secara bijak sebagai ruang aman untuk mengekspresikan diri dan melakukan keterbukaan yang positif. Namun, penting juga untuk menjaga batas privasi dan etika dalam berinteraksi agar tidak menimbulkan dampak negatif baik bagi diri sendiri maupun orang lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah jumlah responden atau memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh lebih representatif. Penelitian lanjutan juga dapat menambahkan variabel lain seperti kepercayaan diri, dukungan sosial, atau kontrol diri yang mungkin turut memengaruhi kenyamanan *self-disclosure* di media sosial.
3. Bagi pihak akademisi dan lembaga pendidikan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memahami perilaku komunikasi digital mahasiswa, khususnya dalam konteks keterbukaan diri di ruang daring. Hal ini penting untuk mendukung upaya pembinaan karakter digital yang sehat dan bertanggung jawab di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Altman, I., & Taylor, D. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media. https://books.google.co.id/books?id=z_nJDwAAQBAJ
- Amanda, D. (2019). *Penggunaan Media Sosial pada Ibu Rumah Tangga dalam Tinjauan Teori Dramaturgi di Kota Surabaya*. (Skripsi). Universitas Airlangga. 181 P.
- Amelia, S., & Wibowo, A. A. (2023). Exploring Online-to-Offline Friendships: A Netnographic Study of Interpersonal Communication, Trust, and Privacy in Online Social Networks. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 1-10. <https://doi.org/10.12928/channel.v11i1.310>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15-31.
- Anggraeny, N., Bahfiarti, T., & Farid, M. (2024). Analisis Motif Penggunaan Second Account Instagram pada Generasi Z di Kota Makassar. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(2), 160–165. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v7i2.302>
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Candra, I. W., & Dewi, A. G. I. A. (2017). Pengungkapan diri (*self disclosure*) pada orang dengan HIV/AIDS (ODHA). *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kesehatan*, 4(2), 133-145. <https://doi.org/10.32668/jitek.v4i2.57>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., ... & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Devi, E., & Indryawati, R. (2020). Trust Dan Self-Disclosure Pada Remaja Putri Pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi*, 13(2), 118–132. <https://doi.org/10.35760/psi.2020.v13i2.3017>
- DeVito, J. A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional Books.
- Dewi, S. P. (2012). Pengaruh pengendalian internal dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan SPBU Yogyakarta (studi kasus pada spbu anak cabang perusahaan RB. Group). *Jurnal Nominal*, vol. 1, no. 1 .
- Fatriani, Y., & Musdalifah, F, S. (2022). Self Disclosure Generasi Z Melalui Akun Instagram Ganda. *Jurnal Kaghas*, 4(2), 42-50.
- Fitri, A. (2015). Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter

- Menjelang Pemilihan Presiden 2014. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 101-108. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.101-108>
- Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1812-1820. <https://doi.org/10.56832/edu.v4i3.577>
- Garland, R. (1991). The Mid-Point on a Rating Scale: Is it Desirable?. *Marketing Bulletin*, 2(3), 66-70
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Edisi 6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, B, L. Pendekatan Lemeshow untuk Penentuan Sampel pada Populasi yang Tidak Diketahui. (2023). <https://accounting.binus.ac.id/2024/10/23/pendekatan-lemeshow-untuk-penentuan-sampel-pada-populasi-yang-tidak-diketahui/>
- Hastuti, D. R., Ali, M., B. Demmallino, E., & Rahmadanih. (2018). *Ringkasan Kumpulan Mazhab Teori Sosial*. Makassar: CV. Nur Lina.
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi “Z” dan Strategi Melayaninya. *Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani, Volume 02*,.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Kurniawan, B., Rofiki, K., Raya Telang, J., Kamal, K., Bangkalan, K., & Timur, J. (2024). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Film: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Antusiasme Penonton Film. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(7), 3031–5220.
- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26–32. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.67>
- Martono, N., & Isnania, R. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi 3*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Marwick, A. E., & Boyd, danah. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>
- Mattern, J. (2016). *Instagram*. USA: ABDO Publishing Company. <https://books.google.co.id/books?id=0BvPDAAAQBAJ>
- Meiriskha, S. N. (2023, January 29). Self Disclosure pada Anggota Komunitas ATP. *Bandung Conference Series: Communication Management*. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.6672>
- Mustaqim, A. I., & Hendriani, D. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial pada Perilaku Sosial Remaja Desa Sumberdadap Kecamatan Pucanglaban Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)*, 3(1),

- 27–44. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2643>
- Nabilah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Motif Penggunaan Second Account Instagram bagi Pelajar SMK Negeri 1 Gempol. *Jurnal Nomosleca*, 9(1), 105–122. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i1.9610>
- Naeem, W. (2024). Top Instagram statistics for marketers in 2025. ContentStudio. <https://contentstudio.io/blog/instagram-statistics/>. Diakses 14 Juli 2025.
- Nailufar, A. (2022). Peran Strategis Instagram Pada Penyebaran Informasi Di Kabupaten Soppeng (Studi Kualitatif Terhadap Akun @_soppenginfo_). *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i1.38>
- NapoleonCat. (2025). Instagram users in Indonesia - January 2025. <https://napoleontcat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/01/>. Diakses 10 April 2025.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, M. C. (2022). *Self Disclosure di Media Sosial Instagram pada Universitas Islam Negeri Fakultas Dakwah*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. 218 P.
- Oktantia, A. B., & Sudrajat, A. (2023). Representasi Diri Frontliner Bank Tabungan Negara (Studi Dramaturgi Customer Service dalam Memisahkan Panggung Depan dan Panggung Belakang). *Paradigma*, 12(2), 101–110.
- Pamuncak, D. (2011). *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self disclosure Pengguna Facebook*. (Skripsi). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 133 P.
- Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan Pseudonym di Second Account Instagram dalam Perspektif Etika Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 89–102. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5184>
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. Albany: State University of New York Press.
- Prasetya, M. R. (2020). Self-presentation dan kesadaran privacy micro-influencer di instagram. *Jurnal Studi Komunikasi, Volume 4*, 239–258. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/JSK.V4I1.2301>
- Prihantoro, Edy, et al. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPNYK*, vol. 18, no. 3, 2020, pp. 312-323, doi:10.31315/jik.v18i3.3919.
- Prihantoro, S. (2020). Representasi Identitas di Media Sosial: Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora*, 12(1), 45–55.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=g85BDwAAQBAJ>
- Purwanto, R. P., & Wijayani, Q. N. (2023). Self Disclosure Generasi Z Melalui Second Account Instagram. *Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora* 6(4). 38-43.
- Putri, A. D., & Kusumawati, E. (2022). Strategi Pengelolaan Identitas di Instagram: Analisis Dramaturgi pada Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(2), 78–89.
- Rachan, S. H., & Hatta, M. I. (2025). Pengaruh Self-Disclosure terhadap Psychological Well-Being Perempuan Pengguna Second Account Instagram. *Bandung Conference Series Psychology Science*.

- <https://doi.org/10.29313/bcsps.v5i2.18905>
- Rahmad, W. O. D. C., Mau, M., & Akbar, M. (2025). Self-Disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Instagram: Studi Kualitatif tentang Ekspresi Diri di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 9-15. <https://doi.org/10.31294/kom.v12i1.25480.g6797>
- Rampa, S. (2022). Analisis Dimensi Self Disclosure Di Media Sosial Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Dewasa Awal Di Kota Makassar. (Skripsi). Universitas Bosowa Makassar. 169 P.
- Sari, A. A. (2023). Komunikasi dalam Pengembangan Hubungan Antarpribadi Melalui Second Account Instagram. *Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 204, 272–282. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.3111>
- Septiani, D., Azzahra, P. N., Wulandari, S. N., & Manuardi, A. R. (2019). Self Disclosure Dalam Komunikasi Interpersonal: Kesetiaan, Cinta, Dan Kasih Sayang. *FOKUS: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan*, 2(6), 265-271. <https://doi.org/10.22460/fokus.v2i6.4128>
- Setiawan, J. V. N., Kusmawati, M. A., & Nadia, H. L. (2024). Motif Penggunaan Second Account Media Sosial Instagram sebagai Konten Humor di Kalangan Generasi Z. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 3, pp. 1067-1076).
- Setyawan, D. (2014). Hipotesis. Surakarta: Kementrian Kesehatan RI Politeknik Kesehatan Surakarta.
- Sirait, A. R. (2021). Spectatorial Sisterhood: Relasi Sosial Pengguna Second Account di Instagram. *Antropologi Indonesia*, 42(1). <http://dx.doi.org/10.7454/ai.v42i1.12998>
- Sirait, A. R. (2022). Subjektivitas Imperfek: Perempuan dalam “Second Account” di Instagram. *Lembaran Antropologi*, 1(1), 1–19. <https://doi.org/10.22146/la.3486>
- Statista. (2025). Number of Instagram users worldwide from 2020 to 2025. <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-globalusers/>. Diakses pada 12 April 2025.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafrina, M., & Chusniyah, T. (2025). Gambaran Self-disclosure pada Mahasiswa di Second Account Instagram. *Flourishing Journal*. <https://doi.org/10.17977/um070v5i22025p69-78>
- Tandres, H., & Winduwati, S. (2024). Pengelolaan Self-disclosure Generasi Z melalui Penggunaan Multiple Accounts di Instagram. *Jurnal Koneksi*, 8(1), 233–244. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.27659>
- Wattimena, G. H. J. A., Ramadhani, Y. D., & Marsetio, M. (2022). Second Account Instagram sebagai Ruang Ekspresi Generasi Milenial. *Jurnal Pewarta Indonesia*. <https://doi.org/10.25008/jpi.v4i2.119>
- Widoyoko, E. P. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.