

SKRIPSI

***SELF DISCLOSURE* GENERASI Z MELALUI AKUN KEDUA**

INSTAGRAM



Oleh :

DION JUNED AMRULLAH

Nomor Induk Mahasiswa : 105651104820

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2024

SKRIPSI
***SELF DISCLOSURE* GENERASI Z MELALUI AKUN KEDUA**
INSTAGRAM

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi dan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



Disusun dan Diajukan Oleh:

DION JUNED AMRULLAH

105651104820

Kepada

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Dion Juned Amrullah

Nomor Induk Mahasiswa : 105651104820

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah karya saya sendiri, dan bukan hasil plagiat dari sumber - sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 18 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Dion Juned Amrullah



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Proposal Penelitian : *Self Disclosure* Generasi Z Melalui akun kedua
Instagram

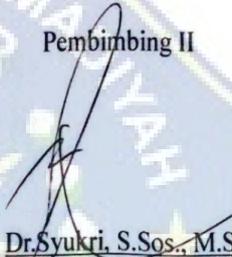
Nama Mahasiswa : Dion Juned Amrullah

Nomor Induk Mahasiswa : 105651104820

Program Studi : Ilmu Komunikasi

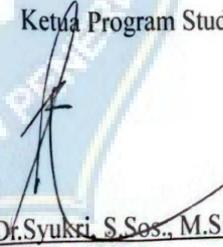
Menyetujui
Pembimbing I Pembimbing II


Wardah, S.Sos., M.A


Dr.Syukri, S.Sos., M.Si

Mengetahui
Dekan Ketua Program Studi


Dr. Hj. Ilyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM: 730 727


Dr.Syukri, S.Sos., M.Si
NBM. 923568

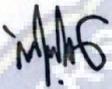
HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan surat keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Nomor : 0325/FSP/A.4-II/XII/46/2024 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana (S.I.KOM) dalam Program Studi Ilmu Komunikasi di Makassar pada hari Selasa 24 Desember 2024

Mengetahui:

Ketua

Sekretaris


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si

NBM. 730 727


Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si

NBM. 999 797

Tim Penguji:

1. Dr. Muhammad Yahya, M.Si
2. Wardah, S. Sos., M.A
3. Dr. Syukri, S.Sos., M.Si
4. Dr. M. Amin Umar, M. Pd


()
()
()
()

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmatt, hidayar, taufiq-Nya beserta ilmu dan rezeki dan kesehatan sehingga penulis diberi kesempatan dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam kita curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang setia menjalankan ajaran-ajarannya menujukan yang diridhoi Allah SWT.

Penulisan skripsi ini disusun dengan niat tulus ikhlas sebagai bentuk pengabdian pada ilmu pengetahuan, yang senantiasa diperintahkan dan dianjurkan oleh agama Islam. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam Al-Qur'an:

فَتَعَلَى اللَّهِ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُقْضَى إِلَيْكَ وَحْيُهُ
 وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴿١١٤﴾

"Dan katakanlah: 'Ya Tuhanku, tambahkanlah kepadaku ilmu pengetahuan.'" (QS. Thaha: 114)

Skripsi ini disusun sebagai salah satu tugas akhir akademik dalam rangka mencapai gelar Sarjana Pendidikan (S.I.Kom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Judul skripsi ***“Self Disclosure Generasi Z Melalui Akun Kedua Instagram”***

1. Penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada: kedua Orang tua tercinta saya Bapak Muh Syarif, Ibu St Nuraeni, Kakak kandung saya Almh Sitti Syahriani S.pd, Mirawati, Hasrawati, Hasbullah, Hasrullah SS.,MM beserta keluarga besar, Tanpa bantuan dan arahan mereka, pencapaian ini tidak akan terwujud.
2. Bapak Dr.Syukri, S.Sos., M.Si Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Makassar sekaligus pembimbing kedua saya dan Ibu Wardah, S.Sos., Selaku Pembimbing pertama yang selalu memberikan arahan hingga terselesainya skripsi ini.
3. Kepada saudara saudari Ziti Faradiba Aulia, Nur Fadillah M, Dhila Pratiwi Nur, Ira Riswana, yang senantiasa membagi ilmunya dan tidak bosan memberikan nasihat dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.
4. Kepada sahabat karip saya Ahcmad, Hasrullah dan Syahrul yang juga setia menemani saya selama ini.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
6. Diri saya sendiri, Apresiasi sebesar besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah.
7. Doa yang penulis panjatkan kepada Allah SWT Semoga Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini selalu diberi

kesehatan, rezeki serta kelancaran dalam menjalani segala urusan.

Makassar, 18 Desember 2024



Penulis



ABSTRAK

Dion Juned Amrullah, *Self Disclosure Generasi Z Melalui Akun Kedua Instagram* (Dibimbing oleh Wardah dan Syukri)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk pengungkapan diri (*self-disclosure*) yang dilakukan oleh Generasi Z melalui penggunaan akun kedua *Instagram*. Fenomena ini menjadi menarik karena generasi ini cenderung lebih memilih akun kedua untuk mengekspresikan diri dibandingkan akun utama. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini memfokuskan pada dimensi *self-disclosure* menurut DeVito, yaitu jumlah (*amount*), valensi (*valence*), keakuratan dan kejujuran (*accuracy and honesty*), maksud (*intention*), serta kedalaman (*intimacy*). Informan penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021 dan 2022 yang aktif menggunakan akun kedua.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun kedua memberikan kebebasan bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri tanpa tekanan sosial, memungkinkan mereka berbagi cerita pribadi, keluhan, dan emosi yang mendalam. Studi ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pemahaman interaksi sosial generasi muda dalam media digital

Kata kunci: *Self Disclosure*, Generasi Z, *Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENERIMAAN TIM.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	8
C. Tujuan pembahasan.....	9
D. Manfaat penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian terdahulu.....	10
B. Konsep dan Teori	13
C. Kerangka Pikir	44
D. Fokus Penelitian	45
E. Deskripsi Fokus.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	47
B. Jenis dan Tipe Penelitian.....	47
C. Informan Penelitian.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Teknik Analisis Data	51
F. Teknik Pengabsahan Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	54

B. Hasil Penelitian	59
C. Pembahasan Pelitian.....	94
BAB V PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, internet telah menjadi salah satu faktor terpenting dalam kehidupan. Media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah media sosial. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi yang berguna untuk ekspresi diri dan eksistensi diri. Di media sosial saat ini banyak sekali platform yang digunakan oleh masyarakat seperti *Facebook, Twitter, Tiktok, WhatsApp, Instagram* dan lain-lain.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi *Web 2.0*, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran Konten Buatan Pengguna (*user generated content*). Media sosial seperti *Facebook, YouTube, Twiter, Path, Instagram* merupakan salah satu *platform* media digital yang berperan dalam bertukar gagasan dan pendapat (Resti Sri Elwani, 2020)

Di kutip dari jurnal yang sama, Menurut Itani dan korda (2015) pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pengetahuan dan perilaku yang lebih sehat menunjukkan hasil yang efektif.

Salah satu teknologi informasi komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial *Instagram*. Menurut Hu, Manikonda, and Kambhampati 2014) *Instagram* adalah bentuk komunikasi yang relatif baru yang dimana pengguna dapat dengan mudah membagikan informasi

berupa foto atau video yang disebut dengan *updates* (Dian Nurvita Sari, 2020)

Menurut Irwanto & Hariatiningsih, (2019) Generasi Z memiliki hubungan yang kompleks dengan media sosial, terutama *Instagram*. Mereka cenderung menggunakan *Instagram* sebagai *platform* favorit karena fokusnya pada konten visual, yang memungkinkan mereka untuk berbagi foto dan video, mengikuti *influencer*, dan mengekspresikan diri melalui cerita dan postingan. Selain itu, media sosial, termasuk *Instagram*, juga digunakan oleh Generasi Z sebagai sumber informasi dan berita, serta sebagai alat ekspresi diri. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, termasuk *Instagram*, dapat memiliki dampak negatif pada kesehatan mental Generasi Z, dengan sebagian dari mereka menghabiskan waktu yang cukup lama di *platform* tersebut (Kartini Sikumbang, Widya Ramadhina, Emi Riska Yani, Della Arika, Nazmi Hayati, Nur Aini Hasibuan, 2024)

Dikutip dari jurnal yang sama Dalam beberapa tahun terakhir, *Instagram* telah berkembang pesat dan menjadi *platform* media sosial yang populer, diikuti oleh berbagai kelompok pengguna, termasuk remaja, *millennium* muda, dan pelaku bisnis. *Instagram* pertama kali diluncurkan pada bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger sebagai aplikasi *check-in mobile* bernama *Burbn, Inc.* *Instagram* memiliki 2 miliar pengguna aktif tiap bulannya, yang menjadikan *Instagram platform* sosial media terbanyak berdasarkan jumlah penggunanya di dunia. *Instagram*

banyak digunakan oleh generasi Z salah satunya adalah karena *Instagram* merupakan *platform* sosial media visual yang ideal untuk menampilkan produk dan berbagai jenis konten multimedia, banyaknya fitur yang bisa digunakan menjadi daya tarik tersendiri.

Menurut data riset yang dikeluarkan *We are Sosial* Pada bulan Oktober 2023 ini terdapat 93 juta pengguna *Instagram* di Indonesia, dan terus mengalami kenaikan pesat. Indonesia pengguna aplikasi *Instagram* terbanyak keempat di dunia. Jumlah pengguna aktif *Instagram* di seluruh dunia mencapai 1,07 miliar dan rata-rata 354 juta penggunanya berusia 25-34 tahun (M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, 2023)

Menurut pandangan Wijoyo et al., (2020) dalam buku yang berjudul *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* menjelaskan bahwa gen Z adalah generasi yang melek teknologi, berinteraksi dan berkomunikasi 4 lebih intensif, dapat *multitasking* melalui media sosial, namun tidak mampu berkomunikasi secara verbal karena egosentris dan individualistis. Gen Z lahir saat teknologi berkembang pesat, sehingga Gen Z lebih fleksibel dan menyukai budaya yang serba instan (Junaedi, Chantika Nurpermatasari, Yudha Wirawanda, S.I.Kom., 2023)

Berdasarkan penelitian Sladek & Grabinger (2012) Gen Z cenderung memiliki pengalaman buruk dan baik dengan media sosial, tetapi Gen Z terus mengekspresikan dirinya. Namun, penggunaan media sosial yang berlebihan mendorong fenomenologi pengungkapan diri dari

penggunanya (Junaedi, Chantika Nurpermatasari, Yudha Wirawanda, S.I.Kom., 2023)

Keberadaan internet secara tidak langsung menghasilkan sebuah generasi yang baru, yaitu generasi Z. Generasi ini dipandang menjadi sebuah generasi masa depan yang diasuh dan dibesarkan dalam lingkungan budaya baru media digital yang interaktif, yang berwatak menyendiri (desosialisasi), berkomunikasi secara personal, melek komputer, dibesarkan dengan *videogames*, dan lebih banyak waktu luang untuk mendengarkan radio dan televisi (Ibrahim, 2011: 310).

Akhir-akhir ini banyaknya bermunculan fenomena Akun Kedua *Instagram* yang sering dipakai oleh seseorang untuk membuka diri pada orang lain. Ciri-ciri dari Akun Kedua yaitu menggunakan *Username* yang beda dari nama aslinya, jumlah yang diikuti (*following*) sedikit, dan juga *following* tidak banyak yang dari lawan jenis (Astuti, 2020) (Budiani, Altashya Nurul, Ferdi Fauzi, Genia Yevandarest Bantar, 2023)

Demikian juga yang terjadi di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unismuh Makassar dimana berdasarkan observasi awal peneliti menemukan banyak mahasiswa yang menggunakan akun kedua dengan tujuan untuk pengungkapan diri salah satu Mahasiswa yang berinisial T ini kerap mengungkapkan dirinya lewat unggahan lain yang dimilikinya, ia selalu mengungkapkan emosi dan kegalauan yang ia rasakan serta kebahagiaan yang di rasakan. Di Akun kedua nya ini, dia juga sering melakukan spam foto atau video saat kuliah dan akun kedua ini telah

memberikan banyak kebahagiaan selama ini. T memiliki beberapa pengikut, semua pengikutnya adalah teman dekatnya sendiri. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik ingin melakukan penelitian yang lebih detail terkait untuk melihat bentuk penggunaan akun kedua *Instagram*.

Berikut beberapa mahasiswa aktif ilmu komunikasi angkatan 2021 dan 2022 sebagai berikut, mahasiswa angkatan 2021 sebanyak 87 orang sedangkan mahasiswa angkatan 2022 sebanyak 103 orang. Mahasiswa angkatan 2021 ada 15 orang yang menggunakan akun kedua *Instagram* kemudian mahasiswa angkatan 2022 ada 12 orang yang menggunakan akun kedua *Instagram*.

Penggunaan Akun kedua juga merupakan salah satu contoh pemberlakuan *self disclosure*. Sesuai dengan penelitian yang dulunya telah dilakukan dalam dengan judul “*Instagram Story* Sebagai Bentuk *Self Disclosure* Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember” yang diteliti oleh Raydista Febyantari (2019) menunjukkan bahwa dari *Instagram Story* inilah banyak para pengguna akun *Instagram* yang mengekspresikan kepribadian mereka masing-masing termasuk masalah pribadinya. Salah satu tujuannya yaitu untuk memenuhi kepuasan serta kesenangan dirinya dengan membagikan konten berupa video atau foto ke *Instagram* khususnya fitur *Instagram Story* dengan maksud untuk mendapat kebebasan saat berekspresi dalam memenuhi kepuasan tersendiri. Selanjutnya penelitian dengan judul “*Self Disclosure* Generasi Z Pada Media Sosial *Tiktok*” diteliti

oleh Mochammad Alwi Hidayat (2023) Banyak kegiatan yang dilakukan pada media sosial seperti mengeksplorasi konten, menggali informasi, memenuhi kebutuhan psikologi, menjalin koneksi di ruang siber, dan masih banyak kegiatan lainnya. Kebanyakan pengguna saat ini mengeksplorasi diri pada media *TikTok*.

Berdasarkan paparan tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana pengungkapan diri (*self disclosure*) pada pengguna *Instagram*, terutama akun kedua di Generasi Z. Hal ini merupakan fenomena yang cukup ini dimana, Generasi Z yang akan mengalami banyak gejolak di dalam hidupnya memilih untuk mengungkapkan dirinya melalui akun kedua *Instagram* dibandingkan *main account*. Maka selanjutnya, penelitian ini dilakukan dengan judul “*Self Disclosure* Generasi Z melalui Akun Kedua *Instagram*”.

Hal ini tentunya cukup menarik untuk dibahas, karena pada penemuan-penemuan yang terdahulu mengenai akun kedua *Instagram* ini banyak sekali yang menggunakan nama samaran pada akun tersebut yang biasa disebut sebagai (*pseudonym*). Menurut KBBI, *pseudonym* Akun kedua *Instagram* adalah akun yang menggunakan nama samaran atau bisa dikatakan menggunakan *fake identity* (identitas palsu) (Kemendikbud, 2016). (Nurul, Ferdi Fauzi, Genia Yevandarest Bantar, 2023)

Dalam menikmati media sosial *Instagram*, pengguna dapat membagikan kehidupan pribadinya melalui unggahan foto, *story*, maupun

video yang merupakan suatu bentuk ungkapan emosi, baik negatif atau positif, yang merupakan salah satu tujuan *Self-Disclosure* (Indriyani, 2018).

Adapun alasan seseorang melakukan *Self-Disclosure* adalah penerimaan sosial dengan membagikan informasi diri kepada orang lain, membangun relasi yang dapat meningkatkan keintiman antar individu, mengekspresikan diri dengan menuangkan perasaan kepada orang lain, mengklarifikasi, menjelaskan diri sendiri, dan kontrol sosial (Taylor et al., 2005).

Menurut (Morton; 1978) *Self disclosure* atau pengungkapan diri adalah kunci utama dari suksesnya sebuah proses komunikasi interpersonal. Pengungkapan diri atau *self disclosure* yaitu kegiatan berbagi perasaan serta informasi tentang diri kita sendiri dengan lebih akrab pada orang lain. Informasi dalam *self disclosure* tersebut bersifat deskriptif serta evaluatif (Raydista Febyantari, 2019)

Dikutip dari jurnal yang sama dalam hal pengungkapan diri yang bersifat deskriptif, seseorang menggambarkan bermacam - macam fakta mengenai dirinya sendiri yang bahkan mungkin orang lain belum mengetahuinya, seperti profesi dan juga alamat rumahnya. Sedangkan pengungkapan diri yang bersifat evaluatif maksudnya, seseorang mengungkapkan pendapat dan juga perasaan pribadinya. Misalnya beberapa hal yang disukai dan beberapa hal yang tidak disukai. Hal tersebut tentu saja akan mendorong komunikasi melakukan hal yang sama, sehingga dapat tercipta keakraban dalam proses komunikasi. Tentu saja komunikasi dapat

menjadi lebih efektif karena adanya komunikasi, baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung melalui media. Hal tersebut tentu saja selalu kita lakukan setiap hari. Komunikasi interpersonal adalah suatu bentuk komunikasi yang seringkali kita lakukan hubungan baik antara komunikator dan komunikan.

Menurut Cross, dalam data pada tahun 2011 disebutkan, hanya dalam satu musim, ada sekitar 159 juta publikasi dalam jurnal pribadi *online* atau *blog*, yang setara dengan lebih dari 68.000 publikasi baru pada setiap harinya. Kegiatan pengungkapan diri tersebut telah menjadi budaya yang akhirnya memberikan pengaburan terhadap batasan di antara ruang pribadi dan ruang publik (Nasrullah, 2015: 12).

Seiring berkembangnya zaman dan media baru, telah berdampak terhadap beberapa situs komunikasi. Yang awalnya hanya sekedar *chatting* dan email saja, kini telah menjadi luas, seperti Media Sosial *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat* (Mahendra, 2017).

B. Rumusan Masalah

Adapun Rumusan Masalah Penelitian ini adalah :

Bagaimana Bentuk *Self Disclosure* Melalui Penggunaan Akun Kedua *Instagram* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari Penelitian ini adalah :

Untuk Mengetahui Bentuk *Self Disclosure* Melalui Penggunaan Akun Kedua *Instagram* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar ?

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, mahasiswa dapat mengetahui beberapa manfaat terkait

tentang *Self Disclosure* Generasi Z Melalui Akun Kedua *Instagram*, yaitu:

1. Secara teoritis penelitian ini Anda dapat merasa lebih bebas dalam menyampaikan pikiran, perasaan, dan pengalaman pribadi Anda. Tanpa tekanan dari teman atau keluarga yang mungkin mengikuti akun utama Anda, Anda dapat dengan lebih terbuka dan jujur mengungkapkan diri Anda di akun kedua.
2. Secara praktis penelitian ini dapat mengembangkan keahlian. Dengan akun kedua, Anda dapat memperoleh umpan balik dan saran yang lebih spesifik dari orang-orang yang memiliki minat yang serupa. Anda dapat berbagi proyek atau karya Anda sendiri dengan komunitas yang relevan dan mendapatkan wawasan berharga untuk meningkatkan kemampuan atau keahlian Anda.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Hasil Penelitian
1.	Raydista Febyantari (2019) <i>Instagram Story Sebagai Bentuk Self Disclosure Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menjelaskan Dari <i>Instagram Story</i> inilah banyak para pengguna akun <i>Instagram</i> yang mengekspresikan kepribadian mereka masing-masing termasuk masalah pribadinya. Salah satu tujuannya yaitu untuk memenuhi kepuasan serta kesenangan dirinya dengan membagikan konten berupa	Penelitian ini berfokus pada penggunaan <i>Instagram Story</i> sebagai bentuk <i>Self Disclosure</i> sementara penelitian yang akan di lakukan berfokus pada <i>Self Disclosure</i> melalui Akun Kedua

			<p>video atau foto ke <i>Instagram</i> khususnya fitur <i>Instagram story</i> dengan maksud untuk mendapat kebebasan saat berekspresi dalam memenuhi kepuasan tersendiri.</p>	
2.	<p>Mochammad Alwi Hidayat (2023)</p> <p><i>Self Disclosure</i></p> <p>Generasi Z Pada Media Sosial <i>TikTok</i></p>	<p>Metode Penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif dengan pendekatan Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menjelaskan Banyak kegiatan yang dilakukan pada media sosial seperti mengeksplorasi konten, menggali informasi, memenuhi kebutuhan psikologi, menjalin koneksi di ruang siber, dan masih banyak kegiatan lainnya. Kebanyakan pengguna saat ini mengeksplorasi diri pada media <i>TikTok</i>.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada penggunaan Media Sosial <i>TikTok</i> sebagai bentuk <i>Self Disclosure</i> sementara penelitian yang akan di lakukan berfokus pada <i>Self Disclosure</i> melalui Akun Kedua.</p>

3.	Athira Rafidha Firual, Sugeng Hariyadi (2022) Pengaruh Interpersonal <i>Trust dan Intimate Friendship</i> Terhadap <i>Self-Disclosure</i> Generasi Z Pengguna <i>Twitter</i>	Metode yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif	Hasil penelitian menjelaskan <i>Twitter</i> berada di bawah media sosial lainnya seperti <i>WhatsApp, Instagram, maupun Facebook</i> . Akan tetapi, <i>Twitter</i> merupakan media sosial yang lebih berfokus pada tulisan- tulisan bukan keindahan visual sebagai bentuk ungkapan pengekspresian diri. <i>Twitter</i> menjadi media sosial yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, penyampaian dan penerimaan informasi menjadi sangat cepat, maupun dapat digunakan sebagai eksistensi diri dengan mencari relasi atau teman baru.	Penelitian ini berfokus pada pengguna <i>Twitter</i> sebagai bentuk <i>Self Disclosure</i> sementara penelitian yang akan di lakukan berfokus pada <i>Self Disclosure</i> melalui Akun Kedua.
----	---	---	--	--

B. Konsep dan Teori

1. Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia. Secara etimologi (bahasa), kata “komunikasi” berasal dari bahasa Inggris “*communication*” memunyai kata dari bahasa latin “*communicare*” (Weekly, 1967: 338). Kata “*communicare*” memiliki tiga arti yaitu “*to make common*” atau membuat sesuatu menjadi umum, “*cum + munus*” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah, dan “*cum + munire*” yaitu membangun pertahanan bersama. Sedangkan secara epistemologis (istilah), terdapat ratusan uraian eksplisit (nyata) dan implisit (bersembunyi) untuk menggambarkan definisi komunikasi (Astari Clara Sari, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, 2018)

“Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih”. Deddy Mulyana (2015 : 11) (Desran Waka, Nurdam Buhaerah, 2021)

Andrew E. Sikula (2017 : 145) “Komunikasi adalah proses pemindahan informasi, pengertian, dan pemahaman dari seseorang, suatu tempat, atau sesuatu kepada sesuatu, tempat atau orang lain” (Ginting, 2020)

Menurut Agus M.Hardjana (2016 :15) “Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan” (Ginting, 2020)

Harlod D. Lasswell dalam Heru Puji Winarso (2016 : 10) menyatakan bahwa komunikasi memiliki 5 unsur penting yang terkait dengan konsep komunikasi yaitu :

1. Unsur *Who* (Siapa) *Who*, dalam konteks ini dipahami sebagai sumber (informasi) atau sering disebut sebagai komunikator, yaitu orang, baik secara individu maupun kelompok atau institusi yang menyampaikan atau memberikan informasi atau pesan kepada pihak lain.
2. Unsur *Says What* (Apa yang Dikatakan Pesan) Unsur ini pada dasarnya merupakan pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan
3. Unsur *Which Channel* (Media/Saluran) Unsur ini berkaitan dengan media atau sarana yang digunakan dalam proses komunikasi itu. Media ini berkaitan dengan seluruh alat (perangkat) yang digunakan dalam membantu lancarnya proses komunikasi itu seperti surat kabar, telepon, majalah, radio, televisi, dan internet.
4. Unsur *To Whom* (Kepada Siapa) Unsur ini berkaitan dengan siapa yang menerima pesan atau informasi itu. Siapa dalam konteks komunikasi sering disebut sebagai penerima atau komunikan.
5. Unsur *With What Effect* (Akibat yang Terjadi) Unsur ini pada dasarnya berkaitan dengan respon audiens atau khalayak sebagai akibat dari pesan yang disampaikan oleh komunikator Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan bahwa konsep komunikasi

adalah sebuah rancangan dan sebuah ide yang disusun agar sebuah proses penyampaian pesan kepada orang lain dapat terorganisir dan bisa langsung memahami pesan tersebut serta memberikan umpan balik yang baik (Ginting, 2020)

Menurut Lukas Dwiantara (2015 : 27 – 30) bentuk dari komunikasi terdiri dari:

1. Komunikasi Interpersonal (*Interpesonal Commucation*)

Komunikasi interpesonal pada dasarnya merupakan proses komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih secara langsung (tata muka) dan dialogis.

2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*) Komunikasi

kelompok pada dasarnya merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh sejumlah orang dengan norma dan peran yang ditentukan oleh kelompok itu.

3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*) Komunikasi massa

merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media (saluran) dalam menghubungkan komunikator dan komonikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh (terpencar), sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu. (Ginting, 2020)

Menurut Deddy Mulyana (2012 : 75) Didalam berhubungan sehari-hari komunikasi dibagi menjadi dua bentuk yaitu :

1. Komunikasi Verbal meliputi *Symbol* atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih, dari semua interaksi yang disadari termasuk

dalam 10 kategori disengaja yang dilakukan dengan sadar ke orang lain baik itu menggunakan lisan. Bahasa juga digunakan dalam kode verbal dan dapat didefinisikan sebagai perangkat simbol, dengan aturan dan yang mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dalam memahami suatu komunitas-komunitas.

2. Komunikasi non verbal adalah semua komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Komunikasi ini mencakup semua rangsangan kecuali ransangan verbal dalam suatu sistem komunikasi, yang bagi pengirim atau penerima, dan kita mengirim pesan non verbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain. (Ginting, 2020)

Fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampaian informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun bertindak. Menurut Suharno (2016 : 33 – 37) ada lima fungsi dari komunikasi yaitu :

1. Menyampaikan Informasi (*to Inform*) Dapat dikatakan bahwa aktivitas utama dalam komunikasi adalah menyampaikan pesan dan informasi
2. Mendidik (*to Educate*) Idealnya informasi yang disampaikan kepada komunikan terutama dalam komunikasi media massa harus menekankan pada aspek mendidik

3. Menghibur (*to Entertain*) Lepas dari pro dan kontra tentang hiburan yang sehat dan yang tidak sehat, yang jelas bahwa informasi yang dikemas tertutama dalam komunikasi massa memiliki fungsi dan tujuan menghibur
 4. Pengawasan (*Surveillance*) Komunikasi, baik massa maupun interpersonal pada dasarnya memiliki fungsi pengawasan
- Memengaruhi (*to Influence*) Pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi dasarnya bertujuan untuk memengaruhi komunikan (Ginting, 2020)

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan. Menurut Effendy (2015:27) ada empat tujuan komunikasi, yaitu:

1. Mengubah Sikap (*to Change The Attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
2. Mengubah Pendapat Atau Opini (*to Change Opinion*), yaitu pendapat individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
3. Mengubah perilaku (*to Change The Behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.

4. Mengubah masyarakat (*to Change The Society*), yaitu tingkat social individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima. (Ginting, 2020)

2. Psikologi Komunikasi

Hovland, Janis dan Kelly (1953) yang semuanya sebagai psikolog mendefinisikan komunikasi sebagai “*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)*”. Dance mengartikan komunikasi menurut kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha untuk menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal, saat lambang verbal tersebut berperan sebagai stimuli (Rakhmat, 2011)

Psikologi merupakan ilmu yang mempelajari tentang perilaku manusia. Psikologi menempatkan manusia sebagai subjek inti komunikasi yang memerankan peran utama pada proses pertukaran informasi, ide atau konsep yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan maupun budaya (Maulana & Gumelar, 2013). George A. Miller mendefinisikan psikologi sebagai “*Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral event.*”

Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berupaya menguraikan, memprediksi, dan mengendalikan peristiwa mental dan *behavioral* dalam komunikasi. Menurut Fisher, peristiwa

mental merupakan internal *mediation of stimuli* sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. Sedangkan peristiwa *behavioral* adalah segala hal yang nampak ketika individu berkomunikasi (Rakhmat, 2011).

Psikologi memandang komunikasi sebagai proses penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak, saat 5 peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, dimana terjadi proses saling mempengaruhi di antara berbagai sistem dalam diri individu dan di antara individu (Rakhmat, 2011).

Ruang lingkup Psikologi Komunikasi mencakup hal - hal sebagai berikut :

1. Proses mental (internal) saat berlangsungnya proses komunikasi, meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir (komunikasi dalam diri individu).
2. Komunikan, yaitu setiap peserta komunikasi, bisa komunikator (yang memulai komunikasi) atau *komunikate* (penerima informasi). Psikologi memberikan karakteristik manusia komunikan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku komunikasinya (faktor internal dan eksternal).
3. Komunikator Psikologi, berupaya menjelaskan mengapa sebuah sumber komunikasi berhasil mempengaruhi individu lain, sedangkan sumber komunikasi yang lain mengalami kegagalan.

4. Komunikasi antar individu, Psikologi mencoba mencari tahu bagaimana pesan dari seorang individu menjadi stimulus yang menimbulkan respon bagi individu lain.
5. Psikolinguistik, perpaduan ilmu antara psikologi dan linguistik. Psikologi meneliti proses pengungkapan pikiran menjadi lambang, bentuk – bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap perilaku manusia.

Komunikasi ditujukan untuk memberikan informasi, menghibur, atau mempengaruhi (komunikasi persuasif). Komunikasi persuasif berkaitan erat dengan psikologi. Persuasif diartikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis (Rakhmat, 2011).

Menurut George A. Miller, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan sifat mental dan behavioral dalam komunikasi.

Fisher (1978) menguraikan ciri-ciri pendekatan psikologi pada komunikasi sebagai berikut :

1. Penerimaan stimuli secara inderawi (*sensory reception of stimuli*). Psikologi melihat komunikasi sejak organ-organ penginderaan menerima stimuli berupa data. Stimuli bisa

berbentuk orang, suara, warna, ucapan, dan sebagainya yang mempengaruhi individu.

2. Proses yang mengantarai stimulus dan respon (*internal mediation of stimuli*). Terjadi pengolahan stimulus dalam “kotak hitam” hingga memunculkan respon. Jika seseorang tersenyum, tertawa, bertepuk tangan, maka ia berada dalam keadaan gembira.
3. Prediksi respon (*prediction of response*). Psikologi komunikasi melihat bagaimana respon pada masa lalu dapat meramalkan munculnya respon yang akan datang.
4. Penguhan respon (*reinforcement of responses*), merupakan respon lingkungan atau orang lain pada respon individu yang asli, atau disebut juga dengan umpan balik (*feedback*).

Tanda-tanda komunikasi yang efektif menurut Tubbs dan Moss (1974), minimal menimbulkan lima hal, sebagai berikut :

1. Pengertian : penerimaan secara cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksudkan komunikator.
2. Kesenangan : menimbulkan hubungan hangat atau akrab, dan menyenangkan.
3. Mempengaruhi sikap : mampu memunculkan perubahan sikap pada komunikan, yang awalnya tidak suka berubah menjadi menyukai, dan sebaliknya. Perubahan sikap ini bisa dilakukan melalui komunikasi persuasif.

4. Hubungan sosial yang baik. Komunikasi yang dilakukan mampu menciptakan hubungan baik dengan individu lain. Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa menjalani kehidupan sendiri, selalu membutuhkan individu lain. Komunikasi dinilai efektif jika mampu menciptakan hubungan sosial yang baik, bukan malah memunculkan pertentangan atau konflik.
5. Tindakan : merupakan ukuran nyata dari efektivitas sebuah komunikasi. Tidak mudah untuk mempengaruhi individu lain agar melakukan tindakan tertentu sesuai keinginan komunikator. Perubahan perilaku melalui komunikasi ini membutuhkan proses komunikasi yang diawali dengan pengertian, kesenangan, perubahan sikap, terciptanya hubungan sosial yang baik, baru kemudian memudahkan terjadinya perubahan tindakan. Perubahan atau munculnya perilaku tertentu ini bisa dilakukan melalui komunikasi persuasif. (Drs. Jalaluddin Rakhmat, 1999)

3. Self Disclosure (Konsep Diri)

Konsep diri (*self-concept*) merupakan komponen kognitif mengenai diri (*self*) seseorang, yaitu merujuk pada keseluruhan keyakinan individu tentang dirinya (Kassin, et. al., 2008).

Menurut Hazel Markus (1977), konsep diri terdiri dari komponen kognitif (*self-schemas*), yaitu keyakinan individu tentang dirinya sendiri yang memandu pemrosesan informasi yang relevan dengan dirinya (Kassin, et. al., 2008). Konsep diri merupakan keyakinan yang dimiliki individu tentang atribut yang dimilikinya (Brehm & Kassin, 1996).

Kenrick et al. (2002) menyatakan bahwa konsep diri merupakan sebuah representasi mental yang menggambarkan pandangan dan keyakinan individu tentang dirinya sendiri. Konsep diri merupakan keyakinan (*belief*) individu tentang atribut yang melekat dalam diri sendiri, dimana keyakinan tersebut muncul setelah individu menyadari tentang dirinya dengan sifat - sifat yang melekat, baik melalui pengalaman pribadi, interaksi sosial, maupun dari proses perenungan (Suryanto, et. al., 2012).

Sumber-sumber yang membentuk konsep diri atau pengetahuan tentang diri (*self*) menurut Kenrick, et. al. (2002) sebagai berikut

a.) Proses persepsi diri (*self perception process*) Individu mempersepsi dirinya dengan mengamati perilakunya sendiri dalam keseharian.

b.) Penaksiran yang direfleksikan (*reflected appraisals process*)

Individu melakukan penaksiran tentang dirinya sendiri dengan merefleksikan atau bercermin dari apa yang dikatakan orang lain tentang dirinya. Evaluasi tentang diri individu

dipengaruhi oleh apa yang diucapkan orang lain tentang individu. Misalnya, ketika orang tua mengatakan kepada anaknya bahwa dia pandai, anak akan berpikir seperti apa yang dikatakan orang tua tersebut.

c.) Perbandingan sosial (*social comparison*) Menurut Festinger (1954), individu memperoleh pengetahuan tentang dirinya dengan cara membandingkan dirinya (kemampuan, sikap, keyakinan, tingkah laku) dengan orang lain. Misalnya, ketika seseorang membandingkan bahwa nilainya lebih baik dari teman-teman lainnya, individu akan mengetahui tentang kemampuannya.

d.) Memori autobiografi (*autobiographical memories*) Filosof James Mill berpendapat bahwa fenomena self dan memori bagaikan dua sisi mata uang. Tanpa memori autobiografi (ingatan tentang urutan kejadian yang telah kita alami), kita tidak akan memiliki konsep diri yang koheren (Kassin, Fein, & Markus, 2008). Seseorang bisa mengenali dirinya dari ingatan tentang pengalaman penting selama hidupnya. Ketika orang-orang diminta untuk mengingat kembali pengalamannya, mereka biasanya melaporkan lebih banyak peristiwa yang baru saja terjadi daripada masa lalu yang jauh ke belakang.

e.) Pengaruh budaya Konsep diri juga dipengaruhi oleh faktor budaya. Budaya individualisme dan kolektivisme mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap konsep diri dan identitas diri.

Menurut Hazel Markus dan Shinobu Kitayama (1991), sebagian besar bangsa Amerika Utara dan Eropa memiliki *independent view* tentang *self*, yang beranggapan bahwa *self* merupakan sebuah entitas yang berbeda, otonom (mandiri), dan unik. Keberhasilan seseorang dipandang karena usaha sendiri. Namun pada banyak negara di Asia, Afrika, dan Amerika Latin, orang-orang memegang *interdependent view* tentang diri (*self*), yang beranggapan bahwa *self* merupakan bagian dari sebuah jaringan sosial yang lebih besar yang mencakup keluarga, rekan kerja, dan orang - orang lain yang terhubung secara sosial. Pada pandangan ini, orang - orang tidak menganggap keberhasilannya karena usaha sendiri, melainkan karena kerja sama dalam kelompok. Jadi, orientasi budaya seseorang mempengaruhi caranya mempersepsi, mengevaluasi, dan mempresentasikan dirinya dalam relasi dengan orang lain (Maryam, 2018).

Pengungkapan diri dapat mengambil banyak bentuk yang berbeda, termasuk informasi tentang tindakan, sikap, perasaan, keinginan, motif, dan pikiran seseorang yang tepat dan mandiri. Keadaan dan orang - orang dengan siapa seseorang berinteraksi menentukan seberapa dalam diri seseorang. Potensi bagi kita untuk lebih terbuka sangat besar jika orang - orang yang berinteraksi dengan kita baik, aman, dan menginspirasi. Di sisi lain, pada orang

- orang tertentu, kita bisa menutup diri karena kita kurang percaya diri (Nurcahyawati et al., 2020).

Dikutip dari Jurnal yang Sama Joseph Luft dan Sidney Jourard mengembangkan gagasan ini. Proses membagikan informasi pribadi kita kepada orang lain atau sebaliknya dikenal dengan istilah *self disclosure* (membicarakan). Pengungkapan diri mendorong keterbukaan, namun keterbukaan memiliki batas-batasnya. Menetapkan batasan melibatkan pemikiran dan pertimbangan. Orang memilih kapan dan bagaimana memberi tahu orang lain, serta bagaimana menjawab tuntutan mereka (Salmia, 2021) (Harahap & Sori Monang, 2023)

Ada beberapa dimensi *self disclosure* DeVito (1997) mengemukakan bahwa pengungkapan diri memiliki lima dimensi yaitu *amount* (kuantitas), *valence* (valensi), *accuracy and honesty* (ketepatan dan kejujuran), *intention* (maksud atau tujuan), *intimacy* (kedalaman). (Apliany,2023) Seperti yang di katakan

1. *Amount* (Kuantitas)

Amount merupakan kuantitas pengungkapan diri yang terukur dan dapat diketahui dari seberapa sering frekuensi pengungkapan diri individu dan durasi yang diperlukan untuk mengungkapkan pernyataan tentang diri sendiri kepada orang lain. *Amount* berkaitan dengan banyaknya informasi yang diungkapkan seseorang.

2. *Valence* (Valensi)

Valensi merupakan sebuah nilai positif atau negatif dari proses pengungkapan diri individu. Seseorang dapat mengungkapkan hal yang menyenangkan dari dirinya atau hal yang tidak menyenangkan tentang diri sendiri. Dengan kata lain, seseorang dapat mengekspresikan hal baik maupun hal jelek dari diri sendiri di depan orang lain. Pengungkapan diri yang berbeda (positif atau negatif) memiliki efek penilaian yang berbeda dari orang yang berinteraksi dengannya.

3. *Accuracy and Honesty* (Ketepatan dan Kejujuran)

Accuracy and Honesty berkaitan dengan keakuratan dan kejujuran informasi yang diungkapkan individu. Ketepatan dalam pengungkapan diri ditentukan pada kemampuan pengetahuan atau pemahaman individu tentang dirinya sendiri. Berbeda halnya dengan kejujuran, individu dapat mengontrol untuk jujur sepenuhnya mengenai diri sendiri atau bahkan dapat mengurangi atau melewatkan bagian penting dari dirinya.

4. *Intention* (Maksud atau Tujuan)

Intention dapat didefinisikan sebagai maksud dan tujuan individu untuk mengungkapkan dirinya. Dengan kata lain ketika individu mengungkapkan dirinya, pasti ia

memiliki tujuan dan maksud tertentu, seperti misalnya untuk menarik perhatian, untuk mendapat dukungan, atau mencoba memperoleh penyelesaian masalah dengan berbagi pandangan dan lain sebagainya. Individu memiliki kontrol atas informasi yang diungkapkan agar dapat mencapai maksud dan tujuannya mengungkapkan diri.

6. *Intimacy* (Kedalaman)

Individu dapat mengungkapkan secara rinci hal-hal yang paling intim dalam hidup mereka, baik hal yang bersifat pribadi maupun perifer. Manusia memiliki tingkatan yang menunjukkan seberapa dalam seorang individu dalam menjalin hubungan atau berkomunikasi dengan orang lain lewat pengungkapan diri. Semakin dalam informasi yang disampaikan maka akan mempengaruhi keintiman hubungan individu dengan lawan bicaranya.

Adapun pendapat dimensi *Self Disclosure* yang dikemukakan oleh Culbert (1968), Person (1987), Cox (1989), Watson (1984) dan Altman Taylor, meliputi 5 aspek yaitu: ketepatan, motivasi, waktu, keintensifan, kedalaman dan keluasan. (Gainau, 2009)

1. Ketepatan

Ketepatan mengacu pada apakah seorang individu mengungkapkan informasi pribadinya dengan relevan dan

untuk peristiwa di mana individu terlibat atau tidak (sekarang dan disini). *Self-disclosure* sering sekali tidak tepat atau tidak sesuai ketika menyimpang dari norma-norma. Sebuah *self-disclosure* mungkin akan menyimpang dari norma dalam hubungan yang spesifik jika individu tidak sadar akan norma-norma tersebut. Individu harus bertanggung jawab terhadap resikonya, meskipun bertentangan dengan norma. *Self disclosure* yang tepat dan sesuai meningkatkan reaksi yang positif dari partisipan atau pendengar. Pernyataan negatif berkaitan dengan penilaian diri yang sifatnya menyalahkan diri, sedangkan pernyataan positif merupakan pernyataan yang termasuk kategori pujian.

2. Motivasi

Motivasi berkaitan dengan apa yang menjadi dorongan seseorang untuk mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Dorongan tersebut berasal dari dalam diri maupun dari luar. Dorongan dari dalam berkaitan dengan apa yang menjadi keinginan atau tujuan seseorang melakukan *self disclosure*. Sedangkan dari luar, dipengaruhi lingkungan keluarga, sekolah, dan pekerjaan.

3. Waktu

Waktu yang digunakan dengan seseorang akan cenderung meningkatkan kemungkinan terjadinya *self disclosure*.

Pemilihan waktu yang tepat sangat penting untuk menentukan apakah seseorang dapat terbuka atau tidak. Dalam keterbukaan diri individu perlu memperhatikan kondisi orang lain. Bila waktunya kurang tepat yaitu kondisinya capek serta dalam keadaan sedih maka orang tersebut cenderung kurang terbuka dengan orang lain. Sedangkan waktunya tepat yaitu bahagia atau senang maka ia cenderung untuk terbuka dengan orang lain.

4. Keintensifan

Keintensifan seseorang dalam keterbukaan diri (*self disclosure*) tergantung kepada siapa seseorang mengungkapkan diri, apakah teman dekat, orangtua, teman biasa, orang yang baru dikenal.

5. Kedalaman dan Keluasan

Kedalaman *self disclosure* terbagi atas dua dimensi yakni *self disclosure* yang dangkal dan yang dalam. *Self disclosure* yang dangkal biasanya diungkapkan kepada orang yang baru dikenal. Kepada orang tersebut biasanya diceritakan aspek - aspek geografis tentang diri misalnya nama, daerah asal dan alamat. *Self disclosure* yang dalam, diceritakan kepada orang-orang yang memiliki kedekatan hubungan (*intimacy*). Seseorang dalam menginformasikan dirinya secara mendalam dilakukan kepada orang yang betul – betul dipercaya dan biasanya hanya dilakukan kepada orang yang betul - betul akrab dengan dirinya,

misalnya orang tua, teman dekat, teman sejenis dan pacar. Pendek kata, dangkal dalamnya seorang menceritakan dirinya ditentukan oleh yang hendak diajak berbagi cerita atau target person (Pearson,1987). Semakin akrab hubungan seseorang dengan orang lain, semakin terbuka ia kepada orang tersebut.

Sementara itu, Altman dan Taylor (1973) mengemukakan bahwa *self disclosure* merupakan kemampuan seseorang untuk mengungkapkan informasi diri kepada orang lain yang bertujuan untuk mencapai hubungan yang akrab. Proses untuk mencapai hubungan yang akrab disebut model Penetrasi sosial. Ada dua dimensi *self disclosure* seseorang yaitu keluasan dan kedalaman. Keluasan berkaitan dengan siapa seseorang mengungkapkan dirinya (target person) seperti orang yang baru dikenal, teman biasa, orang tua/saudara dan teman dekat. Kedalaman berkaitan dengan topik umum dan topik khusus. Pada umumnya ketika seseorang terbuka dengan orang asing atau baru dikenal topik pembicaraan umum dan kurang mendalam. Sedangkan bila seseorang terbuka dengan teman dekat maka topik pembicaraannya khusus dan lebih mendalam (topik pembicaraan semakin banyak (Sears, dkk., 1999). (Gainau, 2009)

Menurut Masaviru (Derlega, Winstead, & Greene (2001), Steinberg (2007), Tang et al. (2013) Kayu(2010) tindakan membuka

informasi pribadi tentang diri sendiri tidak mungkin ditemukan orang lain. Informasi ini menyentuh topik yang orang tidak akan pikirkan untuk berdiskusi dengan orang - orang tertentu dan oleh karena itu, kita menjaga pikiran dan perasaan kita pada diri kita sendiri. Namun demikian juga diperdebatkan bahwa ada komunikasi verbal atau nonverbal yang mengungkapkan sesuatu tentang diri adalah pengungkapan diri. Oleh karena itu, pengungkapan diri tidak selalu harus dalam agar bermanfaat atau bermakna. Pengungkapan diri superfisial, sering dalam bentuk "obrolan ringan," adalah kunci dalam memulai hubungan yang kemudian berlanjut tingkat pengungkapan diri yang lebih pribadi. (Ardiyanto & Dian Purworini, 2017)

Keterbukaan diri mempunyai kelebihan dan kekurangan. Sehubungan dengan kelebihanannya, ini memungkinkan kita untuk terbuka dan mengungkapkan lebih banyak kepada orang-orang yang juga mengungkapkan (Steinberg, 2007). Kedua, merupakan proses timbal balik Dimana semakin banyak seseorang mengungkapkan kepada orang lain, semakin besar pula keinginan mereka untuk melakukan hal yang sama (Steinberg, 2007). Ketiga, pengungkapan mengarah pada kepercayaan yang mengembangkan hubungan. Namun, berbicara terlalu banyak tentang diri kita sendiri di awal hubungan mungkin tidak memfasilitasi pengembangan persahabatan karena terlalu banyak pengungkapan dapat dianggap

merugikan menjadi tidak aman. Akibatnya keterbukaan diri dapat menimbulkan penolakan karena tidak disukai atau diterima (Steinberg, 2007).

Meskipun demikian, keterbukaan diri bergantung pada berbagai permasalahan dan faktor. Sejumlah faktor mempengaruhi kapan harus mengungkapkan dan kapan tidak mengungkapkan.

Faktor keterbukaan diri :

- a.) Faktor pertama adalah budaya perbedaan antara pasangan, terutama orang asing. Budaya memiliki aturan dan sanksi yang menghambat tingkat tinggi keterbukaan diri di antara orang asing (Derlega et al., 2001; Tang et al., 2013).
- b.) Kedua, ciri - ciri individu atau perbedaan dalam keterampilan interpersonal mempengaruhi bagaimana dan kapan mengungkapkan. Mereka yang memiliki keterikatan yang aman orang – orang mempunyai tingkat keterbukaan diri yang tinggi, sedangkan orang yang memiliki keterbukaan yang tinggi mendorong orang lain untuk melakukan keterbukaan diri.
- c.) Ketiga, jenis kelamin Perbedaan mempengaruhi keterbukaan diri karena laki-laki merasa canggung untuk mengungkapkan dibandingkan perempuan

oleh karena itu perempuan lebih banyak cenderung membalas tingkat keintiman dibandingkan laki-laki (Derlega et al., 2001; Tang et al., 2013).

4. Media Sosial

Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada usergenerated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Boyd dalam Nasrullah (2015)

Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing, Collaborating dan Connecting* (Puntoadi, 2011)

Dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015:39) ada enam kategori besar media sosial :

1. *Social Networking*

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaanya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan

pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah *Facebook* dan *Instagram*.

2. *Blog*

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

3. *Microblogging*

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *Twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

4. *Media Sharing*

Media Sosial ini memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media sosial ini yaitu *Youtube*, *Flickr*, *Photobucket*, atau *Snapfish*.

5. *Social Bookmarking*

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking

yang populer yaitu *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, di Indonesia sendiri yaitu *LintasMe*.

6. *Wiki Wiki* atau Media Konten Bersama

Merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi. Media sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Instagram*. *Instagram* termasuk ke dalam jenis media sosial kategori *social networking*. (Puspitarini & Reni Nuraeni, 2019)

Karakteristik Media Sosial

Menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014: 27), media sosial memiliki enam (6) ciri sebagaimana berikut ini.

- 1.) Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- 2.) Isi pesan muncul tanpa melalui gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat.
- 3.) Isi disampaikan secara online dan langsung.
- 4.) Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.

- 5.) Menjadikan para penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
- 6.) Dalam konten media sosial terdapat aspek-aspek fungsional, seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).

Dalam buku Panduan Optimalisasi Media Sosial (2014), terdapat berbagai kelebihan yang dimiliki media sosial dibandingkan dengan media konvensional.

1. Cepat, ringkas, padat dan sederhana. Apabila kita lihat, setiap produksi media konvensional membutuhkan suatu keterampilan khusus, standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya media sosial sangatlah mudah digunakan (*user friendly*). Bahkan, para penggunanya tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya; yang diperlukan hanya komputer, tablet, smartphone, ditambah koneksi internet.
2. Menciptakan hubungan lebih intens. Media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba membangun hubungan dengan model interaksi

atau koneksi secara live melalui telepon, sms. Sebaliknya, media sosial memberikan kesempatan yang luas kepada user untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.

3. Jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, tetapi untuk menjangkau itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Melalui media sosial, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna media sosial juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna.
4. Kendali dan terukur. Dengan sistem tracking yang tersedia pada media sosial, pengguna bisa mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional, masih membutuhkan waktu yang lama. (Asriyani Sagiyanto, 2018)

5. *Instagram*

Instagram merupakan sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang

memunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena *Instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat foto lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10).

Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua sarjana dari *Stanford University* di Amerika Serikat. Mereka berdua meluncurkan *Instagram* pada bulan Oktober 2010. Layanan *Instagram* yang tadinya masih berupa aplikasi *smartphone* ini mendapatkan popularitas yang tinggi dalam waktu cepat, dengan lebih dari 100 juta pengguna yang terdaftar (dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) per Januari 2013. Ini berarti hanya dalam kurun waktu 3 tahun saja, jumlah pengguna *Instagram* sudah mencapai ratusan juta. (Kevin Systrom dan Mike Krieger, "Sejarah *Instagram*" (*Online*)). (Damayanti, 2018)

Instagram dapat diartikan sebagai media untuk mengambil foto dan mengirimnya dalam waktu cepat (Sari 2017:6). *Instagram* mempunyai 5 menu utama (Atmoko, 2012:28) yaitu;

a. *Home Page*

Home page merupakan halaman utama yang berisi foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti. Cara melihatnya dengan menggeser layar ke arah dan bawah.

b. *Comments*

Foto ataupun video yang sudah diunggah dalam *Instagram* dapat dikomentari oleh pengguna lain dalam kolom komentar yang tersedia.

c. *Explore*

Explore yaitu kumpulan foto atau video populer yang mendapatkan banyak like.

d. Profil

Informasi pengguna dapat diketahui melalui profil.

e. *News Feed*

News Feed merupakan fitur berisikan notifikasi atas berbagai kegiatan yang dilakukan pengguna *Instagram*.

Menurut Atmoko, terdapat bagian pada *Instagram* yang sebaiknya diisi agar foto yang diunggah lebih bermakna, yaitu;

1.) Judul

Judul atau biasa disebut caption bersifat memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui foto.

2.) *Hashtag*

Hashtag adalah simbol tanda pagar (#), tanda pagar ini dapat mempermudah pengguna untuk menemukan foto atau video di *Instagram* dengan kategori tertentu.

3.) Lokasi Fitur

Fitur ini adalah fitur yang menampilkan lokasi di mana pengguna mengambil foto. Meski Instagram disebut layanan berbagi foto, *Instagram* juga merupakan jejaring sosial karena melalui Instagram pengguna dapat melakukan interaksi dengan pengguna lain.

Aktivitas yang dilakukan di *Instagram*, yaitu:

1. *Follow*

Follow atau ikut, pengguna *Instagram* dapat mengikuti atau berteman dengan pengguna lainnya dengan cara saling *follow* akun *Instagram*.

2. *Like*

Like merupakan ikon di mana pengguna dapat menyukai video atau foto yang telah unggah, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah keterangan foto yang bersebelahan dengan kolom komentar atau dengan mengetuk dua kali pada foto.

3. Komentar

Komentar merupakan aktivitas memberikan pikiran atau pendapat melalui kalimat.

4. *Mention*

Fitur *mention* digunakan untuk menandai pengguna lain dengan cara menambah tanda arroba (@) di depan nama akun *Instagram* dari pengguna tersebut. *Instagram* membuat fitur

yang terinspirasi dari *Snapchat Stories* dan diberi nama *Instagram Stories*. Fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video yang kemudian akan hilang setelah 24 jam. (Puspitarini & Reni Nuraeni, 2019)

6. Generasi Z

Generasi Z atau Gen Z atau *iGen* atau *centennials*, mengacu pada generasi yang lahir antara 1996-2010, setelah generasi milenium atau gen Y. Generasi Z telah dibesarkan oleh internet dan media sosial, sudah menjalani pendidikan tinggi di perguruan tinggi dan sebagian telah menyelesaikannya dan memasuki dunia kerja pada tahun 2020. Generasi Z tumbuh dengan teknologi, internet, dan media sosial, yang terkadang menyebabkan mereka mendapatkan stereotip sebagai pecandu teknologi, anti-sosial, atau pejuang keadilan sosial (*Business Insider*, 2019). Konteks itu telah menghasilkan generasi hiper kognitif yang sangat nyaman dengan mengumpulkan banyak referensi sumber informasi serta mengintegrasikan pengalaman virtual dan *offline* (Francis & Hoefel, 2018). (Purnomo et al., n.d.)

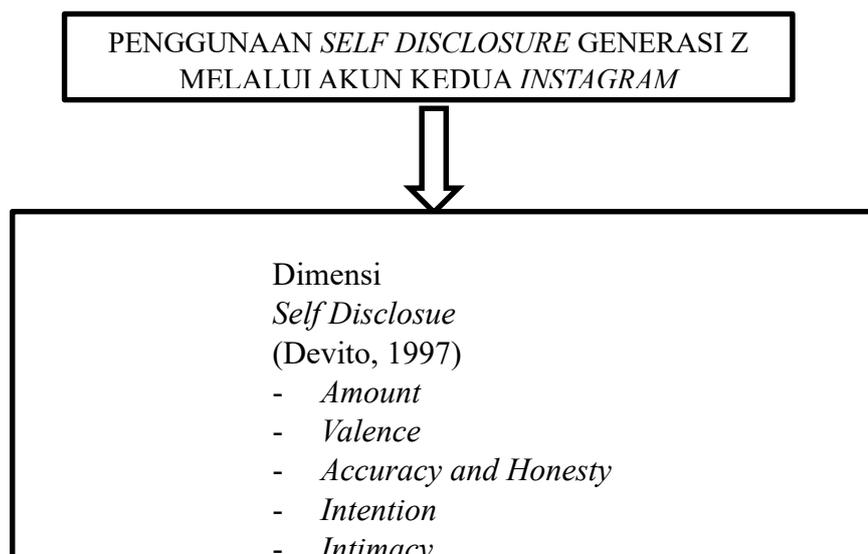
Generasi Z adalah generasi yang memang telah lahir di era serba canggih, era dimana internet merambah semua kalangan. Maka generasi Z disebut juga generasi NET. Generasi Z atau Gen NET sangat tergantung pada teknologi, berbakat menggunakan berbagai sarana informasi, tidak ada waktu tanpa *smartphone* dan selalu terhubung pada internet. Generasi Z bisa mendapat informasi apa saja dari gadget yang

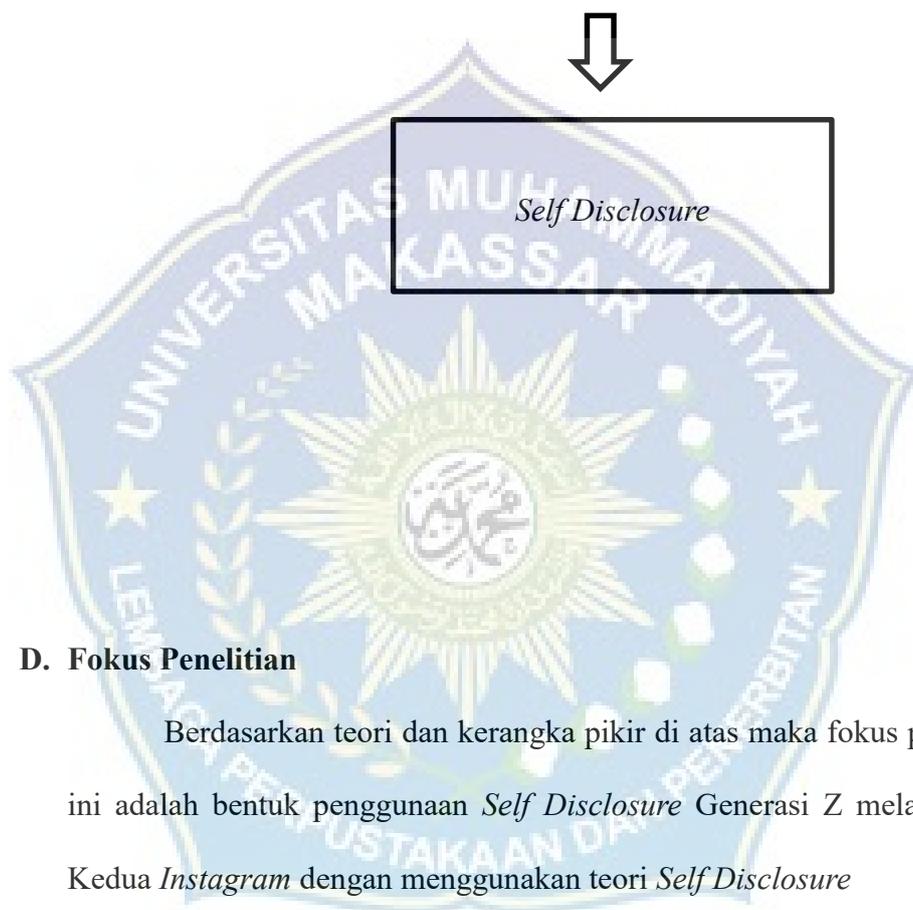
ada ditangannya. Generasi ini sebagian justru sudah memiliki penghasilan yang cukup besar. (Kristyowati, 2021)

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini yang di lakukan *Self Disclosure* Generasi Z melalui Akun Kedua *Instagram* dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pola penggunaan *Self Disclosure* Generasi Z melalui Akun Kedua *Instagram* dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu:

Gambar 2.2 Kerangka Pikir





D. Fokus Penelitian

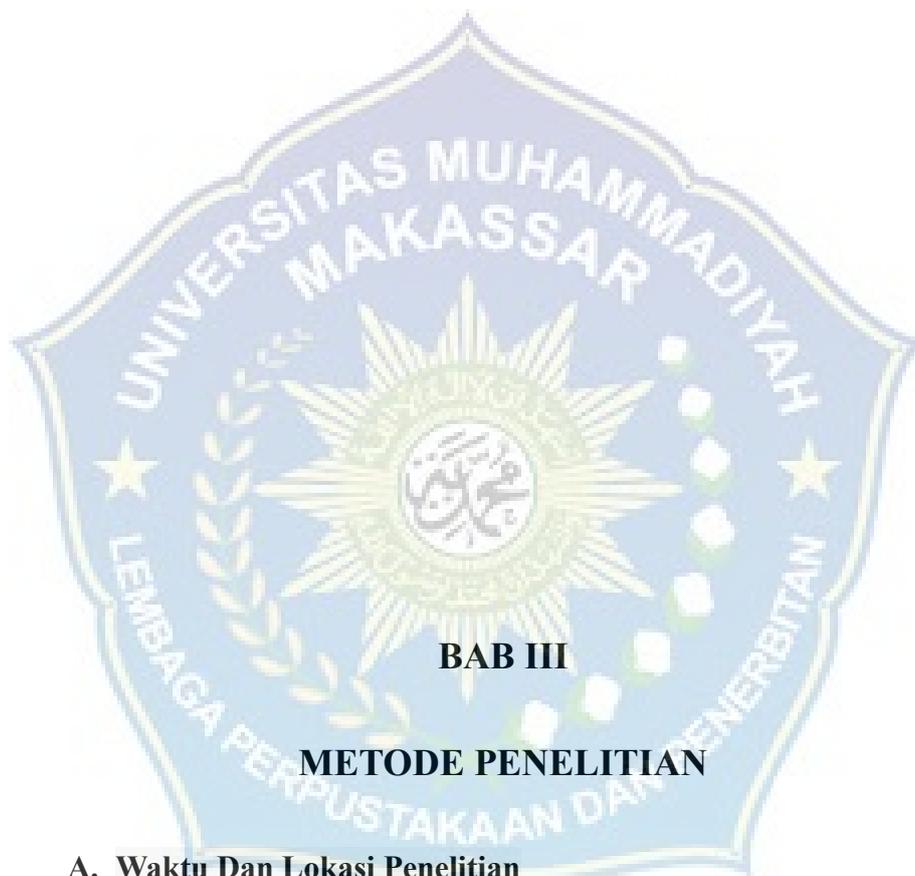
Berdasarkan teori dan kerangka pikir di atas maka fokus penelitian ini adalah bentuk penggunaan *Self Disclosure* Generasi Z melalui Akun Kedua *Instagram* dengan menggunakan teori *Self Disclosure*

E. Deskripsi Fokus

Berdasarkan fokus penelitian yang telah diuraikan, penulis akan mendeskripsikan fokus penelitian yang akan diteliti :

1. *Self Disclosure* Seiring dengan perkembangan teknologi, kini dapat dilakukan melalui media sosial, salah satunya adalah *Instagram*.

2. Akun Kedua adalah sebutan untuk akun kedua (bukan akun utama) pengguna *Instagram* yang digunakan secara aktif oleh penggunanya untuk tujuan tertentu.
3. *Amount* (kuantitas) berkenaan dengan banyaknya informasi yang diungkapkan oleh Mahasiswa dilihat dari frekuensi dan durasi yang digunakan dalam melakukan *Self Disclosure*.
4. *Valensi* adalah sebuah nilai positif dan negatif dari proses Pengungkapan diri yang dilakukan oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar
5. *Accuracy and Honesty* berkaitan dengan keakuratan dan kejujuran dalam melakukan pengungkapan diri pada Akun Kedua *Instagram*
6. *Intention* adalah maksud dan tujuan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar dalam melakukan pengungkapan diri pada Akun Kedua *Instagram*
7. *Intimacy* (kedalaman) adalah tingkat kedalaman Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar dalam melakukan *Self Disclosure* pada Akun Kedua *Instagram*



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Lokasi Penelitian

Waktu dilaksanakannya penelitian ini kurang lebih selama dua bulan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Makassar Provinsi Sulawesi Selatan – Jalan Sultan Alauddin No 259.

B. Jenis Dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data

deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang diamati.

Menurut Lexy J. Moleong (1989:27) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah Penelitian yang berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengandalkan analisis data secara induktif, mengarahkan sasaran penelitiannya, pada usaha menemukan teori dari dasar, bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi dengan fokus memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data, rancangan penelitiannya bersifat sementara, dan hasil penelitiannya disepakati oleh kedua belah pihak antara peneliti dan subyek penelitian. (Ningsih et al., 2020)

Pendekatan deskriptif memiliki kemampuan untuk menguraikan suatu keadaan obyektif atau peristiwa tertentu berdasarkan faktafakta yang terlihat atau seharusnya, dan selanjutnya mencoba untuk menyimpulkan berdasarkan data historis. (Moleong & Surjaman, 1989)

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif karena rumusan masalah yang telah disebutkan bermaksud untuk mendeskripsikan, menguraikan dan menginterpretasikan *Self Disclosure* Generasi Z melalui Akun Kedua *Instagram*.

C. Informan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan

fenomenologi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik yang digunakan untuk mendapatkan subjek yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan dan sesuai dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti (Strauss & Corbin, 1990). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah wawancara semi terstruktur yang dilakukan sebanyak 2 kali untuk mendapatkan info yang akurat. Menurut Sugiyono (2013) jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori in-depth interview, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Dalam penelitian ini Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik untuk mendapatkan subjek yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 3 orang subjek.

Adapun kriteria *self disclosure* generasi Z melalui akun kedua *Instagram* sebagai berikut, yang pertama jumlah informasi pribadi yang dibagikan, kedua jenis konten yang diposting, ketiga penggunaan *story* dan *caption*, keempat frekuensi, kelima tujuan akun kedua, keenam konsisten dalam konten.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa informan yang akan dipilih berdasarkan Jurusan atau Prodi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Makassar Setiap Angkatan yang merupakan Generasi Z, kemudian memilih kurang lebih dua atau tiga

orang mahasiswa yang menggunakan aplikasi *Instagram* Angkatan 2021 dan Angkatan 2022 dilihat dari observasi sebelumnya ternyata rata-rata banyak menggunakan akun kedua dengan Kategorisasi Postingan yang aktif melalui *Self Disclosure*.

Data pengguna akun kedua *Instagram* masing – masing setiap angkatan 2021 dan 2022 adalah angkatan 2021 itu ada tiga orang dari 15 mahasiswa yang menggunakan akun kedua kemudian angkatan 2022 ada tiga orang dari 12 mahasiswa yang menggunakan akun kedua *Instagram*. Ketiga mahasiswa yang terpilih menjadi informan itu mempunyai kriterianya masing – masing.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

Nama	Angkatan	Tahun Pembuatan Akun Kedua <i>Instagram</i>
Magfira Ayunda	2021	2021
Andi Ummul Resky Lutfiah	2021	2019
Hardianti	2022	2020
Septia Ningsih	2022	2017

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah wawancara semi terstruktur yang dilakukan sebanyak 2 kali untuk mendapatkan info yang akurat. Menurut Sugiyono (2013)

jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Dalam penelitian ini Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik untuk mendapatkan subjek yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 3 orang subjek. (Budiani, Altashya Nurul, Ferdi Fauzi, Genia Yevandarest Bantar, 2023)

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara mempelajari dan mengadakan pengamatan secara langsung kedalam sebuah kampus untuk mendapatkan bukti-bukti yang dapat mendukung dan melengkapi hasil penelitian. Peneliti melakukan observasi langsung di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar untuk mengamati dan mencatat bukti Si pengguna Akun melalui teknologi informasi dan komunikasi, yaitu Media Sosial *Instagram*. (Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, Noviawan Rasyid Ohorella, 2020)

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengumpulan dokumen-dokumen untuk memperkuat informasi; (Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, 2020)

E. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis secara lebih deskriptif kualitatif dengan mengutamakan pengungkapan melalui keterangan yang ditunjang oleh data sekunder. Untuk menganalisa fenomena yang ada dilapangan maka dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Pengumpulan informasi

Dilakukan melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi.

2. Reduksi data

Reduksi data dilakukan dengan proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Langkah ini dilakukan untuk memilih informasi mana yang sesuai dan tidak sesuai dengan masalah penelitian.

3. Penyajian data

Penyajian data dilakukan agar hasil reduksi dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga dapat dengan mudah dipahami dan dilakukan dalam bentuk uraian naratif.

4. Tahap akhir

Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan yang dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan lapangan sehingga data dapat teruji validitasnya.

F. Teknik Pengabsahan Data

Adapun teknik pengabsahan data yang digunakan peneliti adalah Triangulasi dengan teknik dimana dilakukan dengan pengecekan data dari berbagai sumber, cara dan berbagai waktu, yaitu sebagai berikut :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi adalah adalah menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Menguji kredibilitas data yang dilakukann dengan cara dan sumber yang sama tetapi menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara lalu di cek dengan observasi dan dokumentasi.

3. Triangulasi Waktu

Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas data. Pengujian keabsahan data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara , observasi maupun teknik lain dalam situasi waktu yang berbeda. Jika hasil uji menghasikan data yang berbeda maka akan menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan berulang kali sehingga sampai ditemukan kapasitas datanya.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab iv ini peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian dan pembahasan dari data yang berkaitan dengan fokus penelitian, sebagai tindak lanjut dari hasil pengumpulan data. Sebelum mendeskripsikan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti terlebih dahulu akan menguraikan secara singkat tentang gambaran Universitas Muhammadiyah Makassar dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar yang menjadi tempat atau lokasi penelitian.

1. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar didirikan pada 19 Juni 1963 sebagai cabang dari Universitas Muhammadiyah Jakarta. Pendirian

universitas ini merupakan hasil keputusan Musyawarah Wilayah Muhammadiyah Sulawesi Selatan dan Tenggara ke-21 yang dilaksanakan di Kabupaten Bantaeng. Universitas Muhammadiyah Makassar resmi terdaftar sebagai Perguruan Tinggi Swasta sejak 1 Oktober 1965.

Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh Makassar) sebagai Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) memiliki tanggung jawab besar terhadap agama, bangsa, dan negara, baik saat ini maupun di masa mendatang. Selain menjadi salah satu PTM/PTS terbesar di Kawasan Timur Indonesia, Unismuh Makassar juga memiliki budaya pendidikan yang merupakan bagian dari amal usaha Muhammadiyah. Integrasi nama Muhammadiyah dengan Makassar mencerminkan harapan akan sinergi antara budaya, ilmu pengetahuan, dan nilai-nilai keagamaan.

Pada awal pendiriannya, Universitas Muhammadiyah Makassar membuka dua fakultas, yaitu Fakultas Keguruan dan Seni dengan jurusan Bahasa Indonesia serta Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dengan jurusan Pendidikan Umum (PU) dan Pendidikan Sosial (PS). Pada saat itu, universitas dipimpin oleh Rektor Dr. H. Sudan. Pada tahun yang sama (1963), Universitas Muhammadiyah Makassar berdiri secara mandiri dan dipimpin oleh Rektor Drs. H. Abdul Watif Masri.

Pada tahun 1965, Universitas Muhammadiyah Makassar terus berkembang dengan membuka sejumlah fakultas baru, seperti Fakultas Ilmu Agama dan Dakwah (FIAD), Fakultas Ekonomi (Fekon), Fakultas Sosial dan Politik, Fakultas Kesejahteraan Sosial, serta Akademi Pertanian.

Selanjutnya, pada tahun 1987 dibuka Fakultas Teknik, diikuti oleh Fakultas Pertanian pada tahun 1994, program pascasarjana pada tahun 2002, dan Fakultas Kedokteran pada tahun 2008. Hingga kini, Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki 7 fakultas dengan 34 program studi serta program pascasarjana yang telah terakreditasi oleh BAN-PT.

Pada tahun 2003, Universitas Muhammadiyah Makassar mengalami masa transisi penting dalam sejarahnya, yaitu perubahan kepemimpinan yang melibatkan kolaborasi antara generasi muda dan generasi senior. Pimpinan bersama seluruh civitas akademika berkomitmen untuk mempertahankan pencapaian para pendahulu, mengembangkannya menjadi lebih baik, serta menjalankan tiga komitmen utama: (1) menjaga kepercayaan masyarakat, (2) meraih keunggulan dalam persaingan yang semakin ketat, dan (3) mencapai kemandirian dalam pengelolaan dan pengembangan institusi. Dengan komitmen tersebut, diharapkan Universitas Muhammadiyah Makassar dapat menjadi perguruan tinggi Islam yang terkemuka.

2. Visi dan Misi

Visi:

“Menjadi Perguruan Tinggi Islam Terkemuka, Unggul, Terpercaya, dan Mandiri pada Tahun 2024”

Misi:

1. Menyelenggarakan proses pendidikan untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan;

2. Menyelenggarakan dan mengembangkan proses pembelajaran yang kreatif, inovatif, efektif, dan menyenangkan;
 3. Menumbuhkembangkan dan menyebarluaskan penelitian yang inovatif, unggul dan berdaya saing;
 4. Menumbuhkembangkan kewirausahaan berbasis kemitraan dan ukhuwah;
 5. Meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan civitas akademika, alumni, dan masyarakat.
3. Gambaran Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar dipopulerkan dengan akronim Fisip Unismuh Makassar. Ada tiga program studi yang dikelola yakni:
- a. Ilmu Administrasi Negara (Administrasi Publik)
 - b. Ilmu Pemerintahan (Studi Pemerintahan)
 - c. Ilmu Komunikasi (Studi Komunikasi)

Saat ini, program studi Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Pemerintahan telah mendapat peringkat Akreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT). Ilmu Komunikasi memperoleh Akreditasi B, yang saat ini dalam proses peningkatan peringkat. Pencapaian Akreditasi A atau Akreditasi Unggul pada semua program studi terus kami upayakan.

Fisip Unismuh Makassar hadir untuk berkontribusi dalam perkembangan dinamika lokal, nasional dan internasional. Khususnya hal-hal yang erait kaitannya dengan kajian kebijakan publik, kelembagaan politik, sistem pemeritahan, dinamika birokrasi, pelayanan publik, komunikasi organisasi, *public relation* serta ICTS (*information and communication technologies*) dalam sektor publik. Tentunya, kajian-kajian tersebut dipadukan dengan nilai-nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah yang menjadi jati diri dan landasan perjuangan keilmuan Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM).

Fisip Unismuh Makassar menerapkan sistem pembelajaran yang tidak hanya sebatas pengayaan teori di ruang-ruang kelas, melainkan juga pelaksanaan praktek lapangan secara langsung dan berkala di banyak tempat. Praktek lapangan tersebar pada instansi pemerintah dan swasta serta lembaga publik lainnya. Dengan perpaduan antara teori dan praktek, peserta didik akan lebih mudah memahami mata kuliah dan modul yang diberikan. Pencapaian profil lulusan pada setiap program studi yang tangguh dan handal menjadi komitmen kami, Fisip Unismuh Makassar.

Untuk memaksimalkan eksistensi Fisip Unismuh Makassar, kemitraan dengan berbagai pihak terus dilakukan, baik dalam negeri maupun luar negeri. Peningkatan kapasitas pendidik (dosen) dan tenaga kependidikan (pegawai) juga terus dilakukan melalui studi lanjut dan pelatihan pengembangan kompetensi yang relevan. Fasilitas untuk keberlangsungan kegiatan akademik dan non akademik tersedia dengan

lengkap dan terus diperbaharui sesuai kebutuhan. Perbaikan dan pengembangan sumber daya merupakan rutinitias bagi Fisip Unismuh Makassar.

Fisip Unismuh Makassar menjadi pilihan tepat generasi muda untuk mewujudkan masa depan gemilang. Gejolak sosial dan politik diberbagai negara dan daerah yang terus dinamis mendorong pentingnya kepekaan yang tinggi pada Ilmu Administrasi Negara, Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi. Di era berbasis teknologi, terapan dari ilmu sosial dan politik terus meluas ke berbagai organisasi sektor publik dan bisnis. Terapannya juga semakin dibutuhkan pada organisasi dan perusahaan multinasional. Paham kajian keilmuannya, terampil dalam penerapannya adalah potret alumni kami, Fisip Unismuh Makassar.

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik menitikberatkan pada pengkajian fenomena sosial, juga cara penyelesaiannya. Interaksi sosial terjadi dalam lingkungan pemerintah dan non pemerintah. Penyelesaiannya dilakukan melalui pendekatan aturan umum pemerintah dan aturan khusus lembaga non pemerintah, termasuk organisasi atau perusahaan terkait. Karena itu, pilihan mengabdikan diri pada Ilmu Sosial dan Ilmu Politik adalah pilihan mengabdikan diri pada urusan yang terus berkembang, semuanya untuk kepentingan umum. Kita tidak bisa terlepas dari gejolak sosial dan politik, dari urusan administrasi dan komunikasi, menekuninya merupakan pilihan terbaik.

B. Hasil Penelitian

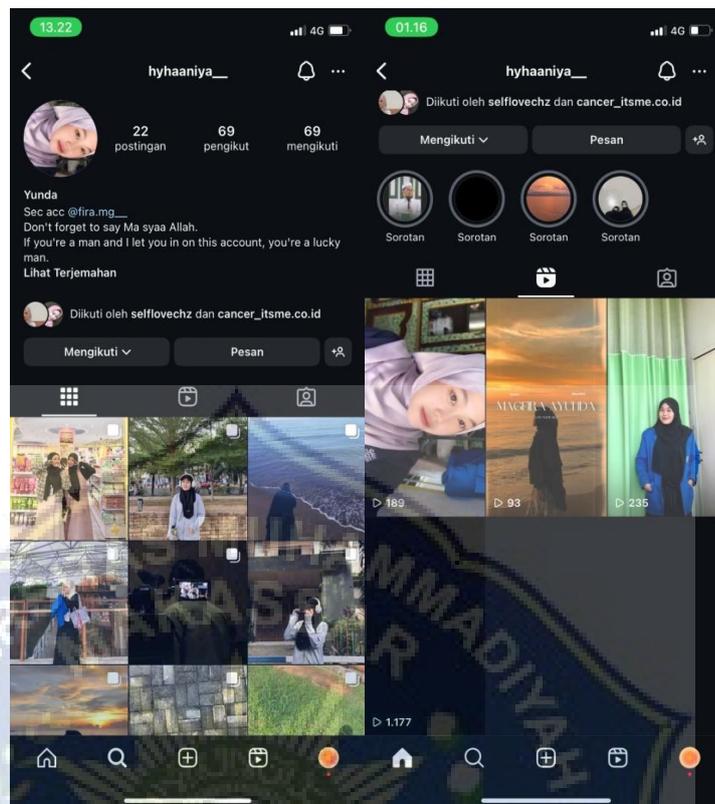
Pada BAB ini peneliti akan menguraikan data dari hasil penelitian tentang “*Self Disclosure* Generasi Z melalui Akun Kedua *Instagram*” sebagai berikut. Berdasarkan hasil dari observasi, dan wawancara penggunaan akun kedua *Instagram* sebagai bentuk keterbukaan diri (*Self-Disclosure*) dalam generasi Z melalui akun kedua *Instagram* dibagi menjadi 7 rumusan utama yang sesuai dengan dimensi *self-disclosure* menurut DeVito, menghasilkan beberapa tema yaitu *amount, valence, accurary and honesty, intention, intimacy*.

1. *Amount*

Pada point ini menjelaskan tentang *amount* (kuantitas) frekuensi dan durasi para pengguna *Instagram* dalam menggunakan akun kedua *Instagram* nya untuk menentukan *self disclosure*. Adapun kriteria apa saja yang masuk dalam kategori *self disclosure* contohnya bisa berupa: unggahan cerita pribadi, keluhan atau curhatan, pengungkapan (senang, sedih, marah), dan pengakuan terhadap masalah pribadi dengan melalui frekuensi dan durasi.

Dari keempat informan, frekuensi rata-rata postingan mereka di akun kedua *Instagram* mencakup berbagai *platform* seperti story, feed, dan reels.

Berikut pendapat Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi mengenai Seberapa sering mereka membagikan sesuatu di akun kedua *Instagram*,

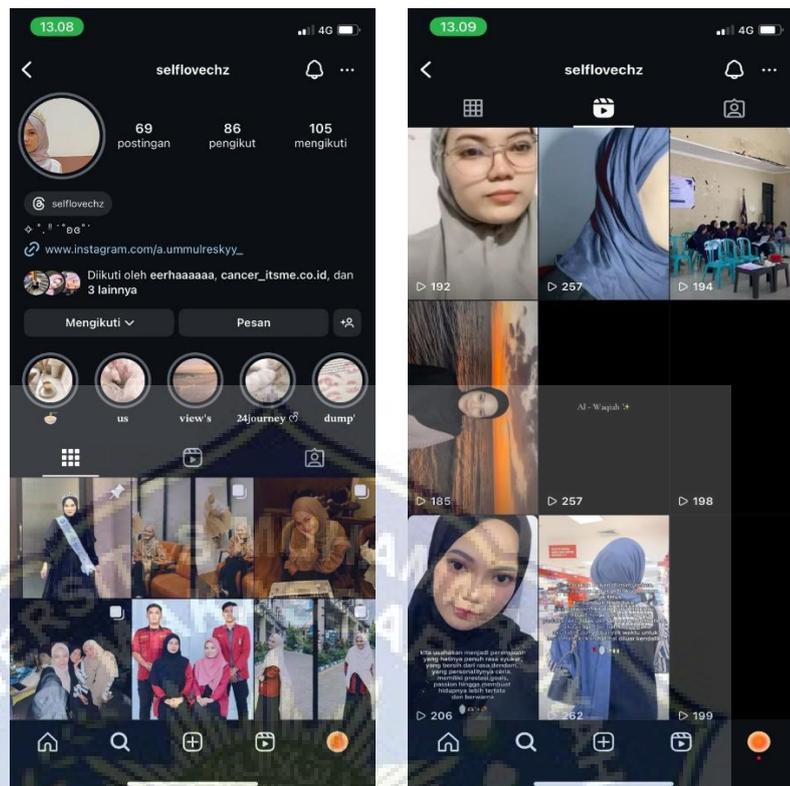


Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Saya sering, bahkan hampir setiap hari, membagikan momen untuk dijadikan kenangan di masa depan. Dengan cara ini, ketika saya merindukan momen tersebut, saya bisa melihatnya kembali melalui postingan yang saya unggah.” (Wawancara Fira, pada tanggal 14 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, tampak bahwa Fira membagikan momennya di akun kedua sebagai cara untuk menyimpan kenangan. Ketika ia merasa rindu dengan momen-momen tersebut di masa depan, ia bisa melihat kembali unggahan-unggahannya.

Tak jauh berbeda dengan Fira, ummul juga memberikan jawaban

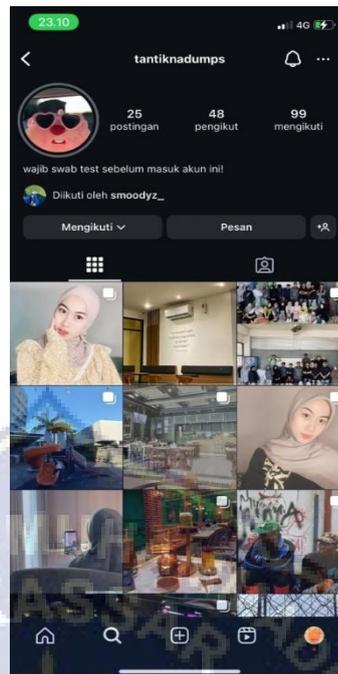


Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Seringkali, saya menggunakan akun kedua *Instagram* saya sebagai akun arsip untuk menyimpan video, foto, dan narasi yang tidak terlalu saya perlukan untuk branding di publik, tetapi tetap unik dan cocok untuk konsumsi pribadi atau teman-teman terdekat saja.” (Wawancara Ummul, pada tanggal 5 September 2024)

Dari hasil wawancara, terlihat bahwa Ummul menggunakan akun keduanya untuk mengarsipkan berbagai dokumen berupa video dan foto. Ia menambahkan narasi pada postingannya, namun menurutnya narasi tersebut tidak terlalu penting untuk branding di publik, melainkan lebih cocok untuk konsumsi pribadi atau teman dekatnya.

Berbeda dengan sebelumnya, Tanti mengatakan



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Untuk *Instagram Story*, aku biasanya update hampir setiap hari, sedangkan untuk *feed* Instagram, cukup sebulan sekali.” (Wawancara Tanti, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Tanti lebih sering mengunggah konten di story, meskipun ia juga tetap mengupload tentang dirinya di feed, namun hanya sekitar sebulan sekali.

Hampir sama jawaban Tanti, septi juga mengatakan



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Sangat sering, seminggu tiga kali atau bahkan lebih dari itu.” (Wawancara Septi, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Septi mengatakan ia mengunggah fotonya tiga kali dalam seminggu, bahkan kadang lebih dari itu.

Berikut adalah frekuensi postingan dari setiap informan Fira membagikan momen di *feed Instagram* hampir sekali dalam seminggu. Ummul biasanya memposting di feed sekitar dua hingga tiga kali per minggu. Tanti juga hampir setiap hari memposting, meskipun kadang hanya sekali dalam seminggu. Septi membagikan postingan hampir tiga kali per minggu, atau bahkan lebih sering dari itu.

Dari hasil wawancara tersebut keempat informan mencerminkan pola unik dalam pengelolaan waktu dan frekuensi pengungkapan diri di

platform media sosial *Instagram*. Informan pertama secara aktif membagikan momen untuk kenangan masa depan sehari – hari di akun kedua *Instagram*. Sebaliknya informan kedua lebih sering berbagi konten berupa narasi dan cocok untuk dikonsumsi pribadi atau teman terdekat saja. Informan ketiga menunjukkan postingan tentang dirinya. Informan keempat juga sangat sering membagikan momen berupa quotes tentang dirinya.

2. *Valence*

Valensi dalam proses pengungkapan diri individu adalah sebuah nilai positif atau negatif seseorang dapat mengungkapkan hal yang menyenangkan dari dirinya atau hal yang tidak menyenangkan tentang diri sendiri. Adapun nilai positif dengan berbagi konten emosi bahagia, optimis, rasa syukur, atau pengalaman yang menyenangkan. Sedangkan nilai negatif dengan konten emosi sedih, marah, frustrasi, dan curhat tentang masalah pribadi.

Dari keempat informan, secara umum mereka lebih sering membagikan postingan yang mengandung nilai-nilai positif di akun kedua *Instagram*.

Berikut Hasil wawancara penulis dengan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi. Terkait nilai positif apa yang dilakukan akun kedua *Instagram*,
Sebagai Berikut:



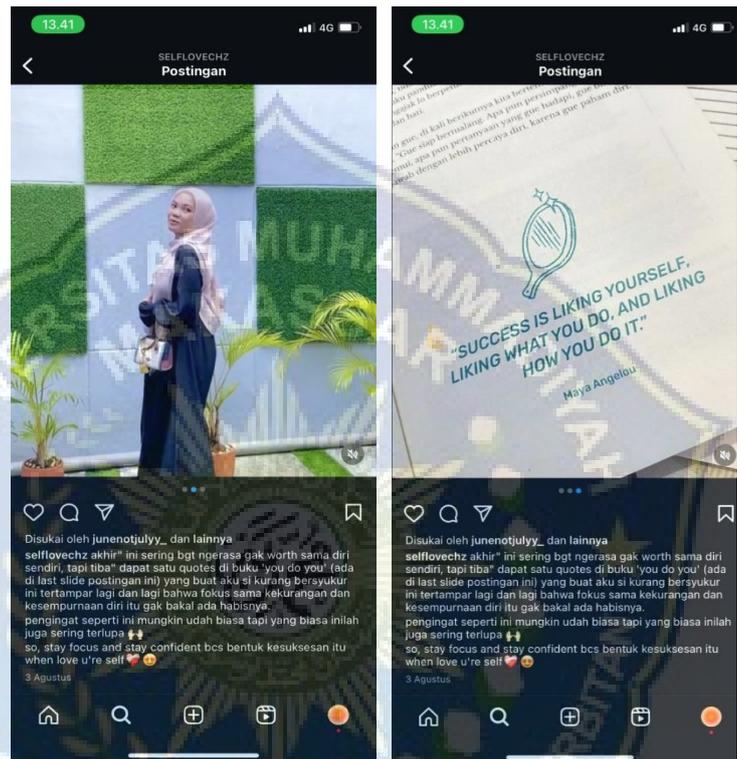
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Saya mengekspresikan emosi saya di akun kedua, baik saat sedih, marah, maupun bahagia. Semua perasaan tersebut saya bagikan di sana. Selain itu, tak jarang saya memberikan dukungan kepada teman-teman melalui postingan saya agar tetap percaya diri.” (Wawancara Fira, pada tanggal 14 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Fira membagikan postingannya sebagai bentuk ekspresi perasaannya, baik itu sedih, marah, maupun bahagia. Dalam captionnya, ia menulis "Banyak yang aku ceritakan pagi ini, tapi rasanya air mataku yang semalam belum kering. Kata teman saya, jangan dipikirkan lagi, masih banyak di luar sana yang menunggumu." Ini merupakan salah satu contoh konten yang mengarah pada nilai positif,

yang mengajak untuk peduli terhadap sesama, menyebarkan kebaikan, serta berbagi cerita tentang kehidupan sosial.

Berbeda dengan jawaban Fira, ummul menceritakan motivasi atau kutipan di akun kedua *Instagram* nya



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Saya pernah membagikan narasi motivasi atau kutipan di akun kedua. Saya melakukannya sebagai pengingat dan penguat untuk diri sendiri, tetapi juga berharap bisa berdampak positif bagi teman-teman dekat atau pengikut akun tersebut.” (Wawancara Ummul, pada tanggal 5 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Ummul membagikan narasi motivasi di akun keduanya sebagai pengingat untuk dirinya sendiri. Dalam caption pada slide gambar, ia mengutip kalimat "*Success is liking yourself,*

liking what you do, and liking how you do it." Ia menjelaskan bahwa belakangan ini ia sering merasa tidak cukup berharga, namun tiba-tiba menemukan sebuah kutipan dari buku *"You Do You"* yang menyadarkannya bahwa ia kurang bersyukur. Kutipan tersebut memberikan semacam tamparan bagi Ummul, mengingatkan bahwa fokus pada kekurangan dan kesempurnaan diri tidak akan pernah berakhir. Peningat seperti ini sudah biasa bagi Ummul, tetapi hal-hal yang tampak biasa sering kali terlupakan.

Tak jauh berbeda dengan jawaban Ummul, tanti juga mengatakan tentang narasi atau kata motivasi

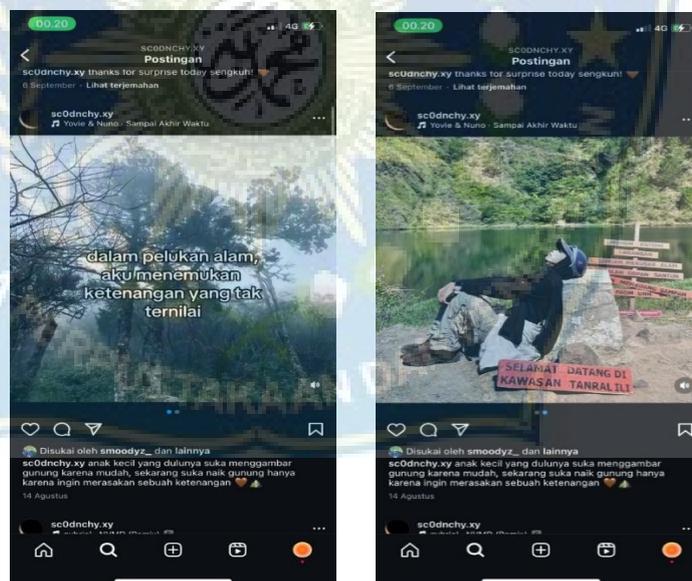


Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Saya lebih sering *sharing* kata – kata motivasi.”
(Wawancara Tanti, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Tanti lebih sering membagikan foto dengan kata-kata motivasi. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, terdapat kalimat "Terima kasih sudah melakukan yang terbaik setiap hari, kamu hebat." Di bawah postingan tersebut, Tanti menambahkan caption yang mengatakan bahwa kata-kata ini ditujukan untuk dirinya sendiri dan orang-orang di sekitarnya. Ia mengucapkan terima kasih karena mereka telah berusaha dan belajar untuk memberikan yang terbaik setiap harinya, serta mengajak untuk merayakan segala pencapaian, sekecil apapun itu.

Hampir sama jawaban sebelumnya, Septi juga menceritakan dirinya melalui *quotes* yang di posting



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Saya merasa lebih bebas untuk berekspresi dan tidak terlalu memikirkan pendapat orang lain.” (Wawancara Septi, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Septi mengatakan ia merasa lebih bebas mengekspresikan dirinya melalui postingan foto atau gambar dengan kutipan-kutipan, seperti yang terlihat pada gambar di atas yang bertema alam dengan tulisan "Dalam pelukan alam, aku menemukan ketenangan yang tak ternilai." Di caption-nya, Septi menceritakan bahwa sebagai anak kecil ia suka menggambar gunung karena mudah, namun sekarang ia lebih menikmati mendaki gunung untuk merasakan ketenangan. Ini menjadi contoh dari nilai positif dalam membagikan karya seni, foto, dan ekspresi kreatif yang menggambarkan hobi dan kreativitas dengan cara yang positif.

Selanjutnya nilai negatif apa yang dilakukan di akun kedua *Instagram* sebagai berikut:



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Saya sering membagikan hal-hal pribadi di akun kedua saya, sehingga teman-teman yang ada di sana mengetahui semua masalah dalam hidup saya. Akibatnya, saya kesulitan membedakan mana yang boleh dilihat oleh publik dan mana

yang seharusnya tidak.” (Wawancara Fira, pada tanggal 14 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, Fira mengungkapkan bahwa ia sering membagikan hal-hal pribadi di akun kedua *Instagram* nya. Dalam caption nya, ia menyatakan bahwa tiba-tiba merasa sangat merindukan keluarga tercinta yang telah berpulang. Sambil mendengarkan lagu Gala Bunga Matahari yang ada di postingannya, Fira merasa campur aduk dengan perasaan sedih, marah, benci, dendam, dan takut, yang akhirnya membuatnya menangis. Ia juga menyebutkan bahwa ada yang mengatakan untuk tidak terlalu larut dalam kesedihan agar arwah yang sudah pergi bisa tenang. Ini merupakan contoh dari nilai negatif, di mana postingan yang penuh keluhan, perasaan negatif, atau pengungkapan perasaan putus asa dapat mempengaruhi perasaan pengikut dan menciptakan suasana hati yang buruk.

Tak jauh berbeda dengan jawaban Fira, ummul mengatakan

“Saya sering membagikan kutipan atau kalimat untuk mengekspresikan kekesalan, tetapi karena kalimat-kalimat tersebut bisa menyinggung, justru tidak memberikan dampak positif. Menurut saya, ini membuat seseorang terlihat tidak bisa mengatur emosi, meskipun itu dilakukan di media sosial.” (Wawancara Ummul, pada tanggal 5 September 2024)



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Ummul mengekspresikan kekesalan yang mengganjal melalui postingannya, seperti yang terlihat pada gambar di atas dengan caption "Mengunjungi profil Anda." maksud dari kata tersebut, menurut Ummul, adalah bahwa ia lebih memilih untuk langsung follow akun tersebut agar tidak perlu lagi *stalking* diam-diam. Ini merupakan contoh dari nilai negatif, di mana postingan yang mengandung ujaran kebencian, perundungan, atau bentuk ekspresi negatif lainnya dapat memperburuk hubungan sosial dan menciptakan ketegangan.

Berbeda jawaban Ummul, tanti mengatakan



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Saya lebih sering ngestalk orang – orang melalui akun kedua *Instagram* saya.” (Wawancara Tanti, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, Tanti mengatakan bahwa ia lebih sering *stalking* orang-orang terdekatnya melalui akun keduanya, seperti yang terlihat pada gambar di atas.

Berbeda jauh dengan jawaban Tanti, jawaban ummul hampir sama jawaba septi menjelaskan bahwa

“Saya pernah menyebarkan ujaran kebencian atau informasi yang salah, serta membagikan kehidupan pribadi secara berlebihan.” (Wawancara Septi, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terungkap bahwa Septi pernah menyebarkan ujaran kebencian atau informasi yang salah kepada pengikutnya, serta membagikan kehidupan pribadinya secara berlebihan. Ini merupakan contoh dari nilai negatif, di mana postingan yang mengandung ujaran kebencian, perundungan, atau diskriminasi terhadap kelompok tertentu dapat memperburuk hubungan sosial.

Dari hasil wawancara tersebut, menjelaskan keempat informan mengungkapkan nilai positifnya rata – rata melalui kata – kata atau quotes yang diposting nya sebagai pengungkapan diri, sedangkan nilai negatifnya ada yang mengungkapkan kesedihan dan kebenciannya dan ada juga lebih sering mengintip postingan orang lain melalui akun kedua *Instagram*.

3. *Accuracy and Honesty*

Accuracy and Honesty berkaitan dengan keakuratan dan kejujuran informasi yang diungkapkan individu melalui akun kedua *Instagram*. Akurasi mengacu pada sejauh mana konten yang diungkapkan pengguna sesuai dengan kenyataan atau fakta. Sedangkan kejujuran merujuk pada keterbukaan pengguna dalam mengungkapkan perasaan, pengalaman, atau opini mereka tanpa berpura – pura atau menyembunyikan informasi penting.

Dari keempat informan dapat dilihat rata – rata gaya tulisan dan ekspresi yang digunakan dalam postingan terlihat otentik dan tidak terlalu dibuat-buat. Postingan yang jujur cenderung lebih spontan dan mengalir,

dibandingkan dengan yang terlalu terstruktur atau terdengar seperti disiapkan untuk tujuan tertentu.

Berikut hasil wawancara penulis dengan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi. Terkait Bagaimana kamu menyeimbangkan antara kejujuran dan keinginan menunjukkan citra tertentu. Sebagai berikut:

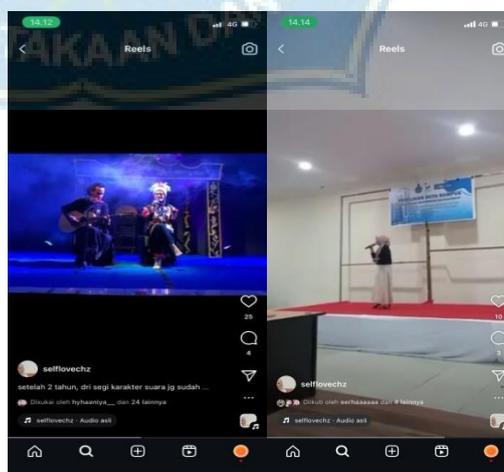


Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Menurut saya, saya membangun citra di media sosial dengan menjadi diri sendiri, meskipun ada perbedaan antara akun pertama dan kedua saya. Saya percaya bahwa saya berhasil membranding diri dengan baik di *platform* tersebut. Semua postingan yang saya bagikan jujur dan tidak menipu publik. Saya menjaga citra saya dengan menjadi otentik tanpa perlu meniru orang lain.” (Wawancara Fira, pada tanggal 14 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Fira membangun citra dirinya di media sosial dengan cara membranding diri secara positif. Semua postingannya menunjukkan kejujuran dan tidak ada yang dipalsukan untuk publik. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, Fira sering mengunjungi pantai untuk menikmati senja.

Berbeda dengan jawaban Fira, ummul menceritakan membangun citra di depan publik dengan kejujuran melalui prestasi dan bakatnya



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Sejauh ini, saya membranding diri dan membangun citra di depan publik dengan kejujuran, menunjukkan prestasi dan bakat yang benar-benar saya miliki. Menurut saya, apa pun yang kita bagikan harus menjadi tanggung jawab kita, dan tidak perlu berpura-pura atau mengklaim identitas orang lain untuk mendapatkan pengakuan. Cukup tampilkan diri yang asli agar tidak menciptakan sesuatu yang palsu.” (Wawancara Ummul, pada tanggal 5 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Ummul membranding dirinya di depan publik dengan cara yang jujur, sambil menunjukkan prestasi atau bakat yang dimilikinya, seperti yang terlihat pada gambar di atas.

Berbeda jauh jawaban Ummul, tanti menjelaskan



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Cara menyeimbangkannya dengan tetap menunjukkan diri sendiri tanpa merusak citra.” (Wawancara Tanti 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Tanti memberikan caption pada postingan feed-nya yang mengatakan,

"Hari ini saya merayakan diriku sendiri dan semua langkah kecil yang bisa saya buat sampai titik ini." Caption tersebut menunjukkan konsistensi, yang bisa menjadi indikasi bahwa informasi yang disampaikan akurat dan benar-benar mencerminkan pengalaman atau perasaan yang ia alami.

Berbeda jauh dengan jawaban Tanti, septi menjelaskan mana yang lebih bagus untuk di posting dengan memilah konten



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Tentu saja saya mempertimbangkan dengan cermat konten apa saja yang ingin saya publikasikan. Di akun kedua saya, saya selalu jujur dan tidak pernah berpura-pura menjadi orang lain. Saya memposting apa pun yang saya sukai dan inginkan tanpa ragu di sana.” (Wawancara Septi, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Septi membagikan sebuah foto di postingannya yang menunjukkan dirinya bersama teman-temannya saat berkampanye untuk Palestina.

Hal ini menunjukkan bahwa Septi memang memilih konten yang bermanfaat bagi pengikutnya, dan ia juga memposting apapun yang ia sukai tanpa rasa ragu.

Selanjutnya Apakah kamu merasa menutupi keadaanmu yang sebenarnya sebagai berikut



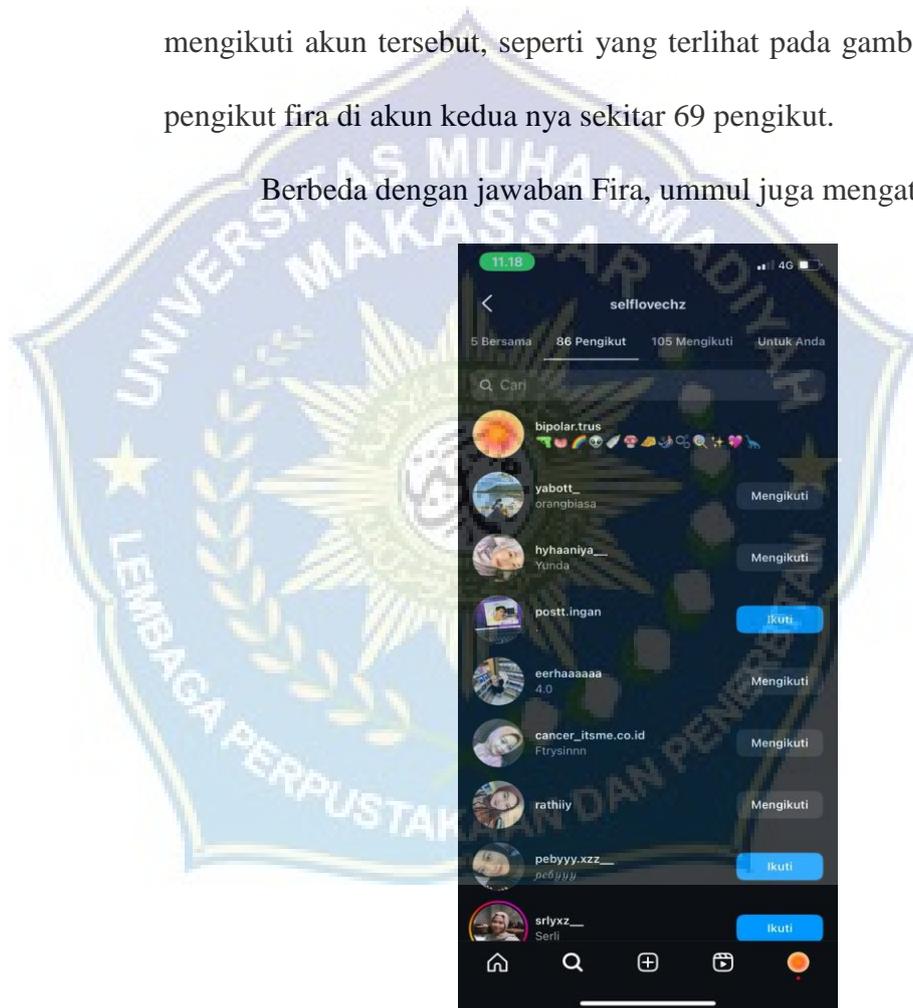
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Di akun pertama saya, saya sebenarnya menyembunyikan keadaan saya yang sebenarnya. Saya merasa ada terlalu banyak orang yang tidak perlu mengetahui kehidupan saya. Saya cenderung *overthinking* tentang pendapat orang lain, sehingga saya sangat berhati-hati dalam memposting apapun di akun tersebut dan menjaga privasi dengan ketat. Sementara itu, di akun kedua saya, hanya ada orang-orang yang benar-benar saya percayai, seperti kerabat, sahabat, dan keluarga. Di sana, saya merasa bebas untuk membagikan apapun karena mereka selalu mendukung saya. Itulah sebabnya saya membuat akun kedua saya ingin terlihat misterius bagi banyak orang, tetapi tetap apa adanya di depan orang-orang

terdekat saya.” (Wawancara Fira, pada tanggal 14 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Fira cenderung *overthinking* mengenai pendapat orang lain, sehingga ia sangat berhati-hati dalam memposting di akun pertamanya. Sementara itu, di akun keduanya, ia lebih mempercayai orang-orang yang mengikuti akun tersebut, seperti yang terlihat pada gambar di atas pengikut fira di akun kedua nya sekitar 69 pengikut.

Berbeda dengan jawaban Fira, ummul juga mengatakan

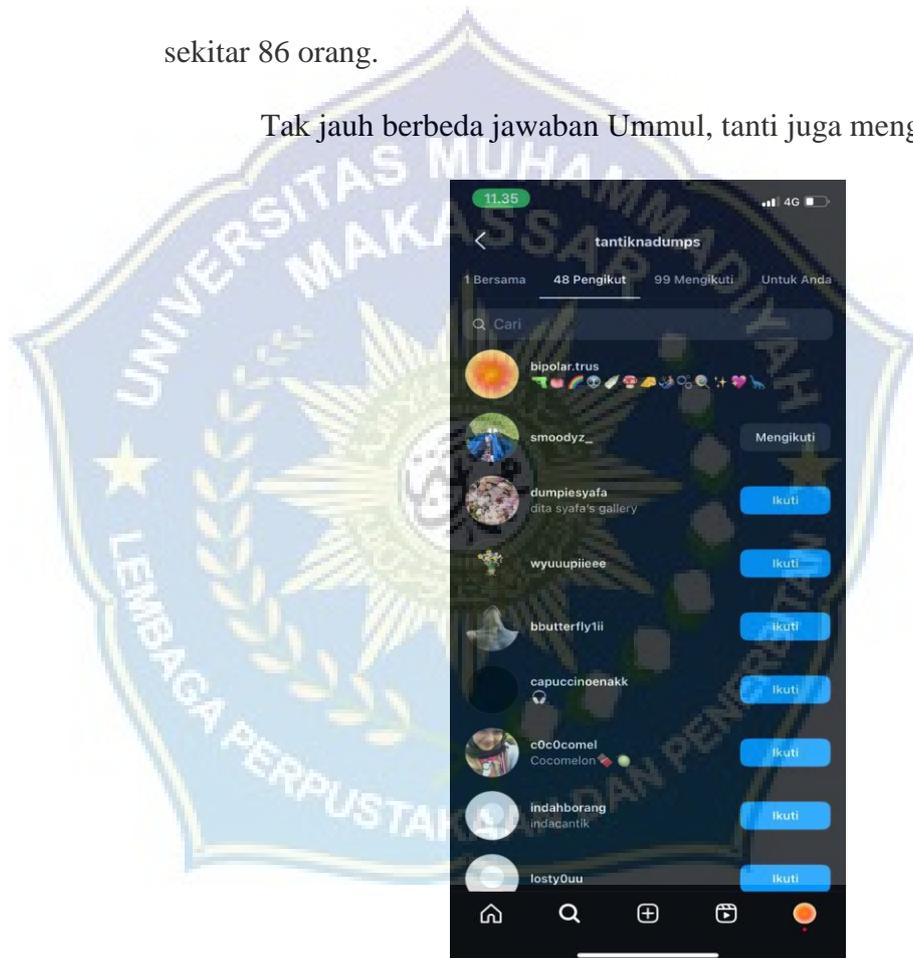


Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Menurut saya, saya tidak pernah menutupi keadaanku yang sebenarnya di akun pertama dan kedua saya namun hanya menjadi pembeda adalah pengikut saya di akun kedua tersebut.” (Wawancara Ummul, pada tanggal 5 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, Ummul mengatakan bahwa ia tidak pernah menyembunyikan keadaan dirinya di kedua akun *Instagram* nya, namun yang membedakan adalah jumlah pengikut di masing-masing akun tersebut. Sebagai contoh, seperti yang terlihat pada gambar di atas, pengikut Ummul di akun keduanya sekitar 86 orang.

Tak jauh berbeda jawaban Ummul, tanti juga mengatakan



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Tidak, karena akun kedua saya hanya diikuti oleh orang-orang terdekat, dan mereka sudah tahu seperti apa saya di akun pertama.” (Wawancara Tanti, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Tanti mengatakan ia tidak menyembunyikan keadaan dirinya melalui akun kedua *Instagram*. Akun tersebut hanya diikuti oleh orang-orang terdekat yang sudah mengenal Tanti dengan baik. Mereka memahami seperti apa Tanti di akun pertamanya, di mana ia menunjukkan penampilan atau sikap yang berbeda dibandingkan dengan akun keduanya. Dapat dilihat gambar di atas pengikut tanti ada 48 orang terdekatnya yang mengikutinya.

Hampir sama jawaban Ummul sebelumnya, septi mengatakan



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Tidak, karena teman-teman saya yang menjadi followers di akun pertama dan kedua sebagian besar sama, tetapi akun kedua lebih terbatas pada lingkup teman-teman dekat saja.”
(Wawancara Septi, pada tanggal 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa teman-teman atau pengikut Septi di akun pertama dan kedua sebagian besar sama,

namun akun keduanya lebih terbatas dan hanya diikuti oleh teman-teman dekat. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, pengikut Septi di akun kedua berjumlah sekitar 277 orang.

Kita bisa mengetahui bahwa apa yang disampaikan informan di atas itu akurat atau jujur di nilai dari Pertama konsistensi antara wawancara dan postingan dimana informasi yang diberikan oleh informan selama wawancara konsisten dengan apa yang terlihat di akun *Instagram* mereka. Jika ada keselarasan antara apa yang dikatakan dengan konten yang diposting, itu menunjukkan tingkat kejujuran dan akurasi. Kedua dilihat juga dari segi bukti visual yang mendukung postingan seperti foto, caption, atau video yang relevan dengan apa yang diceritakan dalam wawancara memperkuat kredibilitas informasi. Konten yang mendukung cerita personal atau situasi yang dibagikan informan menjadi tanda kejujuran. Ketiga lingkup pengikut yang terbatas dan dekat akun kedua sering kali lebih tertutup dan diikuti oleh orang-orang yang dekat dengan informan. Hal ini memungkinkan informan merasa lebih aman dan jujur dalam berbagi, mengurangi kemungkinan manipulasi konten untuk citra publik. Secara keseluruhan, melalui konsistensi, bukti visual, dan lingkungan sosial yang lebih terbatas, kita bisa menilai bahwa informasi yang disampaikan oleh informan di akun kedua *Instagram* nya cenderung akurat dan jujur.

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat dari keempat informan mengungkapkan membangun citra di media sosial dengan menjadi diri sendiri, membranding diri melalui prestasi dan bakat, mempertimbangkan memilah konten dan juga dari sisi keberadaan dirinya hanya teman dekat nya saja dan juga menjadi sosok misterius di akun kedua nya.

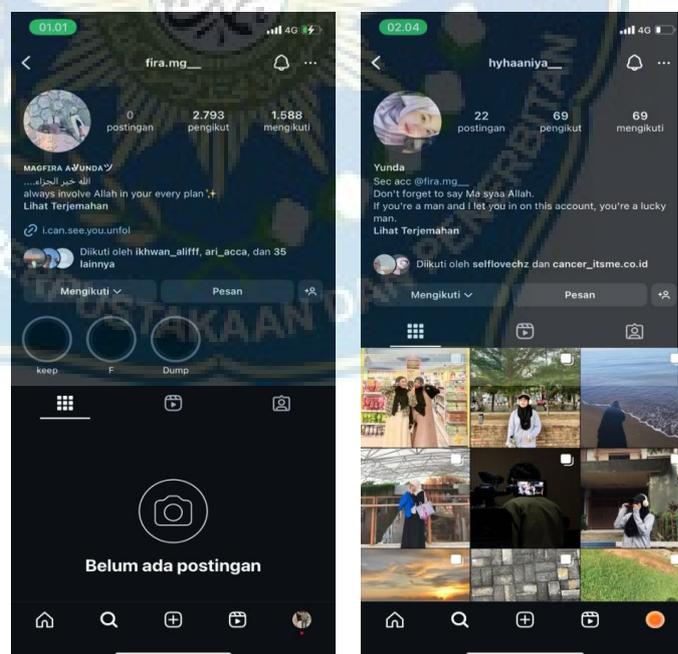
4. *Intention*

Intention sebagai maksud dan tujuan individu untuk mengungkapkan dirinya agar dapat menarik perhatian atau mencoba memperoleh penyelesaian masalah dengan berbagai pandangan dan lain sebagainya. Kategori atau jenis niat intensi self disclosure yang akan diukur. Beberapa jenis intensi yang umum meliputi: yang pertama mencari dukungan emosional seperti mengungkapkan masalah pribadi atau tantangan untuk mendapatkan dukungan dari orang lain. Kedua mengekspresikan diri seperti menggunakan platform untuk mencurahkan perasaan atau menunjukkan jati diri yang lebih autentik. Ketiga membangun keintiman seperti berbagi cerita untuk memperdalam hubungan dengan teman – teman dekat atau *followers*.

Dari keempat informan, maksud dan tujuan mereka melakukan *self-disclosure* di akun kedua *Instagram* berbeda-beda. Fira lebih sering memposting konten pengungkapan emosional untuk mengekspresikan perasaan yang sulit diungkapkan secara

publik di akun utama. Ummul memanfaatkan akun keduanya untuk berbagi momen acak yang tidak cocok dipublikasikan secara luas, dan ia tidak menggunakannya untuk menyembunyikan kepribadiannya. Tanti memperlihatkan perbedaan gaya dan penampilannya di masing-masing akun. Sedangkan Septi lebih sering membagikan cerita tentang kesehariannya. Melalui postingan tersebut, para informan cenderung membranding diri mereka masing-masing.

Berikut Hasil Wawancara penulis dengan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi. Terkait Apakah ada perbedaan dalam jenis konten yang anda bagikan di akun kedua dibandingkan akun utama? Jika ada ya, apa perbedaan tersebut, sebagai berikut:



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Tentu, akun pertama dan akun kedua saya memiliki perbedaan yang signifikan. Di akun pertama, saya tidak memposting banyak dan hanya menggunakannya untuk melihat konten orang lain terkadang saya mengunggah beberapa hal, tetapi kemudian menghapusnya karena merasa malu dan kurang percaya diri. Akun pertama membuat saya terkesan misterius. Sementara itu, di akun kedua, saya memposting berbagai jenis konten dan bahkan mencurahkan perasaan saya, yang sangat berbeda dari apa yang saya lakukan di akun pertama.” (Wawancara Fira, pada tanggal 14 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Fira jarang memposting foto atau video di akun *Instagram* pertamanya. Jika pun ia memposting sesuatu, biasanya akan segera dihapus karena merasa malu dan kurang percaya diri. Akun pertamanya terlihat misterius, seperti terlihat pada gambar di atas sebelah kiri, di mana *feed* nya kosong. Sebaliknya, akun keduanya penuh dengan foto-fotonya.

Hampir sama jawaban Fira, namun ummul di akun pertama dan kedua dia munculkan prestasi dan bakatnya

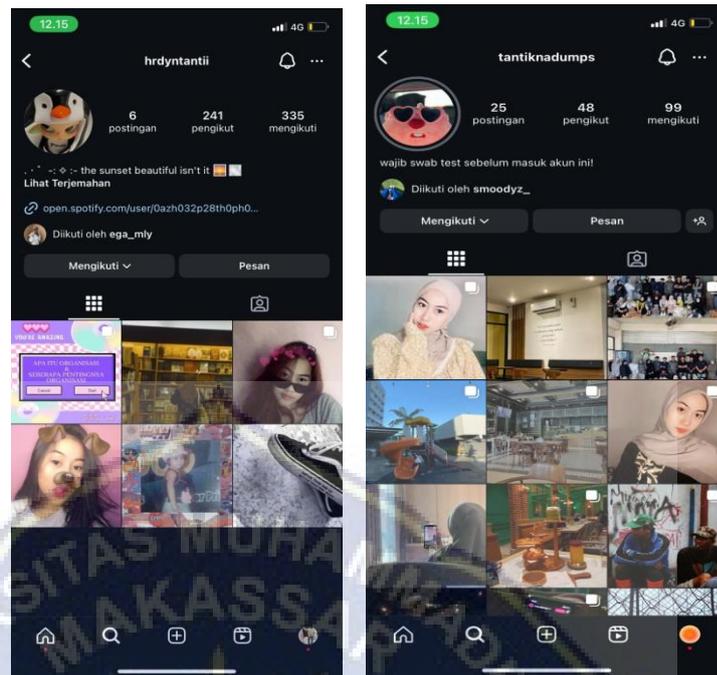


Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Postingan di akun pertama dan kedua saya tidak berbeda signifikan, meskipun masing-masing memiliki tujuan yang berbeda. Akun pertama saya gunakan sebagai akun edukasi, di mana saya senang membagikan pemikiran, foto, video, dan momen yang bisa menjadi motivasi atau berdampak positif bagi orang lain, sekaligus membantu membangun citra diri saya. Sementara itu, akun kedua dibuat dengan beberapa alasan. Pertama, untuk mengarsipkan video dan momen acak yang tidak cocok untuk di publik. Sebagai perempuan dengan kehidupan yang kompleks dan diatur oleh agama, ada momen yang saya rasa penting untuk disimpan, tetapi tidak bisa dipublikasikan. Alasan kedua adalah untuk menetapkan batasan dalam pertemanan. Akun ini bukan untuk menyembunyikan kepribadian saya, melainkan untuk mengatur akses kepada orang lain dalam hidup saya. Selain untuk mengarsip foto, akun kedua juga berfungsi sebagai batasan dalam berbagi lebih banyak tentang kehidupan sehari-hari saya. Secara keseluruhan, tidak ada perbedaan mencolok dalam kepribadian saya. Di akun kedua, saya juga sering membagikan video dan foto, tetapi lebih bersifat spontan dan kurang terencana, sehingga terlihat lebih sederhana.” (Wawancara Ummul, pada tanggal 5 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Ummul membagikan konten edukatif berupa foto atau video yang bermanfaat di kedua akun Instagramnya. Namun, di akun keduanya, ia lebih sering membagikan foto dirinya. Seperti terlihat pada gambar di atas, akun pertamanya di sebelah kiri tidak memiliki postingan di feed, sedangkan akun keduanya dipenuhi dengan banyak unggahan. Berbeda dengan jawaban sebelumnya, Tanti mengatakan.

Berbeda jauh dengan jawaban sebelumnya, Tanti menjelaskan

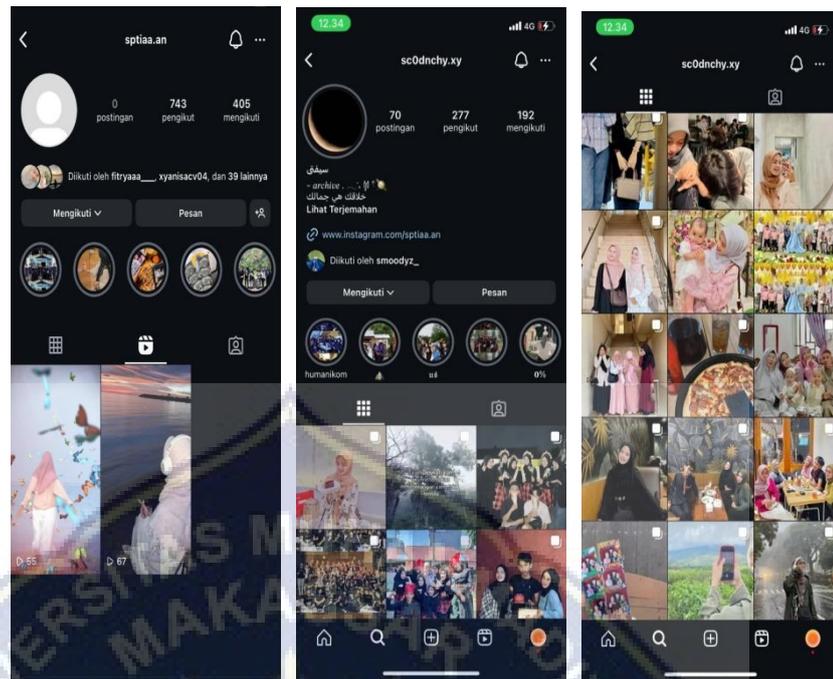


Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Perbedaan antara akun pertama dan kedua saya terletak pada gaya berpakaian yang saya tampilkan.” (Wawancara Tanti, 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Tanti membedakan penampilannya di akun Instagram pertama dan keduanya. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, di akun pertamanya ia tampil lebih terbuka tanpa mengenakan hijab, sedangkan di akun keduanya, unggahan di feed menunjukkan dirinya lebih tertutup dengan mengenakan hijab.

Berbeda dengan Tanti, Septi mengatakan bahwa akun *Instagram* pertamanya lebih berfokus pada hal-hal yang menarik, sementara akun keduanya lebih sering digunakan untuk berbagi cerita pribadi tentang dirinya sendiri.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

“Ya, ada perbedaan. Di akun utama, saya hanya membagikan hal-hal yang penting dan menarik, sedangkan di akun kedua saya lebih sering berbagi cerita tentang diri saya sehari-hari.” (Wawancara Septi, 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Septi lebih sering memposting dan bercerita tentang dirinya di akun kedua *Instagram*. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, *feed* akun keduanya memiliki lebih banyak unggahan dibandingkan akun pertamanya.

Dari hasil wawancara tersebut, keempat informan memperlihatkan perbedaan di akun pertama nya dan akun kedua *Instagram* dimana masing – masing menunjukkan perbedaan signifikan ada yang tidak memposting banyak di akun pertama nya

dibanding akun kedua nya lebih mengungkapkan dirinya, ada juga membagikan berupa edukasi, hal menarik di akun pertama nya dibanding akun kedua nya lebih menonjolkan dirinya seperti apa, dan ada juga dilihat dari cara berpakaian dari kedua akun *Instagram*.

5. *Intimacy*

Individu dapat mengungkapkan secara rinci hal – hal yang bersifat pribadi atau peripheral, Seberapa dalam seseorang dalam menjalin hubungan atau berkomunikasi dengan orang lain lewat pengungkapan diri. Intimasi mengacu pada pengungkapan informasi yang lebih mendalam dan pribadi, seperti: yang pertama pengalaman pribadi yang rentan ialah cerita tentang masalah emosional, trauma, atau kesulitan hidup. Kedua perasaan yang mendalam, ungkapan emosi yang kuat seperti cinta, kebencian, kesedihan atau kebahagiaan yang sangat personal. Ketiga hubungan interpersonal, berbagi informasi tentang hubungan pribadi dengan keluarga, pasangan, atau teman dekat. Keempat pandangan pribadi, mengungkapkan nilai, keyakinan, atau prinsip hidup yang lebih mendalam.

Dari keempat informan, tingkat derajat *intimacy* melalui akun kedua *Instagram* rata-rata cukup tinggi, terutama karena lingkungan yang lebih intim dan terpilih. Mereka merasa lebih nyaman membagikan emosi, kekhawatiran, serta momen-momen pribadi yang tidak ingin diungkapkan di akun utama. Di akun kedua,

pengungkapan diri menjadi lebih mendalam, reflektif, dan autentik, menciptakan ruang untuk ekspresi diri yang lebih bebas dan didukung oleh kepercayaan terhadap pengikut yang lebih terbatas.

Berikut Hasil Wawancara penulis dengan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi. Terkait Apakah anda merasa lebih nyaman berbagi aspek aspek intim dari kehidupan anda di akun kedua di bandingkan di akun utama, Mengapa. Sebagai berikut:

“Saya merasa lebih nyaman membagikan postingan di akun kedua karena di sana saya merasa aman dan tidak khawatir akan adanya kritik terhadap apa yang saya unggah. Di akun kedua, saya bebas mengekspresikan diri tanpa merasa bahwa postingan saya akan mengganggu pandangan orang lain tentang saya, karena hanya orang-orang tertentu yang dekat dengan saya yang bisa melihatnya.” (Wawancara Fira, pada tanggal 14 september 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Fira merasa lebih nyaman membagikan postingan tentang dirinya di akun keduanya. Ia merasa lebih aman dan tidak khawatir menerima kritik atas apa yang diunggah, dibandingkan dengan akun pertamanya.

Berbeda dengan jawaban Fira, ummul menjelaskan

“Saya merasa tidak nyaman membagikan aspek-aspek intim di media sosial, baik di akun *Instagram* pertama maupun kedua. Oleh karena itu, saya tidak menjadikan publik atau bahkan teman dekat sebagai tolak ukur untuk berbagi hal-hal yang sangat pribadi, kecuali jika banyak orang di antara pengikut saya terlibat dalam situasi tersebut.” (Wawancara Ummul, pada tanggal 5 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Ummul tampaknya tidak terlalu nyaman membagikan hal – hal intim

tentang dirinya di kedua akun tersebut. Namun, ia menyebutkan bahwa jika di antara pengikutnya ada yang terlibat dalam situasi yang ia unggah, hal itu bisa membuatnya merasa lebih nyaman untuk membagikannya.

Berbeda dengan jawaban Ummul, tanti menceritakan bahwa akun kedua di ikuti oleh teman terdekat sehingga gampang untuk mengungkapkan tanpa di *bully*

“Saya merasa lebih nyaman membagikan hal-hal di akun kedua karena hanya di ikuti oleh orang-orang terdekat, sehingga saya bisa berekspresi dengan bebas tanpa khawatir akan di *bully*.” (Wawancara Tanti, 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Tanti merasa nyaman membagikan hal – hal tentang dirinya di akun keduanya. Hal ini karena akun keduanya diikuti oleh teman-teman terdekatnya, sehingga ia merasa lebih bebas berekspresi tanpa khawatir akan gangguan atau perundungan.

Berbeda dengan jawaban sebelumnya, septi mengatakan orang – orang di akun kedua nya bukan sembarangan orang

“Karena di akun kedua *Instagram*, *followers* saya adalah orang-orang yang sudah saya kenal dan bukan orang acak.” (Wawancara Septi 16 September 2024)

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa di akun kedua *Instagram* Septi, pengikutnya sudah dipilih secara selektif, sehingga bukan sembarang orang yang bisa menjadi pengikutnya.

Dari hasil wawancara tersebut, dilihat dari pengamatan keempat informan, mereka merasa lebih nyaman untuk mengungkapkan diri, tidak khawatir akan kritik, dan lebih bebas dalam berekspresi. Mereka juga memiliki teman dekat yang menjadi tolak ukur untuk berbagi hal-hal pribadi, kecuali jika ada yang terlibat dalam situasi tersebut. Selain itu, karena diikuti oleh teman-teman dekat, mereka bisa berekspresi tanpa takut dibully. Terakhir, pengikut di akun kedua bukan sembarangan, melainkan orang-orang yang mereka kenal.

C. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang bersumber dari hasil penelitian informan bisa dilihat bahwa sosial media *Instagram* pada Gen Z Di akun kedua, Generasi Z cenderung mengungkapkan konten yang lebih pribadi, seperti curhatan, perasaan emosional, dan pemikiran yang mendalam. Mereka juga lebih sering berbagi momen -momen sehari - hari yang tidak terlalu dipoles, yang dianggap "tidak layak" untuk akun utama, dengan hasil yang sudah dipaparkan di atas. Menyimpulkan dengan lima Langkah menurut indikator teori (Devito, 1997), yakni *Amount, Valence, Accurary and Honesty, Intention dan Intimacy*.

Contoh self disclosure yang paling sering ditemui adalah momen seperti berbagi momen kegiatan menghadiri acara organisasi, pengungkapan diri yang menggambarkan emosi para

mahasiswa seperti ada yang merasa sedih, merasa marah dan lalu kemudian ditumpahkan dengan misalnya postingan berupa foto sebuah quotes bijak atau video dengan sematan lagu yang dapat menyalurkan gambaran suasana hati mahasiswa. Jadi, selain mengunggah foto dan video terdapat juga pesan tersirat sebagai pengungkapan apa yang sedang terjadi di dalam diri (Pratiwi & Mukhtaruddin, 2023)

Pada penelitian ini, menyelesaikan masalah menggunakan Teori Devito pada tahun 1997. Pemakaian teori ini sangat penting di lakukan, karena memiliki keterkaitan satu sama lain.

1. Amount

Berdasarkan hasil penelitian di atas terkait dengan *amount* pada Gen Z dengan akun kedua *Instagram* rata – rata frekuensi informan dalam memposting adalah cukup tinggi melakukan pengungkapan mencakup berbagai *platform* seperti *story*, *feed*, dan *reels*. Makna dari tingkat frekuensi yang cukup tinggi mempengaruhi pengungkapan diri individu yang sering mengunggah konten, baik itu melalui *Story*, *Feed*, atau *Reels*, cenderung lebih terbuka dalam berbagi perasaan, pengalaman, dan pemikiran mereka. Frekuensi tinggi bisa menunjukkan kenyamanan seseorang dalam membagikan momen pribadi dan emosional, yang mengarah pada pengungkapan diri yang lebih dalam. Seperti yang dikatakan (ARDIYANTO & Dian Purworini, 2017) Pengungkapan diri

superfisial, sering dalam bentuk "obrolan ringan" adalah kunci dalam memulai hubungan yang kemudian berlanjut tingkat pengungkapan diri yang lebih pribadi.

Kenrick et. Al (2002) juga mengangkat teori yang menyatakan bahwa konsep diri merupakan sebuah representasi mental yang menggambarkan pandangan dan keyakinan individu tentang dirinya. Konsep diri merupakan keyakinan (*belief*) individu tentang atribut yang melekat dalam diri sendiri, dimana keyakinan tersebut muncul setelah individu menyadari tentang dirinya sifat – sifat yang melekat, baik melalui pengalaman pribadi, interaksi sosial, maupun dari proses perenungan.

Menurut (Nurchayawati et. al 2020) mengemukakan teori yang dimana pengungkapan diri dapat mengambil banyak bentuk yang berbeda, termasuk informasi tentang tindakan, sikap, perasaan, keinginan, motif, dan pikiran seseorang yang tepat dan mandiri. Keadaan dan orang – orang dengan siapa seseorang berinteraksi menentukan seberapa dalam diri seseorang. Potensi bagi kita untuk lebih terbuka sangat besar jika orang – orang yang berinteraksi dengan kita baik, aman, dan menginspirasi. Di sisi lain, pada orang – orang tertentu, kita bisa menutup diri karena kita kurang percaya diri.

Altman dan Taylor (1973) juga mengemukakan bahwa *self disclosure* merupakan kemampuan seseorang untuk

mengungkapkan informasi diri kepada orang lain yang bertujuan untuk mencapai hubungan yang akrab. Proses untuk mencapai hubungan yang akrab disebut model penetrasi sosial.

Menurut (Sears, dkk., 1999) (Gainau, 2009) mengangkat teori ada dua dimensi *self disclosure* seseorang yaitu keluasan dan kedalaman. Keluasan berkaitan dengan siapa seseorang mengungkapkan dirinya (target person) seperti orang yang baru dikenal, teman biasa, orang tua, saudara dan teman dekat. Kedalaman berkaitan dengan topik umum dan topik khusus. Pada umumnya Ketika seseorang terbuka dengan orang asing atau baru dikenal topik pembicaraan umum dan kurang mendalam. Sedangkan bila seseorang terbuka dengan teman dekat maka topik pembicaraanya khusus dan lebih mendalam topik pembicaraan semakin banyak.

Ternyata, tingkat frekuensi informan dalam memposting di akun kedua *Instagram* cukup berpengaruh terhadap pengungkapan diri.

2. *Valance*

Berdasarkan hasil penelitian di atas terkait dengan *valance* pada Gen Z dengan akun kedua *Instagram* rata – rata valensi informan mereka lebih sering membagikan postingan yang mengandung nilai – nilai positif di akun kedua *Instagram*. Makna dari membagikan postingan yang mengandung nilai - nilai positif di akun kedua *Instagram* dapat mempengaruhi pengungkapan diri dapat

menciptakan ruang bagi pengungkapan diri yang lebih terbuka, autentik, dan positif, baik dalam hal ekspresi pribadi maupun dalam cara membangun citra diri yang lebih baik di *platform* media sosial. Seperti yang dikatakan Menurut Festinger (1954), individu memperoleh pengetahuan tentang dirinya dengan cara membandingkan dirinya (kemampuan, sikap, keyakinan, tingkah laku) dengan orang lain. Misalnya, ketika seseorang membandingkan bahwa nilainya lebih baik dari teman-teman lainnya, individu akan mengetahui tentang kemampuannya.

Menurut Tubes dan Moes (1974) mengemukakan teori Hubungan sosial yang baik. Komunikasi yang dilakukan mampu menciptakan hubungan baik dengan individu lain. Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa menjalani kehidupan sendiri, selalu membutuhkan individu lain. Komunikasi di nilai efektif jika mampu menciptakan hubungan sosial yang baik, bahkan malah memunculkan pertentangan atau konflik.

James Mill berpendapat bahwa fenomena *self* dan memori bagaikan dua sisi mata uang. Tanpa memori autobiografi (ingatan tentang urutan kejadian yang telah kita alami), kita tidak akan memiliki konsep diri yang koheren. Seseorang bisa mengenali dirinya dari ingatan tentang pengalaman penting selama hidupnya. Ketika orang – orang diminta untuk mengingat kembali pengalamannya, mereka biasanya melaporkan lebih banyak

peristiwa yang baru saja terjadi daripada masa lalu yang jauh kebelakang.

Ternyata rata – rata valensi informan dalam memposting di akun kedua *Instagram* mengandung nilai positif yang dapat mempengaruhi pengungkapan diri seseorang.

3. *Accuracy and Honesty*

Berdasarkan hasil penelitian di atas terkait *accuracy and honesty* pada Gen Z dengan akun kedua *Instagram* rata – rata gaya tulisan dan ekspresi yang digunakan dalam postingan terlihat otentik dan tidak terlalu dibuat-buat. Makna dari gaya tulisan dan ekspresi adalah ketika gaya tulisan dan ekspresi tersebut terlihat otentik, orang yang membaca atau mengikuti kita di media sosial bisa lebih mudah merasakan kedekatan dan keaslian, yang dapat menguatkan pengungkapan diri kita. Dengan cara ini, kita tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menunjukkan sisi pribadi dan emosi yang lebih mendalam. Seperti yang dikatakan Fisher (1978) menguraikan ciri – ciri pendekatan psikologi sebagai penguatan respon (*reinforcement of responses*), merupakan respon lingkungan atau orang lain pada respon individu yang asli, atau disebut juga dengan umpan balik (*feedback*).

Kenrick et. al (2002) mengemukakan teori Penaksiran yang di reflesikan (*reflected appraisals process*) individu melakukan

penaksiran tentang dirinya sendiri dengan merefleksikan atau bercermin dari apa yang di katakan orang lain tentang dirinya. Evaluasi tentang diri individu dipengaruhi oleh apa yang di ucapkan orang lain tentang individu. Misalnya, Ketika orang tua mengatakan kepada anaknya bahwa dia pandai, anak akan berpikir seperti apa yang di katakan orang tua tersebut.

Menurut Johari Window (Luft; 1969) yang ada di penelitian terdahulu ada empat jendela tersebut salah satunya mengemukakan teori Area terbuka (*open area*) segala aspek dalam diri seseorang, seperti perasaan, pikiran, serta tingkah laku selain diketahui oleh diri mereka sendiri hal tersebut diketahui oleh orang lain juga. Apabila area ini makin melebar, dalam artian kita dapat memahami orang lain, dan juga orang lain dapat memahami diri kita, maka komunikasi akan berjalan dengan baik. Namun, sebaliknya juga area terbuka ini semakin menyempit, itu artinya komunikasi semakin menutup dan tidak berjalan lancar.

Menurut Culbert (1968), Person (1987), Cox (1989), Watson (1984), dan Altman Taylor meliputi lima aspek salah satunya juga mengemukakan teori Keintensifan dimana seseorang dalam keterbukaan diri (*self disclosure*) tergantung kepada siapa seseorang mengungkapkan diri, apakah teman dekat, orangtua, teman biasa, atau orang yang baru dikenal.

Ternyata rata – rata tingkat akurasi terlihat dari gaya tulisan dan ekspresi informan dalam memposting di akun kedua *Instagram* berpengaruh terhadap pengungkapan diri.

4. *Intention*

Berdasarkan hasil penelitian di atas terkait *intention* pada Gen Z dengan akun kedua *Instagram* rata – rata informan cenderung membranding diri mereka masing-masing. Makna membranding diri mempengaruhi pengungkapan diri kadang – kadang, memiliki akun kedua bisa memberikan ruang bagi seseorang untuk lebih bebas dalam pengungkapan diri. Mungkin ada topik atau cerita pribadi yang ingin di bagikan tanpa merasa terlalu terpapar atau memengaruhi reputasi di akun utama. Seperti yang dikatakan Joseph Luft dan Sidney Jourard mengembangkan gagasan ini. Proses membagikan informasi pribadi kita kepada orang lain atau sebaliknya dikenal dengan istilah *self disclosure* (membangungkan). Pengungkapan diri mendorong keterbukaan, namun keterbukaan memiliki batas-batasnya. Menetapkan batasan melibatkan pemikiran dan pertimbangan. Orang memilih kapan dan bagaimana memberi tahu orang lain, serta bagaimana menjawab tuntutan mereka.

Menurut (Nasrullah, 2015: 12) dalam penelitian terdahulu yang mengemukakan teori diaman kegiatan pengungkapan diri

tersebut mrenjadi budaya yang akhirnya memberikan pengaburan terhadap batasan di antara ruang pribadi dan ruang publik.

Menurut Hazel Markus dan Shinobu Kitayama (1991) mengemukakan teori sebagian besar bangsa Amerika Utara dan Eropa memiliki *independent view* tentang *self* yang beranggapan bahwa *self* merupakan sebuah entitas yang berbeda, otonom (mandiri), dan unik. Keberhasilan seseorang dipandang karena usaha sendiri. Namun pada banyak negara di Asia, Afrika, dan Amerika Latin, orang – orang memegang *interdependent view* tentang diri (*self*) yang beranggapan bahwa *self* merupakan bagian dari sebuah jaringan sosial yang lebih besar yang mencakup keluarga, rekan kerja, dan orang lain yang terhubung secara sosial. Pada pandangan ini orang – orang tidak menganggap keberhasilan nya karean usaha sendiri, melainkan karena kerja sama dalam kelompok. Jadi orientasi budaya seseorang mempengaruhi caranya mempersepsi, mengevaluasi, dan mempresentasikan dirinya dalam relasi dengan orang lain.

Dari penelitian terdahulu jurnal Raydista Febyantari (2019) terdapat teori yang mengemukakan Menurut Zluvista (2017), dalam sebuah buku karya Veblen yang terkenal, yaitu *The Theory of The Leisure Class*, disebutkan bahwa perilaku manusia khususnya, perilaku konsumen pada umumnya sangat berkaitan dengan proses interaksi yang dikembangkan dalam kehidupan sehari-hari. muncul

perilaku yang mencolok dalam pandangan Veblen di masyarakat, karena manusia bukan makhluk otonom pada dasarnya, melainkan apa yang mereka konsumsi dan apa yang mereka lakukan sesungguhnya sangat banyak dipengaruhi oleh para manusia lainnya.

Ternyata rata – rata informan cenderung dalam memposting di akun kedua *Instagram* dengan membranding diri yang dapat mempengaruhi terhadap pengungkapan diri.

5. *Intimacy*

Berdasarkan hasil penelitian diatas terkait *intimacy* akun kedua *Instagram* bagi Generasi Z rata – rata tingkat pengungkapan diri cenderung lebih tinggi, terutama karena audiens yang lebih kecil dan intim. Pengguna merasa lebih aman untuk berbagi perasaan, kekhawatiran, serta momen pribadi yang tidak ingin mereka tunjukkan di akun utama. Makna dari tingkat pengungkapan diri cenderung tinggi dengan pengikut yang lebih sedikit dan lebih terpilih, pengguna merasa bahwa mereka bisa membangun hubungan yang lebih dekat dan lebih mendalam dengan audiens mereka. Hal ini memungkinkan mereka untuk merasa lebih di dukung dan diterima, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk lebih terbuka dan jujur dalam mengungkapkan diri. Seperti yang dikatakan (Derlega et al., 2001; Tang et al., 2013) ciri - ciri individu atau perbedaan dalam keterampilan interpersonal

mempengaruhi bagaimana dan kapan mengungkapkan. Mereka yang memiliki keterikatan yang aman orang – orang mempunyai tingkat keterbukaan diri yang tinggi, sedangkan orang yang memiliki keterbukaan yang tinggi mendorong orang lain untuk melakukan keterbukaan diri.

Menurut Masaviru (Derlega, Winstead, & Greene 2001), Steinberg (2007), Tang et. al (2013), Kayu (2010) juga mengemukakan pendapat teori tindakan membuka informasi pribadi tentang diri sendiri tidak mungkin ditemukan orang lain. Informasi ini menyentuh topik yang orang tidak akan pikirkan untuk berdiskusi dengan orang – orang tertentu dan oleh orang karena itu, kita menjaga pikiran dan perasaan kita pada diri sendiri.

Steinberg, 2007 mengemukakan teori Keterbukaan diri mempunyai kelebihan dan kekurangan. Sehubungan dengan kelebihanannya, ini memungkinkan kita untuk terbuka dan mengungkapkan lebih banyak kepada orang – orang yang juga mengungkapkan. Kedua, merupakan proses timbal balik dimana semakin banyak seseorang mengungkapkan kepada orang lain, semakin besar pula keinginan mereka untuk melakukan hal yang sama. Ketiga, pengungkapan megarah pada kepercayaan yang mengembangkan hubungan. Namun berbicara terlalu banyak tentang diri kita sendiri di awal hubungan mungkin tidak memfasilitasi pengembangan dapat di anggap merugikan menjadi

tidak aman. Akibatnya keterbukaan diri dapat meimbulkan penolakan karena tidak disukai atau diterima.

Menurut Tubbs dan Moss (1974) mengemukakan teori ada lima sebagai berikut: Pertama, pengertian dimana penerimaan secara cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksudkan komunikator. Kedua, kesenangan menimbulkan hubungan hangat atau akrab, dan menyenangkan. Ketiga, mempengaruhi sikap, mampu memunculkan perubahan sikap pada komunikan, yang awalnya tidak suka berubah menjadi menyukai, dan sebaliknya. Perubahan sikap ini bisa dilakukan melalui komunikasi persuasif. Keempat, Hubungan sosial yang baik, dimana komunikasi yang dilakukan mampu menciptakan hubungan baik dengan individu lain. Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa menjalani kehidupan sendiri, selalu membutuhkan individu lain. Komunikasi dinilai efektif jika mampu menciptakan hubungan sosial yang baik, bukan malah memunculkan pertentangan atau konflik. Kelima Tindakan yang merupakan ukuran nyata dari efektivitas sebuah komunikasi. Tidak mudah untuk mempengaruhi individu lain agar melakukan tindakan tertentu sesuai keinginan komunikator. Perubahan perilaku melalui komunikasi ini membutuhkan proses komunikasi yang diawali dengan pengertian, kesenangan, perubahan sikap, terciptanya hubungan sosial yang baik, baru kemudian memudahkan terjadinya

perubahan tindakan. Perubahan atau munculnya perilaku tertentu ini bisa dilakukan melalui komunikasi persuasif.

Ternyata rata – rata tingkat pengungkapan diri seseorang cenderung tinggi terutama audiens yang kecil dan intim maka informan dalam memposting di akun kedua *Instagram* cukup membangun hubungan yang lebih dekat dan lebih dalam yang berpengaruh terhadap pengungkapan diri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Amount*: Mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan akun kedua *Instagram* untuk mengatur frekuensi dan waktu pengungkapan diri.
2. *Valence*: Ungkapan positif berupa kata-kata atau *quotes*, sementara ungkapan negatif berupa ujaran kebencian.
3. *Accuracy and Honesty*: Mereka membangun citra dengan menjadi diri sendiri, membranding prestasi, dan memilah konten yang diunggah.
4. *Intention*: Akun pertama digunakan untuk konten edukatif, sedangkan akun kedua lebih mengekspresikan diri secara pribadi.
5. *Intimacy*: Akun kedua memberikan rasa nyaman dan aman untuk berbagi karena pengikutnya adalah teman dekat yang dipercaya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka terdapat saran ataupun masukan yang ingin penulis sampaikan, terkait dengan permasalahan yang penulis teliti, sebagai berikut:

1. Pengguna akun kedua *Instagram* disarankan untuk lebih selektif dalam memilih konten yang akan dibagikan. Pastikan bahwa setiap postingan tidak hanya relevan dengan tujuan penggunaan akun, akan tetapi juga tidak melanggar norma sosial atau privasi orang lain.
2. Sebagai penonton akun kedua *Instagram*, penting untuk selalu berinteraksi dengan bijak. Hindari memberikan komentar atau tanggapan yang dapat menyakiti perasaan pemilik akun. Sebaliknya, usahakan untuk mendukung dan memberikan feedback yang membangun.

DAFTAR PUSTAKA

- ARDIYANTO, T., & Dian Purworini, M. (2017). Komunikasi Interpersonal PSK Dengan Keluarga (Studi Deskriptif Kualitatif Keterbukaan Diri PSK di Solo dengan Keluarga dalam Pengungkapan Pekerjaan Tahun 2017). *INSTITUTIONAL REPOSITORY*.
- Asriyani Sagiyanto, N. A. (2018). SELF DISCLOSURE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Anggota Galeri Quote). *NYIMAK*, 2.
- Astari Clara Sari, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, N. A. (2018). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL. *The Messenger*.
- Budiani, Altashya Nurul, Ferdi Fauzi, Genia Yevandarest Bantar, M. V. (2023). Gambaran Self disclosure Pengguna Second account Instagram (Studi Fenomenologi Self disclosure Pengguna Second account Instagram Pada Dewasa Awal). *Pendidikan Tambusai Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 7.
- Damayanti, R. (2018). *DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.
- Desran Waka, Nurdam Buhaerah, N. N. (2021). PENGARUH KOMUNIKASI INOVASI ORGANISASI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI PADA DINAS PERTANIAN DAN PANGAN DAERAH KABUPATEN MOROWALI UTARA. *Master of Management*, 2.
- Dian Nurvita Sari, A. B. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi Communication*, 3.
- DRS. JALALUDDIN RAKHMAT, M. S. (1999). Psikologi Komunikasi. *Remaja Rosdakarya*.
- Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, N. R. O. (2020). Self Disclosure

- Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Ilmu Komunikasi*, 18.
- Gainau, M. B. (2009). Keterbukaan diri (self disclosure) siswa dalam perspektif budaya dan implikasinya bagi konseling. *Repository Widya Mandala*.
- GINTING, E. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PUSKESMAS DESA MERDEKA, KECAMATAN MERDEKA KABUPATEN KARO. *Universitas Quality*.
- Harahap, W. P. B., & Sori Monang, I. F. D. (2023). KOMUNIKASI ANAK BROKEN HOME PADA LINGKUNGAN MASYARAKAT KECAMATAN BATANG SERANGAN KABUPATEN LANGKAT. *SIBATIK JOURNAL*, 2.
- JUNAEDI, CHANTIKA NURPERMATASARI, Yudha Wirawanda, S.I.Kom., M. . (2023). Studi Fenomenologi: Self Disclosure Generasi Z Di Sosial Media Instagram. *INSTITUTIONAL REPOSITORY*.
- Kartini Sikumbang, Widya Ramadhina, Emi Riska Yani, Della Arika, Nazmi Hayati, Nur Aini Hasibuan, B. G. P. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *On Education*, 6.
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi “Z” Dan Strategi Melayaninya. *Ambassadors*, 2.
- M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, N. I. M. (2023). STRATEGI DIGITAL MARKETING DENGAN INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA BUTIK DOT.ID. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Ningsih, D. Y., Amrullah, M., Utami, A. C., Rifana, R. S., Kusumaningtyas, P., & Sultan Muhammad. (2020). The Role Of The Ranting Muhammadiyah Jemundo In The Community Through Education And Cultural Missionary Endeavor: Peran Ranting Muhammadiyah Jemundo Dalam Masyarakat Melalui Pendidikan Dan Dakwah Kultural. *Proceedings of The ICECRS*, 8.
- Pratiwi, I. P., & Mukhtaruddin, S. N. P. (2023). Pengungkapan Diri (Self Disclosure) melalui Fitur Instagram Story pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(2), 80–84. <https://doi.org/10.55638/jcos.v5i2.414>
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryant, M. D., & Firdaus, M. (n.d.). GENERASI Z SEBAGAI GENERASI WIRAUSAHA. *Wirausaha*, B. G.
- Puspitarini, D. S., & Reni Nuraeni. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Common*, 3.
- Raydista Febyantari. (2019). INSTAGRAM STORY SEBAGAI BENTUK SELF DISCLOSURE BAGI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER. *Ilmu Komunikasi MEDIKOM*, 02.
- Resti Sri Elwani, F. K. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi*

Remaja.



L

A

M

P

I

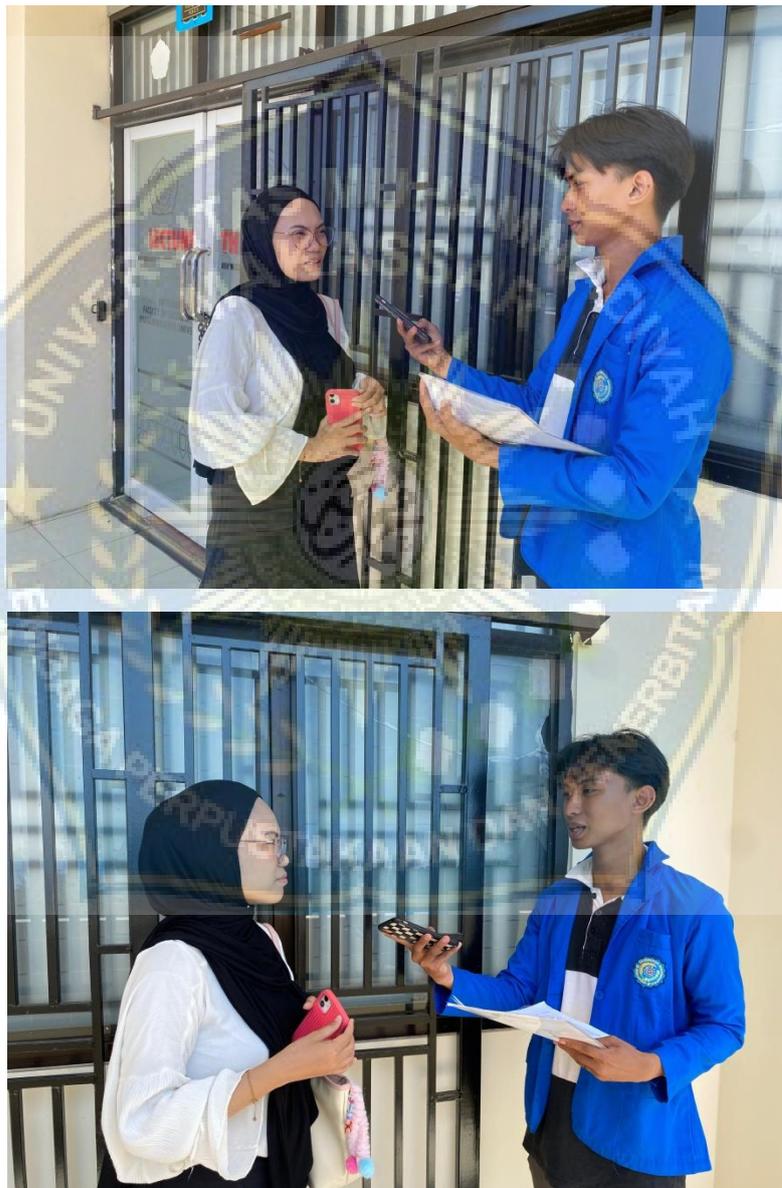
R

A

N



Dok 1 : wawancara dengan informan pertama Magfira Ayunda Angkatan 2021



Dok 2 : wawancara dengan informan kedua Andi Ummul Resky Lutfiah Angkatan 2021



Dok 3 : wawancara dengan informan ketiga Hardianti Angkatan 2022



Dok 4 : wawancara dengan informan keempat Septia Ningsih Angkatan 2022



**Universitas
Muhammadiyah
Makassar**
Integrity - Professionalism - Entrepreneurship

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Faculty of Social and Political Sciences

Menara Iqra Lantai 5 - Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221
Telp: (0411) 866 972 Fax: (0411) 865 588
Official Email : fsiip@unismuh.ac.id
Official Web : <http://fisiip.unismuh.ac.id>

Nomor : 0471/FSP/A.6-VIII/V/1445 H/2024 M
Lamp. : 1 (satu) Eksamplar
Hal : **Pengantar Penelitian**

Kepada Yth.
Bapak Rektor, Cq. Lembaga Penelitian dan
Pengabdian pada Masyarakat (LP3M) Unismuh
Di –
Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan rencana penelitian mahasiswa untuk melengkapi data dalam rangka Penulisan Skripsi, maka diharapkan kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan Pengantar Penelitian kepada :

Nama Mahasiswa : Dion Juned Amrullah
S t a m b u k : 105651104820
J u r u s a n : Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian : Universitas Muhammadiyah Makassar.
Judul Skripsi : ***"Self Disclosure Generasi Z Melalui Akun Kedua Instagram"***.

Demikian Pengantar Penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik, diucapkan banyak terima kasih.

Jazakumullahu Khaeran Katziraa.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar, 13 Mei 2024

Ketua jurusan



Dr. Syukri, S.Sos., M.Si
NBM. 932 568



Kemajuan Untuk Bangsa dan Ummat Manusia
Progress for the Nation and Humankind

Ilmu Administrasi Negara - Ilmu Pemerintahan - Ilmu Komunikasi
Public Administration - Government Studies - Communication Science



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 4279/05/C.4-VIII/V/1445/2024

14 May 2024 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

06 Dzulqa'dah 1445

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Ketua Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan

Universitas Muhamamdiyah Makassar

di -

Makassar

اللهم صل على محمد وآل محمد

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0471/FSP/A.6-VIII/V/1445/2024 tanggal 13 Mei 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **DION JUNED AMRULLAH**

No. Stambuk : **10565 1104820**

Fakultas : **Fakultas Sosial dan Politik**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI AKUN KEDUA INSTAGRAM"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 17 Mei 2024 s/d 17 Juni 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

اللهم صل على محمد وآل محمد

Ketua LP3M,



Dr. Arief Muhsin, M.Pd.

NBM 1127761



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 231/B-PERPUS.III/V/1445/24
Lamp. :
Hal : Izin penelitian

6 Dzulqa'dah 14345 H
14 Mei 2024 M

Kepada Yth
Bapak Ketua LP3M
Universitas Muhammadiyah Makassar
di-
Makassar

Berdasarkan surat LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 4279/05/C.4-VIII/VI/1445/2024 Tanggal 14 Mei 2024, perihal permohonan Izin Penelitian dengan data lengkap mahasiswa yang bersangkutan :

Nama : **DION JUNED AMRULLAH**
No.Stambuk : 10565 1104820
Fakultas : Fakultas Sosial dan Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Pekerjaan : Mahasiswa

Kami dari UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar pada dasarnya mengizinkan kepada yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian/pengumpulan data dan memanfaatkan bahan pustaka yang ada dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

" SELF DISCLOSURE GENERAZI MELALUI AKUN KEDUA INSTAGRAM"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 17 Mei 2024 s/d 17 Juni 2024 dengan ketentuan mentaati aturan dan tata tertib yang berlaku.

Demikian kami sampaikan, dengan kerja sama yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Kepala UPT



Tembusan :
1. Rektor Unismuh Makassar
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip..

Jl. Sultan alauddin No 259 Makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 596,Fax(0411)865 588
Website:www.library.unismuh.ac.id
E-mail:perpustakaan@unismuh.ac.id



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Dion Juned Amrullah

Nim : 105651104820

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	7 %	10 %
2	Bab 2	22 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 19 Oktober 2024
Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Nursinah, S.Hum., M.I.P
NBM. 964 591

BAB I Dion Juned Amrullah 105651104820

ORIGINALITY REPORT

7%	7%	5%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	3%
2	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%



BAB II Dion Juned Amrullah 105651104820

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

21%
INTERNET SOURCES

3%
PUBLICATIONS

14%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	3%
2	ikipwidyadarmasurabaya.ac.id Internet Source	3%
3	www.publish.ojs-indonesia.com Internet Source	2%
4	eprints.ums.ac.id Internet Source	2%
5	files.osf.io Internet Source	2%
6	www.ejournal.ihdn.ac.id Internet Source	2%
7	repository.uinib.ac.id Internet Source	2%
8	penerbit.salnesia.id Internet Source	2%
9	www.researchgate.net Internet Source	2%

10 Submitted to stidalhadid 2%
Student Paper

11 www.scribd.com 2%
Internet Source

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off



BAB III Dion Juned Amrullah 105651104820

ORIGINALITY REPORT

9%
SIMILARITY INDEX

8%
INTERNET SOURCES

3%
PUBLICATIONS

7%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.usu.ac.id Internet Source	3%
2	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	2%
3	nursadi-metode.blogspot.com Internet Source	2%
4	Mohammad Tohir "KETERAMPILAN BERPIKIR KREATIF SISWA DALAM MENYELESAIKAN SOAL OLIMPIADE MATEMATIKA BERDASARKAN LEVEL METAKOGNISI", Alifmatika: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Matematika, 2019 Publication	2%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off

BAB IV Dion Juned Amrullah 105651104820

ORIGINALITY REPORT

7 %
SIMILARITY INDEX

7 %
INTERNET SOURCES

0 %
PUBLICATIONS

0 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.umk.ac.id Internet Source		2 %
2	eprints.ums.ac.id Internet Source		2 %
3	www.publish.ojs-indonesia.com Internet Source		2 %
4	www.rijal09.com Internet Source		2 %

Exclude quotes Off

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography Off

BAB V Dion Juned Amrullah 105651104820

ORIGINALITY REPORT

3% SIMILARITY INDEX	3% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	www.jurnal.spada.ipts.ac.id Internet Source	3%
----------	---	-----------



Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%



RIWAYAT HIDUP



Dion Juned Amrullah, Lahir Makassar 19 Juni 2002, anak ke-6 dari 6 bersaudara. Buah hati dari pasangan Muh Syarif dan St Nuraeni, Memiliki 5 Kakak yang bernama Almh Sitti Syahrani S.Pd, Mirawati, Hasrawati, Hasbullah, dan Hasrullah SS.,MM

Penulis pertama kali masuk ke dunia pendidikan formal pada tahun 2008 memasuki Sekolah Dasar di SD Negeri Alluka dan tamat pada tahun 2014, kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Takalar dan tamat pada tahun 2017, setelah tamat SMP, penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Takalar dan tamat pada tahun 2020, kemudian di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Jurusan Ilmu Komunikasi.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan disertai doa dalam menjalankan aktivitas akademik diperguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “*Self Disclosure* Generasi Z Melalui Akun Kedua *Instagram*” pada tahun 2024.