

***SELF DISCLOSURE PENGGUNA AKUN
INSTAGRAM GANDA***

(Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNSRI 2019 Palembang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



Oleh

YUNITA FATRIANI

07031381924121

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI


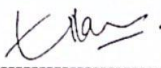
**“SELF DISCLOSURE PENGGUNA AKUN INSTAGRAM GANDA
(STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNSRI 2019
PALEMBANG)”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

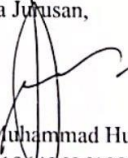
Oleh :

YUNITA FATRIANI

07031381924121

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si NIP. 199309052019032019	 -----	16-12-2022 -----
Pembimbing II		
Kartika Suci Lestari Parhusip, M.A NIP. 199003312022032013	 -----	16-12-2022 -----

Mengetahui,
Ketua Jurusan,


Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

"SELF DISCLOSURE PENGGUNA AKUN INSTAGRAM GANDA (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNSRI 2019 PALEMBANG)"

Skripsi

Oleh :

YUNITA FATRIANI

07031381924121

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 27 Desember 2022**

Pembimbing :

1. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
NIP. 199309052019032019

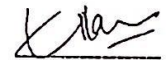
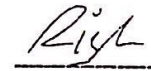
2. Kartika Suci Lestari Parhusip, M.A
NIP. 1990030312022032013

Penguji :

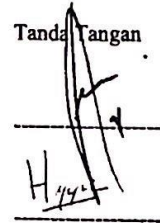
1. Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

2. Harry Yogsunandar, S.IP., M.LKom
NIP. 1671073105790009

Tanda Tangan




Tanda Tangan



Mengetahui,


a.n. Dekan FISIP UNSRI
Wakil Dekan I,
Dr. H. Azhar, S.H., M.Sc., LL.M
NIP. 196504271989031003

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yunita Fatriani
NIM : 07031381924121
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 12 Juni 2002
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Self Disclosure* Pengguna Akun Instagram Ganda
(Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNSRI 2019 Palembang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Yunita Fatriani
NIM. 07031381924121

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Kita tidak bisa memilih situasi kita, tetapi kita selalu bisa menentukan sikap kita atas situasi yang sedang dialami

-Henry Manampiring, dalam Filosofi Teras

Gapapa capek skripsi-an, besok ke starbucks lagi

-Yunita Fatriani, dalam pengerjaan skripsi ini

Skripsi ini dibuat pada tahun 2022.

Saya persembahkan untuk diri pribadi, orang tua, keluarga,

serta civitas akademika lainnya.

ABSTRACT

This research aims to determine the Self-Disclosure of Users of Second Instagram Accounts (Study of 2019 Palembang UNSRI Communication Science Students). This study used a qualitative research method in which researchers conducted observations, interviews, and documentation of four informants using thematic analysis techniques. The theory used is the Self Disclosure theory according to Joseph A Devito and the Johari Window Theory according to Joseph Luft and Harry Ingham. The results of this study can be concluded that each informant has differences in choosing what to post and also choosing who can see the contents of his second Instagram accounts. On second Instagram accounts, informants can freely and freely express themselves without having to think about other people's opinions, double Instagram can help a person appear more confident than on the main Instagram.

Keywords: *Self Disclosure, Second Account, Generation Z*

Advisor I



Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si

NIP. 199309052019032019

Advisor II

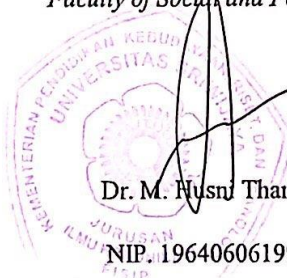


Kartika Suci Lestari Parhusip, M.A

NIP. 199003312022032013

The Head of Communication Major

Faculty of Social and Political Science



Dr. M. Nusni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Self Disclosure* Pengguna Akun Instagram Ganda (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNSRI 2019 Palembang). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap empat informan dengan teknik analisis tematik. Teori yang digunakan adalah teori *Self Disclosure* menurut Joseph A Devito dan Teori *Johari Window* menurut Joseph Luft dan Harry Ingham. Hasil dari penelitian ini ialah dapat disimpulkan bahwa setiap masing-masing informan memiliki perbedaan dalam memilih apa saja yang di posting dan juga memilih siapa saja yang dapat melihat isi dari akun Instagram ganda miliknya. Pada akun Instagram ganda informan dapat leluasa dan bebas berekspresi tanpa harus memikirkan pendapat orang lain, Instagram ganda dapat membantu diri seseorang untuk lebih percaya diri tampil dari pada di Instagram utama.

Kata Kunci : Pengungkapan Diri, Instagram Ganda, Generasi Z

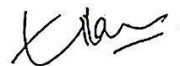
Pembimbing I



Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si

NIP. 199309052019032019

Pembimbing II



Kartika Suci Lestari Parhusip, M.A

NIP. 199003312022032013

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. M. Husein Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbiallamin puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan maksimal. Sholawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman amin.

Penelitian ini merupakan hasil penelitian mengenai *Self Disclosure Pengguna Akun Instagram Ganda (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNSRI 2019 Palembang)*. Peneliti menyadari bahwa proses penyelesaian penelitian ini tentu tidak terlepas dari adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan kali ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena telah memberikan nikmat kesehatan dan kemudahan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua, Papa Zulkifli (Alm), Mama Rusmala Eliyansari dan seluruh keluarga yang telah memberikan segala kasih sayang, pengorbanan serta doa.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya Palembang.
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Palembang.
5. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Palembang beserta jajarannya.
6. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Palembang beserta jajarannya dan juga sekaligus Dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan memberikan nasihat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

7. Ibu Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos, M.Si selaku Dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, nasihat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Kartika Suci Lestari Parhusip, M.A selaku Dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, nasihat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Mba Sertin Agustina Amina, Mba Elvira Humairah dan Mba Shelvianty Yoansyah selaku staff admin jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang sudah membantu dalam hal administrasi selama masa perkuliahan sampai dengan akhir perkuliahan.
10. Segenap dosen dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah mendidik dan membagikan ilmunya sehingga peneliti dapat melakukan penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh teman–teman dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memberi motivasi dalam penyelesaian penelitian ini.
12. Semua pihak yang telah berjasa atas terselesaikannya penelitian ini, yang peneliti tidak bisa sebutkan satu persatu. Semoga senantiasa mendapatkan limpahan rahmat dari nya.

Palembang, 17 September 2022

Peneliti,

Yunita Fatriani

NIM. 07031381924121

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Teoritis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	17
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.2 <i>Self Disclosure</i>	18
2.2.1 Definisi <i>Self Disclosure</i>	18
2.2.2 Dimensi-Dimensi <i>Self Disclosure</i>	20
2.2.3 Manfaat <i>Self Disclosure</i>	24

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Self Disclosure</i>	25
2.2.5 Dampak <i>Self Disclosure</i>	28
2.2.6 Teori <i>Johari Window</i>	29
2.3 Instagram	31
2.3.1 Definisi Instagram	31
2.3.2 Instagram Ganda	32
2.4 Kerangka Teori	33
2.5 Kerangka Pemikiran	35
2.6 Alur Pemikiran	37
2.7 Penelitian Terdahulu	37
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Definisi Konsep	43
3.3 Fokus Penelitian	44
3.4 Unit Analisis	45
3.5 Kriteria Informan dan Informan Terpilih	45
3.5.1 Kriteria Informan	46
3.5.2 Informan Terpilih	46
3.6 Sumber dan Jenis Data	48
3.6.1 Sumber Data	48
3.6.2 Jenis Data	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data	49
3.8 Teknik Keabsahan Data	51
3.9 Teknik Analisis Data	52
3.9.1 Analisis Tematik	52
3.9.2 <i>Coding</i>	53
BAB IV	58
GAMBARAN UMUM INSTAGRAM DAN PROFIL INFORMAN	58

4.1 Definisi Instagram	58
4.2 Sejarah Instagram	59
4.3 Fitur-Fitur Instagram	60
4.4 Instagram Ganda	65
4.5 Profil Informan	66
BAB V	72
HASIL DAN PEMBAHASAN	72
5.1 Deskripsi Informan	72
5.1.1 Informan AN	73
5.1.2 Informan MS	77
5.1.3 Informan MNR	81
5.2 Perbandingan akun Instagram utama dan akun Instagram ganda	91
5.3 Kategori pada informan	103
5.4 Mengkonseptualisasikan teori <i>Self Disclosure</i> dan <i>Johari Window</i>	113
5.5 Diskusi hasil penelitian	116
BAB VI	123
PENUTUP	123
6.1 Kesimpulan	123
6.2 Saran	125
6.2.1 Saran Praktis	125
6.2.2 Saran Akademis	125
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	129

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	44
Tabel 3.2 Informan Terpilih.....	46
Tabel 3.3 <i>Open Coding Sheet</i>	55
Tabel 3.4 <i>Axial Coding Sheet</i>	56
Tabel 4.1 Profil Informan.....	67
Tabel 5.1 Kesimpulan Deskripsi Informan.....	90
Tabel 5.2 Perbandingan isi akun Instagram informan.....	93
Tabel 5.3 Kategori <i>Open area</i> dan <i>Hidden area</i>	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram 8 Negara Terbanyak.....	9
Gambar 1.2 Pilihan Media Sosial Berdasarkan Asal Generasi.....	9
Gambar 1.3 Diagram yang memiliki akun Instagram.....	10
Gambar 1.4 Jenis Kelamin pengguna Instagram.....	11
Gambar 1.5 Pengguna <i>second account</i> Instagram.....	11
Gambar 1.6 Durasi waktu penggunaan <i>second account</i>	12
Gambar 1.7 Lebih sering menggunakan <i>first account</i> atau <i>second account</i>	13
Gambar 1.8 Ketertarikan pada <i>second account</i>	13
Gambar 1.9 Fungsi <i>second account</i>	14
Gambar 2.1 Teori <i>Johari Window</i>	29
Gambar 4.1 Logo Instagram.....	58
Gambar 4.2 <i>Instagram Direct</i>	61
Gambar 4.3 <i>Instagram Stories</i>	62
Gambar 4.4 <i>Instagram Live</i>	62
Gambar 4.5 <i>Instagram Reels</i>	63
Gambar 4.6 <i>Highlight Instagram</i>	64
Gambar 4.7 <i>Close Friends</i>	65
Gambar 5.1 Informan AN.....	76
Gambar 5.2 Informan MS.....	81

Gambar 5.3 Informan MNR.....	86
Gambar 5.4 Informan AS.....	90
Gambar 5.5 Profil Instagram ganda informan AN.....	96
Gambar 5.6 Profil Instagram utama informan AN.....	97
Gambar 5.7 Profil Instagram ganda informan MS.....	98
Gambar 5.8 Profil Instagram utama informan MS.....	99
Gambar 5.9 Profil Instagram ganda informan MNR.....	100
Gambar 5.10 Profil Instagram utama informan MNR.....	101
Gambar 5.11 Profil Instagram ganda informan AS.....	102
Gambar 5.12 Profil Instagram utama informan AS.....	103

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pemikiran.....	37
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	127
Lampiran 2 <i>Open Coding</i> Informan.....	129
Lampiran 3 <i>Axial Coding</i> Informan.....	240
Lampiran 4 <i>Selective Coding</i> Informan.....	244
Lampiran 5 <i>Screenshot</i> Postingan Pada Akun Instagram Informan.....	253
Lampiran 6 Hasil Plagiarisme.....	255

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era ini teknologi berkembang semakin pesat. Teknologi dapat memudahkan manusia untuk saat ini. Seiring dengan berkembangnya teknologi ini muncul lah internet sebagai inovasi baru. Internet menghasilkan istilah baru yaitu *new media* yang bisa disebut juga dengan media baru pada abad 21 dalam hal ini istilah ini telah dipakai untuk menjelaskan apapun hal yang memiliki kaitan dengan internet dan juga interaksi antar gambar, suara dan teknologi. Media baru ini telah merubah gaya hidup masyarakat, cara berpikir, budaya dan juga hampir segala aspek yang ada di kehidupan manusia. Media baru telah memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk bertukar informasi dan pendapat dengan situasi kondisi kapan saja.

Media baru dalam hal ini mempunyai ciri yang paling utama ialah terdapat saling keterhubungan, aksesnya kepada seseorang yang dimana seseorang tersebut sebagai pengirim ataupun penerima, interaktivitasnya, fungsinya yang sangat bermacam-macam sebagai karakter yang memiliki sifat terbuka dan juga ada dimana-mana (Denis McQuail, 1996). Dan juga media baru memiliki lima jenis berdasarkan website Southeastern University diantaranya adalah: *virtual reality*, *blog*, *digital games*, *social media* dan *online newspaper*. Dari kelima jenis ini, media sosial lah yang banyak diminati oleh masyarakat terutama masyarakat Indonesia.

Adapun definisi media sosial yang telah dikemukakan oleh Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) yaitu media sosial merupakan sebuah media yang berbasis internet yang dimana siapa pun yang menggunakannya memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dan juga mempresentasikan diri, baik secara spontan maupun tertunda, dengan khalayak yang luas maupun yang tidak mendorong nilai dari *user-generated content* dan juga persepsi interaksi dengan orang lain. Saat ini media sosial memiliki berbagai macam bentuk yang sangat beragam, oleh karenanya hal ini dapat memungkinkan orang-orang untuk bisa berbicara, berbagi, berpartisipasi dan juga dapat menciptakan jejaring dengan cara online.

Menurut penelitian dari perusahaan media sosial asal Inggris (*We Are Social*) (2021) mengenai pola pemakaian media sosial di sejumlah negara termasuk juga negara Indonesia, menunjukkan hasil rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 14 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial. Dari jumlah populasi yang ada di Indonesia sebanyak 274, 9 juta jiwa, pengguna yang aktif menggunakan media sosial mencapai jumlah 170 juta. Total keseluruhan jumlah pengguna media sosial yang ada di Indonesia jumlahnya sama dengan 61,8 % dari total populasi pada Januari 2021. Jumlah ini meningkat 10 juta atau sekitar 6,3 % dibandingkan tahun 2020. 168,5 juta orang Indonesia menggunakan *smartphone* atau *tablet* untuk mengakses media sosial dengan jumlah 90%. Setelah disimpulkan oleh *We Are Social*, waktu yang telah dihabiskan orang Indonesia untuk mengakses internet per-hari yaitu 8 jam 52 menit. Dan untuk aplikasi yang paling sering digunakan yaitu Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook dan yang terakhir Twitter.

Instagram merupakan aplikasi terbesar ketiga yang paling sering digunakan di Indonesia setelah Facebook berdasarkan riset *We Are Social* (2021). Instagram dapat didefinisikan sebagai salah satu aplikasi *mobile* yang memungkinkan penggunanya dapat memposting ataupun mengedit foto dan video mereka ke akun Instagram mereka. Yang dimana foto dan video yang telah mereka posting itu dapat dilihat oleh pengguna lain yang mengikuti mereka di Instagram atau yang biasa disebut dengan *follower*. Instagram juga menggunakan istilah *following* dan *follower*. Yang dimana *following* yang memiliki arti seorang pengguna akun mengikuti pengguna lainnya, sedangkan *follower* memiliki arti pengguna lain mengikuti akun anda. Setiap pengguna Instagram dapat melakukan interaksi kepada pengguna lainnya dengan cara memberikan komentar dan memberikan tanda suka kepada akun pengguna lain tersebut. Hal menarik lainnya dari Instagram karena adanya interaksi antar pengguna yang saling mengikuti, atau sering dikenal dengan istilah *following* dan *followers*. Interaksi yang terjadi dapat berupa saling memberikan komentar dan saling memberikan tanda suka.

Adapun fitur-fitur yang terdapat di Instagram diantaranya yaitu: fitur kamera, di fitur yang satu ini pengguna dapat langsung memotret ataupun merekam momen secara langsung melalui aplikasi, kemudian pengguna nya dapat mengedit dan langsung memposting nya. Fitur kedua yaitu editor, disini para pengguna Instagram dapat mengedit foto atau video yang telah mereka ambil. Disini terdapat 10 *tooleditor* untuk mengatur pencahayaan, kontras dan saturasi dengan mudah.

Pada tahun 2016 Instagram memunculkan fitur baru yaitu Instagram *stories*. Di fitur ini para pengguna Instagram dapat membagikan foto dan video kepada para pengikutnya yang dimana dapat dilihat selama 24 jam. Tahun 2018 Instagram

kembali meluncurkan fitur terbaru yaitu *close friends*. Fitur ini memungkinkan para pengguna Instagram dapat membuat daftar atau memilih siapa saja teman dekat mereka. Daftar teman dekat disini dapat diisi dengan para pengikut yang dianggap oleh pengguna adalah teman-teman terdekat. *Followers* yang termasuk di *close friends* ini dapat melihat apa yang diposting oleh pengguna akun dengan *close friends*. Instagram *stories* yang diposting dengan fitur *close friends* akan memiliki ciri dengan lingkaran hijau muda. Biasanya foto dan video yang diposting menggunakan fitur ini memiliki sifat yang pribadi.

Selain fitur-fitur tersebut ada juga salah satu hal yang menarik, yaitu pada saat ini beberapa para pengguna Instagram membuat akun Instagram ganda atau yang biasa disebut sebagai *second account*. Pada biasanya para pengguna yang membuat Instagram ganda ini memiliki tujuan untuk menunjukkan jati diri mereka dengan bebas tanpa halangan dan tanpa harus khawatir dengan komentar beberapa pengguna lainnya, di Instagram ganda ini mereka dapat sesuka hati mengekspresikan dirinya sehingga tidak ada standar kesempurnaan sama sekali yang dapat memberatkan seseorang.

Pada umumnya Instagram ganda memiliki *username* yang akan jauh dari nama asli pengguna yang penggunaanya tampilkan di Instagram utama atau yang biasa disebut *first account* mereka. Di Instagram ganda ini juga biasanya berisikan berbagai macam foto dan video yang memiliki unsur candaan, kata-kata yang memiliki tujuan untuk curhat, pandangan sensitif tentang suatu hal, dan masih banyak lainnya yang dapat dilakukan di Instagram ganda ini. Pada dasarnya Instagram ganda ini akunnya di *private* oleh para pengguna nya sehingga yang dapat melihat aktivitas dari akun ini ialah orang-orang yang hanya diberikan akses

oleh pemilik Instagram ganda tersebut. Di Instagram ganda ini juga biasanya *followers* nya merupakan orang-orang yang dianggap dekat dan tidak akan memberikan komentar negatif terhadap apa yang telah penggunaannya posting, sehingga pengguna Instagram ganda dapat dengan bebas mengekspresikan diri mereka di akun tersebut.

Instagram ganda juga dapat digunakan sebagai pilihan yang dimana untuk memberi batasan antara kepentingan profesional dan kepentingan pribadi. Contohnya pada Instagram utama penggunaannya dapat membuatnya menjadi portofolio diri atau juga sebagai akun bisnis yang dapat digunakan untuk kepentingan *self branding* sedangkan Instagram ganda memiliki fungsi untuk berinteraksi dengan teman-teman yang dirasa dekat.

Secara langsung sebenarnya hal ini hampir mirip dengan fitur *close friends* yang ditawarkan oleh Instagram. Tetapi yang membuatnya sedikit berbeda ialah di Instagram ganda ini mereka dapat memposting foto dan video, dan juga mereka dapat melakukan *repost* Instagram *stories* dari teman-teman pengguna Instagram tersebut.

Namun beberapa hal saat ini memang dianggap tidak perlu untuk dibagikan kepada orang lain karena hal ini telah menyangkut dengan privasi dari seseorang, namun dalam hal ini ada juga beberapa orang yang merasa dirinya nyaman untuk membaginya dan berinteraksi kepada orang lain. Ada banyak macam-macam orang yang memilih untuk membagi cerita mereka kepada orang lain, ada yang melakukannya melalui sosial media seperti Instagram, Twitter, Facebook dan banyak macam media sosial lainnya. Tetapi ada juga beberapa orang yang memilih

siapa saja yang dapat melihat dan mendengar cerita yang dibagikan nya melalui media sosial tersebut.

Hal ini sangat erat kaitannya dengan pengungkapan diri atau yang biasa disebut *self disclosure*. *Self disclosure* adalah suatu tindakan yang dimana dalam hal ini mengungkapkan bagaimana seseorang berinteraksi dengan orang lain terhadap situasi kondisi yang terjadi saat ini, dan bagaimana seseorang memberikan informasinya di masa lalu dengan relevan yang dapat menciptakan reaksi atas apa yang telah di perbuat saat ini. Hal ini akan membuat kita melakukan aksi berbagi perasaan dan informasi kita terhadap orang lain. *Self disclosure* merupakan tingkatan yang tertinggi dari sebuah komunikasi, dapat disimpulkan semakin dekat seseorang dengan orang lain maka semakin besar pula peluangnya untuk membuka diri.

DeVito (1997) mengatakan pengertian *self disclosure* ialah salah satu jenis komunikasi disaat suatu individu menyampaikan informasi mengenai dirinya yang pada biasanya ia disimpan. Maka dari itu jalannya kegiatan *self disclosure* setidaknya dibutuhkan dua individu. Tidak hanya ini Altman dan Taylor (1973) juga menjelaskan definisi *self disclosure* yaitu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk mengungkapkan mengenai informasi dirinya terhadap individu lain yang memiliki tujuan untuk mencapai hubungan yang akrab. Derlega et. al (2013) juga berpendapat bahwa *self disclosure* merupakan proses pengungkapan suatu informasi mengenai diri individu terhadap individu lainnya dan juga hal ini merupakan salah satu aspek yang penting dari komunikasi interpersonal untuk memiliki hubungan yang lebih dekat.

DeVito juga mengatakan bahwa *self disclosure* ini memiliki lima dimensi, yaitu diantaranya adalah : *amount*, *amount* disini berfungsi untuk menunjukkan frekuensi dan durasi dari seseorang untuk melakukan *self disclosure*. Yang kedua ada *valensi*, fungsinya untuk menunjukkan kualitas yang positif dan negatif dari *self disclosure*. Ketiga ada *accuracy*, ialah kecermatan dan kejujuran dari *self disclosure* ini akan dibatasi sejauh mana seseorang tersebut mengenal dirinya sendiri. Selanjutnya ada *intention*, yaitu tujuan dan maksud dari seseorang untuk melaksanakan *self disclosure* yang diperlihatkan dengan seseorang mengungkapkan apa yang telah ditujukan untuk diungkapkan. Dan yang terakhir terdapat *intimate*, *intimate* ini diperlihatkan dengan seseorang yang dapat mengungkapkan hal-hal yang memiliki sifat pribadi dalam hidupnya.

Altman dan Taylor (1973) juga menjelaskan bahwa *self disclosure* ini mempunyai lima dimensi yaitu ketepatan, motivasi, waktu, keintensifan, kedalaman dan keluasan yang dijelaskan sebagai berikut, yaitu :

Ketepatan, dalam hal ini ketepatan berpacu kepada apakah seorang individu mengungkapkan peristiwa pribadinya dengan relevan. Yang kedua motivasi, motivasi disini memiliki kaitan dengan apa yang telah menjadi dorongan dari individu untuk mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Yang ketiga terdapat waktu, dalam hal ini pemilihan waktu yang tepat sangat penting untuk menentukan apakah individu tersebut dapat terbuka atau tidak. Yang keempat keintensifan, keintensifan seorang individu dalam keterbukaan diri tergantung pada siapa individu tersebut mengungkapkan diri, yaitu teman dekat, orang tua dll. Yang terakhir terdapat kedalaman dan keluasan, dalam *self disclosure* terdapat dua dimensi yaitu dangkal dan dalam. Dangkal pada biasanya diungkapkan pada orang

yang baru dikenal seperti nama, alamat, dan daerah asal. Sedangkan dalam biasanya diceritakan kepada orang yang sangat dipercaya contohnya orang tua, teman dekat dan lain-lain.

Dalam hal ini peneliti telah menemukan sebuah fenomena yang telah banyak terjadi di masyarakat, terutama di kalangan generasi Z saat ini. Yang dimana pada saat ini kebanyakan generasi Z mempunyai akun Instagram lebih dari satu atau yang biasa disebut sebagai Instagram ganda atau *second account*. Yang dimana para pemilik akun tersebut lebih leluasa untuk mengekspresikan diri mereka tanpa khawatir dengan komentar-komentar negatif. Disini peneliti juga telah melakukan observasi dengan cara menyebarkan kuisioner terhadap mahasiswa FISIP UNSRI 2019 yang menggunakan Instagram ganda, peneliti mendapatkan bahwa orang yang menggunakan Instagram ganda ini sangat merasa nyaman untuk memposting berbagai macam hal yang ingin mereka bagikan disana yang memiliki sifat yang pribadi, karena yang dapat melihat postingan tersebut hanya orang-orang yang mereka rasa teman-teman yang dikenal baik dan tidak akan memberikan komentar-komentar yang negatif.

Ada beberapa alasan yang peneliti ambil pada penelitian ini, yaitu :

1. Berdasarkan data yang telah di rangkum oleh *We Are Social* (April, 2022), pengguna Instagram di Indonesia memasuki urutan keempat setelah Brasil dengan jumlah pengguna aktif bulanan sebanyak 99,9 juta orang.

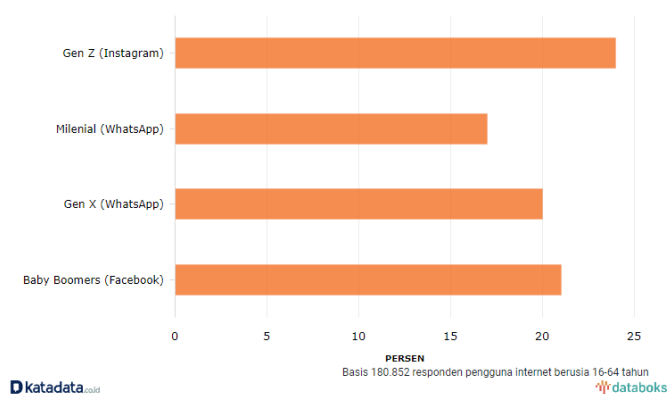
Gambar 1.1
Data Pengguna Instagram 8 Negara Terbanyak



Sumber : <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>

2. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh GlobalWebIndex didapatkan sebanyak 24% responden mengaku menyukai media sosial Instagram, mereka ialah para Gen Z dengan rentang usia 16-23 Tahun.

Gambar 1.2
Pilihan Media Sosial Berdasarkan Asal Generasi
Pilihan Media Sosial Berdasarkan Asal Generasi



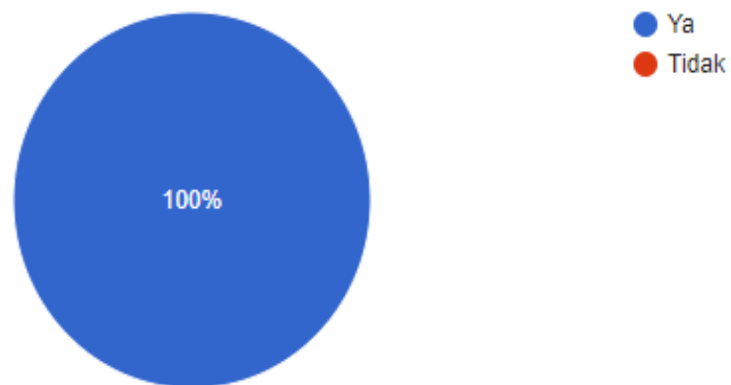
Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z>

3. Karena saat ini kebanyakan pengguna Instagram berasal dari kalangan Gen Z dengan rentang usia 16-23 Tahun, maka dari itu peneliti telah melakukan pra riset pengguna media sosial Instagram dikalangan Mahasiswa FISIP UNSRI 2019 dengan menggunakan *Google Forms*. Berikut merupakan gambar hasil pra riset yang telah dilakukan :

Gambar 1.3
Diagram yang memiliki akun Instagram

Apakah anda memiliki akun Instagram?

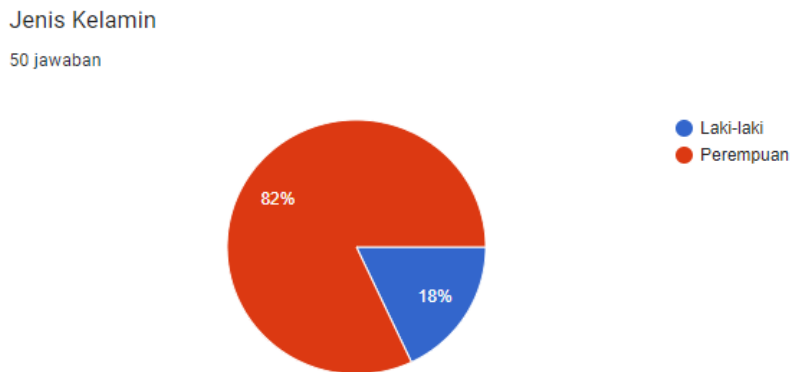
50 jawaban



Sumber : Google Forms Peneliti

Dari 50 jawaban, semuanya memiliki akun Instagram, dengan hasil pra riset ini terbukti bahwa Instagram banyak digunakan masyarakat, terutama pada kalangan Gen Z. Kemudian untuk jenis kelamin pengguna Instagram melalui pra riset yang peneliti lakukan pada gambar 1.4 sebagai berikut

Gambar 1.4
Jenis Kelamin pengguna Instagram

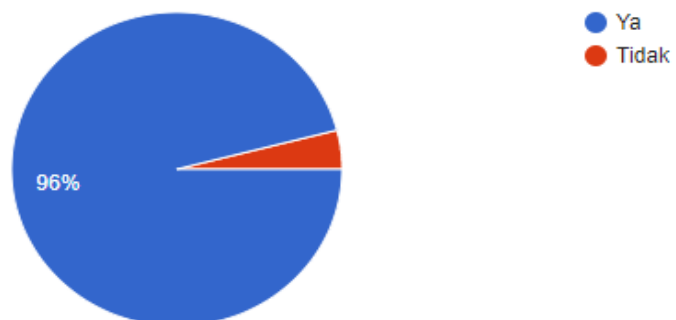


Sumber : Google Forms Peneliti

Hasil pra riset menunjukkan bahwa hampir seluruh pengguna Instagram adalah perempuan, dengan jumlah 82% pengguna Instagram ialah perempuan dan 18% pengguna Instagram adalah laki-laki. Melalui pra riset ini dapat dilihat bahwa perempuan lebih banyak menggunakan Instagram dibanding dengan laki-laki. Kemudian pada gambar 1.5 terlihat seberapa banyak pengguna *second account* Instagram dikalangan mahasiswa

Gambar 1.5
Pengguna *second account* Instagram

Apakah anda memiliki *Second Account* (akun kedua) Instagram?
50 jawaban



Sumber : Google Forms Peneliti

Penggunaan *second account* mencapai 96% dari 100%. Dari data ini dapat dilihat bahwa penggunaan *second account* atau Instagram ganda banyak dilakukan oleh mahasiswa.

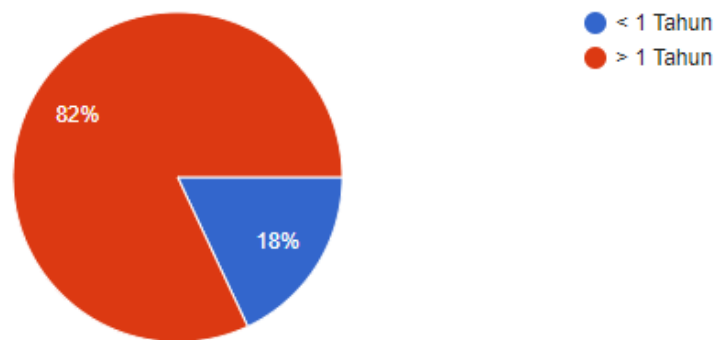
Kemudian pada pra riset ini peneliti juga menemukan bahwa kebanyakan dari mereka menggunakan *second account* dengan jangka waktu yang cukup lama dan juga mereka didalam kehidupan sehari-hari lebih banyak menggunakan *second account* dibandingkan *first account* dari 50 jawaban terdapat 33 orang yang lebih sering menggunakan *second account* di kehidupan sehari-hari, sedangkan 17 orang lainnya lebih sering menggunakan *first account* pada kehidupannya sehari-hari, terbukti pada gambar 1.6 dan gambar 1.7 sebagai berikut

Gambar 1.6

Durasi waktu penggunaan *second account*

Jika memiliki *Second Account*, sudah berapa lama anda memilikinya?

50 jawaban

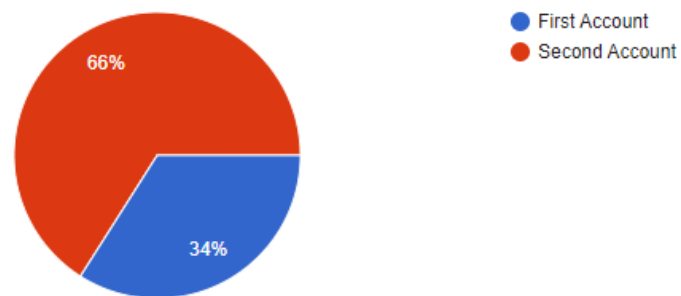


Sumber : Google Forms Peneliti

Gambar 1.7**Lebih sering menggunakan *first account* atau *second account***

Dalam dunia media sosial, anda lebih sering menggunakan *First Account* atau *Second Account*?

50 jawaban



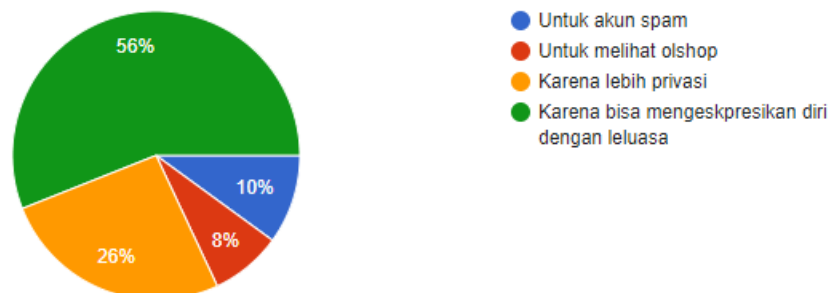
Sumber : Google Forms Peneliti

Peneliti juga melihat ada berbagai macam ketertarikan dari pengguna *second account* ini terhadap *second account* nya atau Instagram ganda yang dimana 56% jawaban dari mereka ialah karena bisa mengekspresikan diri dengan leluasa, tidak hanya itu peneliti juga melakukan survei mengenai fungsi dari *second account* menurut para penggunanya, kedua hal ini terlihat pada gambar 1.8 dan gambar 1.9

Gambar 1.8**Ketertarikan pada *second account***

Mengapa anda tertarik membuat *Second Account* Instagram?

50 jawaban



Sumber : Google Forms Peneliti

Gambar 1.9

Fungsi *second account*

Apa fungsi dari *Second Account* Instagram yang anda miliki? (ceritakan secara singkat)

50 jawaban

untuk arsip foto-foto dan sg yang random
Secara singkat second account memiliki fungsi yang sama sama first account tetapi pada second account lebih nyaman untuk mengirim foto-foto atau membuat instastory karna pada second account hanya ada teman-teman terdekat saja
Untuk kepribadian yg lain
Untuk post keseharian yang bersifat hanya untuk di ketahui teman dekat
mengekspresikan diri lebih bebas
Saya menggunakan Second Account sebagai ttempat spam sekaligus tempat menmpung foto video keseharian Yang saya, second account saya jadikan sebagai galeri Pribadi saya
untuk mengekapse alter saya
second account bagi saya berfungsi untuk spam dan stalker

Sumber : Google Forms Peneliti

Maka dari itu berdasarkan hasil dari pra riset yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa pada saat ini Gen Z lebih tertarik untuk melakukan *self disclosure* terhadap Instagram ganda karena mereka merasa di Instagram ganda tersebut akan lebih leluasa dalam mengekspresikan dirinya tanpa takut adanya komentar-komentar yang akan berdampak pada kesehatan mentalnya.

Berdasarkan teori *self disclosure* yang dikemukakan oleh DeVito fenomena ini sejalan dengan dimensi-dimensi yang ada pada teori tersebut yang akan dibahas lebih lanjut pada penelitian ini, karena pada saat ini kebanyakan Gen Z melakukan *self disclosure* pada Instagram ganda yang dimilikinya, dalam hal ini peneliti ingin melihat bagaimana seseorang melakukan *self disclosure* oleh karena itu peneliti memilih lima dimensi yang telah dikemukakan oleh DeVito. Ada lima dimensi yang dikemukakan oleh DeVito yaitu *Amount*, yang memiliki fungsi untuk

menunjukkan frekuensi dan durasi dari seseorang untuk melakukan *self disclosure*, dimana dalam hal ini peneliti ingin melihat jumlah terjadinya *self disclosure* pada akun Instagram ganda dan juga berapa lama durasi pesan-pesan yang telah disampaikan melalui Instagram ganda. *Valensi*, memiliki fungsi untuk menunjukkan kualitas positif dan negatif dari *self disclosure*, yang dimana dalam hal ini peneliti ingin mengetahui proses *self disclosure* yang disampaikan oleh pengguna Instagram ganda terhadap *followers* nya memberikan efek yang baik atau tidak. *Accuracy*, merupakan kecermatan dan kejujuran dari *self disclosure* ini akan dibatasi sejauh mana seseorang tersebut mengenal dirinya sendiri, dalam hal ini peneliti akan melihat *self disclosure* yang dilakukan oleh pengguna Instagram ganda ini teliti dan jujur atau tidak. *Intention*, yaitu tujuan dan maksud dari seseorang untuk melakukan kegiatan *self disclosure* yang diperlihatkan dengan seseorang mengungkapkan apa yang telah ditujukan untuk untuk diungkapkan, dalam hal ini peneliti akan melihat apa tujuan dari pengguna Instagram ganda ini melakukan *self disclosure* di akun tersebut dan *Intimate*, dalam hal ini diperlihatkan dengan seseorang yang dapat mengungkapkan beberapa hal yang memiliki sifat pribadi pada hidupnya, dalam hal ini peneliti akan melihat apa alasan pengguna Instagram ganda melakukan *self disclosure* terhadap *followers* akun Instagram ganda nya.

Penelitian ini sudah banyak dilakukan, tetapi peneliti melihat masih minimnya penelitian yang dilakukan pada Instagram ganda, yang dimana berdasarkan hasil pra riset yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa FISIP UNSRI 2019 Palembang yang dimana masuk ke kategori Gen Z , dapat dilihat bahwa saat ini kebanyakan masing-masing individu telah memiliki akun

Instagram ganda. Yang dimana rata-rata alasan dari mereka ialah untuk lebih leluasa mengekspresikan diri tanpa takut adanya orang-orang yang akan mengomentari kehidupan pribadinya. Sehingga berdasarkan uraian diatas peneliti melakukan penelitian yang berjudul *Self Disclosure* Pengguna Akun Instagram Ganda (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNSRI 2019 Palembang).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan indikasi yang terdapat di dalam latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan lah permasalahan di dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi UNSRI 2019 Palembang melakukan *self disclosure* pada akun Instagram ganda ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti sebutkan, maka penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi UNSRI 2019 Palembang melakukan *self disclosure* pada akun Instagram ganda.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di dalam kajian ilmu komunikasi pada bidang komunikasi interpersonal.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan referensi bagi pembaca dalam melakukan penelitian mengenai *self disclosure* yang terjadi pada Gen Z.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan serta masukan bagi masyarakat terutama pengguna Instagram untuk mengetahui bagaimana sikap yang dilakukan pada saat proses *self disclosure* berlangsung terhadap para pengguna akun Instagram lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Azis, M. R., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan Platform Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.189>.
- Ayu, M.R. (2022, Agustus 03). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*.
- Ayu, R. D. (2021). *Self-Disclosure Melalui Fitur Instagram Stories (Studi pada Mahasiswa KPI UIN JAKARTA)*.
- Daulay, D. A., Rola, F., & Siregar, A. R. (2021). The relationship between self-disclosure and achievement motivation in Generation Z. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(7), 2971–2974.
- Devito Joseph A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia* (5th ed.). Jakarta : Professional Books.
- Devito. (2007). *The Interpersonal Communication Book : Eleventh Edition*.
- Kevina, H.K. (2020, Februari 25). *Kenapa sih Pada Punya Second Account Instagram?*
- Lambe Turah. (2022, Januari 18). *Pengertian Instagram, Fitur, Tujuan dan Manfaat Instagram*.
- Mahardika, R. D., & Farida, F. (2019). Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(1), 101. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.774>
- Pohan, F. A. (2017). *Hubungan Intimate Friendship dengan Self Disclosure pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Media Sosial Facebook di Universitas Medan Area Tahun Ajaran 2013*. 103.
- Pusparisa, Yosepha. (2021, Mei 16). *Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z*.
- Rizal, Adam. (2021, Februari 25). *Rata-rata Orang Indonesia Habiskan 3 Jam untuk Main Media Sosial*.