




# Pengaruh Aktualisasi Konsep Diri dalam *Self-Disclosure* Gen Z terhadap *Second Account* pada Aplikasi Instagram di Kota Medan

Syifah Fhauziah Gultom<sup>a1\*</sup>, Laila Rohani<sup>b2</sup>

<sup>ab</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kabupaten Deli Serdang, 20353, Indonesia

<sup>1</sup>[syifa0603203038@uinsu.ac.id](mailto:syifa0603203038@uinsu.ac.id); <sup>2</sup>[lailarohani@uinsu.ac.id](mailto:lailarohani@uinsu.ac.id)

<p><b>SEJARAH ARTIKEL</b> Diterima: 3 Maret 2024 Direvisi: 3 April 2024 Disetujui: 29 April 2024 Diterbitkan: 30 April 2024</p> <p><b>*Corresponding</b> <a href="mailto:syifa0603203038@uinsu.ac.id">syifa0603203038@uinsu.ac.id</a></p> <p> <a href="https://doi.org/10.22219/satwika.v8i1.33098">10.22219/satwika.v8i1.33098</a></p> <p> <a href="mailto:jurnalsatwika@umm.ac.id">jurnalsatwika@umm.ac.id</a></p> <p><b>How to Cite:</b> Gultom, S. F., &amp; Rohani, L. (2024). Pengaruh Aktualisasi Konsep Diri dalam Self-Disclosure terhadap Second Account pada Aplikasi Instagram di Kota Medan. <i>Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial</i>, 8(1), 1-9. doi: <a href="https://doi.org/10.22219/satwika.v8i1.33098">https://doi.org/10.22219/satwika.v8i1.33098</a></p> 	<p><b>ABSTRAK</b></p> <p>Media sosial adalah <i>platform</i> yang digunakan orang untuk berbagi gambar, berita, informasi, dan konten lainnya, satu sama lain dan untuk meningkatkan hubungan sosial mereka. Masyarakat juga kerap memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan perasaan tertentu yang mereka alami. Dengan begitu tujuan penelitian ada untuk mengetahui aktualisasi konsep diri <i>second account</i> pada aplikasi instagram terhadap <i>self-discloser</i> Gen Z di Kota Medan. Dalam penelitian ini jenis metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. penelitian ini menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti yakni aktualisasi konsep diri <i>second account</i> (variabel independen) dan <i>self-discloser</i> (variabel dependen). Penelitian ini berfokus pada Gen Z di Kota Medan. Data penelitian ini menggunakan data primer yakni data yang diperoleh secara langsung, untuk memperoleh pengambilan data menggunakan instrumen penelitian angket/kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji korelasi antara aktualisasi konsep diri akun kedua dengan pengungkapan diri pada Gen Z menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,563 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Tingkat hubungan yang sedang ditunjukkan oleh koefisien korelasi sebesar 0,563. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa masyarakat kota Medan memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan perasaan tertentu yang mereka alami. Ini adalah jenis keterbukaan diri (<i>self-discloser</i>) di mana seseorang dengan sengaja menyampaikan pengalaman dan perasaannya secara verbal.</p> <p><b>Kata kunci:</b> <i>Self-Discloser; Instagram; Gen Z; Second Account</i></p> <p><b>ABSTRACT</b></p> <p>Social media is a platform that people use to share images, news, information and other content, with each other and to enhance their social relationships. People also often use social media to convey certain feelings they experience. That way the purpose of the research is to find out the Actualization of the Second Account self-concept on the Instagram Application for Gen Z Self-Disclosers in Medan City. In this study, the type of method used is Quantitative research method. this research explains the relationship of influencing and being influenced by the variables to be studied, namely the Actualization of the second account self-concept (independent variable) and Self-Discloser (dependent variable). This research focuses on Gen Z in Medan City. This research data uses primary data, namely data obtained directly, to obtain data collection using a questionnaire research instrument. The results showed that the correlation test between the actualization of the second account self-concept and self-disclosure in Gen Z showed a correlation coefficient of 0.563 and a significant value of 0.000. A moderate level of relationship is indicated by a correlation coefficient of 0.563. In this case, it can be seen that the people of Medan city utilize social media to convey certain feelings that they experience.</p>
--	--

	<i>This is a type of self-disclosure where a person intentionally conveys their experiences and feelings verbally.</i>
	<b>Keywords:</b> <i>Self-Discloser; Instagram; Gen Z; Second Account</i>
© 2024 This is an Open Access Research distributed under the term of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License ( <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/</a> ), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original works are appropriately cited.	



## PENDAHULUAN

Saat ini, media sosial dan internet memegang peranan penting dalam kehidupan di seluruh dunia, media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa contohnya antara lain, jejaring sosial, blog, wiki, youtube, dan lain-lain. Media sosial adalah *platform* yang digunakan orang untuk berbagi gambar, berita, informasi, dan konten lainnya, satu sama lain dan untuk meningkatkan hubungan sosial mereka (Livia et al., 2022). Penggunaan Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Komunikasi (Rezeki Hasibuan et al., 2023).

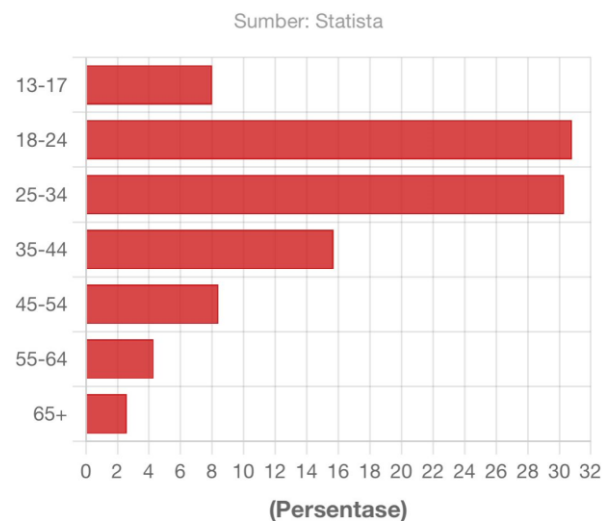
Komunikasi salah satu kunci dalam menjalin dan membangun hubungan antar manusia. Seperti yang dikatakan oleh William I. Gordon bahwa komunikasi sebuah proses pertukaran informasi yang melibatkan gagasan dan perasaan. Dalam berinteraksi, beragam informasi dapat disampaikan seperti pengalaman, perasaan, pendapat, pemikiran, atau identitas diri yang bersifat rahasia maupun tidak.

Proses komunikasi yang mengungkapkan informasi tentang identitas diri yang bersifat rahasia oleh Devito disebut sebagai pengungkapan diri atau *self disclosure*. Istilah keterbukaan diri mengacu pada pengungkapan informasi secara sadar. Pendapat serupa juga dikemukakan Liliweri secara singkat bahwa *self disclosure* atau keterbukaan diri adalah tindakan individu yang sadar maupun “di bawah sadar” untuk mengungkapkan

*Self-disclosure* adalah tindakan menyampaikan informasi tentang diri sendiri dengan sengaja dan kita yakin bahwa informasi tersebut benar, tetapi orang lain belum mengetahuinya (Floyd et al., 2009). Dalam berkomunikasi, ada dua syarat yang harus dipenuhi sebagai *self-disclosure*, yaitu individu harus dengan sengaja memberikan informasi tentang dirinya sendiri dan individu yang membaca harus percaya dengan informasi tersebut, Ini adalah jenis keterbukaan diri (*self-disclosure*) di mana seseorang dengan sengaja menyampaikan pengalaman dan perasaannya secara verbal (Bazarova & Choi, 2014). Di era sekarang ada berbagai macam platform sosial media yang dapat digunakan untuk membagikan dan mendapat informasi setiap harinya, contohnya Instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan dan sangat populer di kalangan masyarakat. Termasuk Indonesia yang memiliki 89,67 juta anggota dari beragam tipe usia dan akun media sosial (Fadli & Sazali, 2023) seperti terlihat pada **Gambar 1**. Hal ini menyoroti Instagram sebagai platform media sosial dengan basis pengguna ke-4 yang tinggi. Instagram setiap hari diprediksi secara positif memiliki kecenderungan untuk mengembangkan diri (Ng et al., 2023)

Usia Pengguna Instagram Dunia 2023

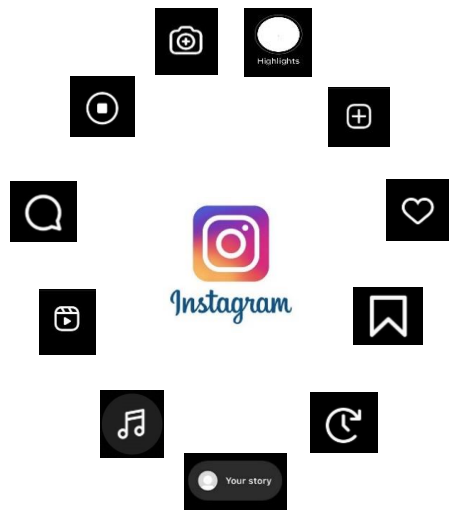


**Gambar 1.** Usia Pengguna Instagram  
(Sumber: [data.goodstats.id](https://data.goodstats.id))

Instagram salah satu media sosial yang memiliki pengaruh yang kuat dalam melakukan aktivitas komunikasi dan pergantian informasi (Sazali & Sukriah, 2021). Instagram menjadi salah satu platform bagi Gen Z untuk menunjukkan gaya hidup yang tinggi mengikuti standart orang-orang dengan ekonomi di atas rata-rata. Fenomena ini disebut flexing. Instagram adalah salah satu platform yang paling banyak digunakan. Instagram juga digunakan setiap hari diprediksi secara positif memiliki kecenderungan untuk mengembangkan diri (Ng et al., 2023). Instagram digunakan untuk mencari dan mengikuti pengguna melalui fitur atau fasilitas yang telah dikembangkan Instagram. Menurut (Maureen &

[Stellarosa, 2021](#)) menyebabkan Gen Z tidak dapat menunjukkan refleksi diri yang sebenarnya.

Instagram memiliki fitur-fitur yang lengkap yang di butuhkan di era saat ini terlihat pada [Gambar 2](#). Setiap foto atau video yang di unggah memiliki kolom komentar dan suka, penggunaanya juga dapat memakai fitur arsip yang digunakan untuk melihat kenangan yang telah diabadikan selama menggunakan platform tersebut, dan penggunaanya juga dapat melihat siapa saja yang mengikuti akunnya dan sebaliknya ([Claresta & Tamburian, 2021](#)).



**Gambar 2.** Bagan Fitur Instagram

Fitur yang dirilis pada awal Februari 2016 tersebut memungkinkan seseorang yang memiliki dua akun Instagram agar dapat masuk dan berganti atau berpindah akun dalam satu ponsel, hal tersebut memudahkan pengguna sehingga tidak perlu dua ponsel untuk masuk kedalam dua akun. Sebagai dampaknya banyak pengguna Instagram saat ini yang memiliki akun lebih dari satu ([Iksandy, 2022](#)). Dengan menggunakan *Second Account* dapat memahami dan menggali sudut pandang partisipan yang berbeda dan mendalam. Hal ini dapat memperkaya analisis dan interpretasi data ([Fitriyani et al., 2020](#)). Dari banyaknya akun Instagram, sebenarnya ada juga yang dimiliki oleh satu pengguna, yang nantinya akan digunakan untuk berbagai keperluan, salah satunya untuk *self-disclosure*. *Self-disclosure* lewat media sosial sering diisi dengan unggahan informasi pribadi atau informasi teman atau keluarga dengan mengungkapkan diri ideal pengunggah ([Rains & Brunner, 2018](#)).

Individu yang lahir antara tahun 1996 hingga 2014 umumnya disebut sebagai Gen Z oleh para peneliti, dan karakteristik paling relevan dari generasi ini adalah mereka tumbuh di lingkungan yang didominasi oleh

teknologi digital. Gen Z tumbuh dengan dikelilingi oleh berbagai produk digital, menjadikan mereka umumnya sangat bergantung pada media sosial dan aplikasi gamifikasi ([Liu et al., 2023](#)). Generasi Z adalah salah satu dari banyak pengguna akun. Akun Kedua ini merupakan strategi Gen Z untuk bersembunyi dari orang-orang yang ingin memantau atau mengendalikannya. Dilansir dari penelitian *The Conversation*, ada 3 alasan mengapa seseorang rela membuat akun palsu atau *second*. Keterbukaan diri di media sosial terkait dengan pembagian informasi pribadi. Keterbukaan diri adalah cara seseorang membangun hubungan dengan orang lain, dan pengguna akun kedua biasanya memberitahu informasi pribadi melalui postingan. Namun, pengungkapan diri di media sosial bukan tanpa bahaya ([Lu et al., 2023](#)). Salah satu kekhawatirannya adalah informasi yang mereka bagikan baik berupa teks, gambar, atau video berpotensi menyebar tanpa kendali kita. Berdasarkan latar belakang fenomena yang telah dijelaskan di atas terkait akun Instagram kedua dan pengungkapan diri Generasi Z, maka penulis tertarik untuk meneliti akun Instagram kedua dan pengungkapan diri dengan judul Aktualisasi konsep diri *second account* Pada Aplikasi Instagram Terhadap *self-disclosure* Gen Z di Kota Medan.

Informasi yang diungkapkan individu di dunia media sosial dapat mempengaruhi jarak psikologis dan kepercayaan penerima informasi, sehingga mengubah perilaku kerjasamanya dengan pengungkap informasi di dunia nyata. Semakin personal konten pengungkapan diri, semakin pendek jarak psikologis, mendapatkan kepercayaan, dan meningkatkan perilaku kooperatif pihak lain. Menambahkan informasi gambar ke teks pengungkapan membantu meningkatkan kerja sama di tingkat tinggi ([Ma et al., 2024](#)). Kehidupan pribadi seseorang mungkin berpengaruh dengan penggunaan akun Instagram kedua. Saat menggunakan akun kedua, ada beberapa hal etis yang perlu diingat, seperti berkomunikasi secara efektif, memberikan sedikit informasi pribadi, dan menggunakan nama samaran yang sejalan dengan etika digital yang baik ([Nolanda et al., 2021](#)). Selain itu, penggunaan akun kedua juga dapat berdampak pada branding dan citra diri seseorang, dimana akun kedua berfungsi sebagai landasan kebebasan berekspresi dan akun asli berfungsi sebagai formalitas dan pencitraan. Untuk mengurangi dampak buruk pada kehidupan pribadi mereka, penting bagi masyarakat untuk memahami dan mematuhi etika media sosial saat menggunakan banyak akun ([Paramesti & Nurdiarti, 2022](#)).

Pada penelitian ini, peneliti memperhatikan berbagai penelitian terdahulu yang telah dilakukan

mengenai penggunaan *Second Account*. Menurut [Prihantoro et al. \(2020\)](#) rata-rata generasi milenial memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda karena setiap orang memiliki kepribadian yang unik. Di akun kedua, orang dapat mengatakan dan berbagi apa saja. Akun kedua dapat meningkatkan kepercayaan diri untuk tampil lebih besar di akun pertama dan mengurangi rasa minder. Karena akun kedua bersifat tertutup dan hanya diikuti oleh teman dekat, komunikasi menjadi lebih intim. Penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan baru kepada semua generasi milenial untuk percaya diri dan menjadi diri sendiri.

Penelitian [Novia \(2022\)](#) menunjukkan bahwa pengguna *Second Account* Instagram, terutama mahasiswa Universitas Pasundan, menggunakannya untuk berbagai alasan dan kekuatan pendorong, menurut survei ini. Teori Konsep Diri Elizabeth Hurlock yang memiliki tiga dimensi-perseptual, konseptual, dan sikap-mengatakan bahwa mahasiswa Universitas Pasundan yang menggunakan Akun Kedua Instagram dapat berdampak pada perilaku, ide, dan perasaan mereka. Kata Kunci: Konsep Diri, Akun Instagram Kedua, Studi Deskriptif Kualitatif.

Penelitian [Arifa & Sari, 2023](#)) menunjukkan bahwa pria lebih jarang mengekspresikan diri di Instagram dibandingkan wanita. Fenomena ini jarang diteliti. Penelitian ini meneliti bagaimana pria menciptakan konsep diri dan pengungkapan diri di berbagai profil Instagram. Penelitian ini bersifat kualitatif. Lima informan laki-laki yang memiliki banyak akun diwawancarai secara mendalam. Penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa akun memiliki beberapa tujuan. Akun pertama lebih cenderung mempromosikan profesionalisme. Pada akun kedua, informan berusaha tampil lebih percaya diri, santai, dan ekspresif. Informan juga memberikan lebih banyak informasi di akun kedua. Orang-orang terdekat informan dilibatkan dalam akun kedua.

Penelitian mengenai penggunaan *Second Account* dalam konteks perkembangan sosial dan media menunjukkan bahwa penggunaan *second account* khususnya pada platform media sosial seperti Instagram menjadi topik penelitian yang menarik. Beberapa penelitian menunjukkan alasan utama pengguna Instagram membuat *Second Account*, seperti pengungkapan diri, digunakan sebagai latar belakang aktivitas dan ekspresi diri yang lebih santai, dan bebas serta mengekspresikan diri dan dapat berinteraksi dengan orang lain. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan *Second Account* dapat memengaruhi interaksi dan pola perilaku sosial pengguna ([Istiani, 2020](#)).

*Communication Privacy Management* (CPM) merupakan teori yang menjelaskan peta cara individu dalam menjaga privasi yang mereka miliki. Konsep ini memandang individu mengetahui Batasan batasan mengenai informasi pribadi yang hanya dimiliki oleh dirinya ([Plantin et al., 2013](#)). Privasi dapat diartikan sebagai informasi yang sangat berarti, dimana individu memiliki kemampuan untuk mengatur informasi privat yang dibagikan. *Second Account* dapat membantu diri untuk lebih percaya diri tampil lebih besar di *Second Account* dan menghilangkan rasa insecure. Komunikasi yang dilakukan lebih intim di *Second Account* karena akun tersebut dikunci dan pengikutnya hanya orang-orang terdekat saja. Selain itu penelitian dari ([Dewi & Janitra, 2018](#)) menyimpulkan bahwa remaja mempunyai akun alter atau *Second Account* sebagai buku harian pribadi, menggunakan sebagai wadah atau sarana mengomentari negatif akun selebritis, untuk merepresentasikan dirinya yang lain dan untuk kepentingan bisnis.

Dengan begitu tujuan penelitian ada untuk mengetahui Aktualisasi konsep diri *second account* Pada Aplikasi Instagram Terhadap *Self-Disclosure* Gen Z di Kota Medan. Dengan teori yang akan di pakai dalam penelitian ini adalah teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman pada tahun 1959 melalui bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life*, dalam kehidupan seseorang pasti memiliki panggung depan dan panggung belakang, artinya memiliki dua kepribadian yang berbeda ([Darmawan & Delliana, 2024](#)). Dalam buku Erving Goffman yaitu *The Presentation of Self in Everyday Life* mengatakan bahwa *the person must act in such a way that he expresses himself, either consciously or unconsciously, and other people, in turn, are sufficiently impressed by him*. Jadi, setiap individu selalu bertindak secara sengaja atau tidak sengaja mengekspresikan dirinya dan orang lain akan terkesan dengan cara ataupun ekspresi tiap-tiap individu tersebut ([Dewi & Janitra, 2018](#)).

Teori dramaturgi Goffman yang menjelaskan tentang panggung depan serta panggung belakang terjadi dalam berbagai interaksi antarindividu, termasuk pada ruangruang media sosial ([Mafaazani & Suciati, 2022](#)). Dalam media sosial Instagram misalnya, pengguna dapat melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) dengan membuat *Second Account*, di mana salah satu akun dapat menjadi *front stage* atau *back stage*. Dengan adanya fitur *multiple account* ini, para pengguna Instagram bisa semakin leluasa dalam mengatur apa yang harus dipentaskan di panggung depan dan apa yang harus dipentaskan di panggung belakang ([Goffman, 2002](#)).

Teori interaksi parasosial digunakan untuk menjelaskan hubungan sosial yang dibayangkan dan

interaksi yang kita miliki dengan karakter media ([Rasmussen, 2018](#)). Interaksi dan hubungan sosial ini menyerupai ikatan sosial tatap muka namun berbeda satu sama lain. Melalui pengalaman interaktif virtual ini, audiens akan membentuk sikap terhadap tokoh media dan menjalin ikatan emosional yang lebih kuat dengan mereka ([Hu et al., 2020](#)). Dalam lingkungan virtual, *streaming* langsung menyediakan *platform* yang lebih menguntungkan

## METODE

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif ([Sugiyono, 2013](#)). Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan dengan tujuan untuk meneliti terhadap sampel dan populasi penelitian. dengan desain penelitian ialah *cross sectional*, penelitian ini menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti yakni aktualisasi konsep diri *second account* (variabel independen) dan *Self-Discloser* (variabel dependen). Penelitian ini berfokus pada Gen Z di Kota Medan. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada maret 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Gen Z di kota Medan berjumlah 198.259 orang data tersebut diperoleh dari website BPS. Sampel penelitian ini menggunakan teknik random sampling dan menggunakan rumus slovin. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Gen Z yang menggunakan *Second Account* sebanyak 104 orang.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel
- N : Jumlah populasi
- e : batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel alias tingkat signifikansi adalah 0,05 (5%) atau 0,01 (1%) Dalam penelitian ini nilai kritisnya adalah sebesar 5%.

Data penelitian ini menggunakan data primer yakni data yang diperoleh secara langsung. Untuk memperoleh pengambilan data menggunakan instrumen penelitian angket/kuesioner. Bentuk kuesioner bersifat tertutup yaitu responden diberi alternatif pilihan jawaban pada setiap pertanyaan. Seluruh variabel akan diukur menggunakan skala likert yang dimodifikasi dengan menghilangkan jawaban yang di tengah yaitu ragu-ragu, menjadi skala 1 sampai 4 yakni Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

Dalam kategori tingkat aktualisasi konsep diri *second account* maupun *Self Discloser* dalam penelitian ini digolongkan menjadi 3 kategori pada variable *Self Discloser* yakni (rendah, sedang dan tinggi) sementara pada variable Aktualisasi konsep diri *second account* yakni (tidak baik, cukup, dan baik). Analisis data menggunakan analisis univariat untuk mengetahui distribusi karakteristik responden dan analisis bivariat menggunakan uji Korelasi *Spearman Rank* untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen yakni hubungan aktualisasi konsep diri *second account* terhadap *self discloser*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Generasi milenial yang lahir di era digital ini membuat mereka harus mengikuti arus perkembangan teknologi yang kian pesat, antara lain internet dan media sosial saat ini salah satunya yaitu Instagram. Menemukan keterbukaan diri atau *Self-disclosure* dengan kebebasan berekspresi dan menghilangkan rasa insecure yang dirasakan oleh generasi milenial di *second account* Instagram ([Saidah & Trianutami, 2022](#)). Pengungkapan diri atau *Self-disclosure* berlangsung tidak hanya dalam komunikasi dan interaksi langsung antar manusia tetapi dapat pula terjadi lewat media perantara melalui media sosial yaitu Instagram. Pengungkapan diri melalui media sosial ini pada umumnya dilakukan dalam bentuk status, foto, video, *chatting*, komentar, dan lain-lain terkait kejadian yang di alami atau mengabadikan momen di media sosial ([Sihombing & Aninda, 2022](#)).

Generasi milenial adalah generasi yang lebih fasih akan teknologi, berinteraksi dan berkomunikasi melalui media sosial secara lebih intens, dan *multitasking*, namun mereka cenderung kurang mampu berkomunikasi secara verbal, lebih egosentris dan individualis ([Ilma et al., 2020](#)). Mereka terlahir ketika teknologi diciptakan sehingga mereka lebih *techno savy*, *flexible*, dan menggemari budaya instan. Namun mereka menjadi individu yang kurang memiliki kepekaan terhadap esensi pribadi karena secara konsisten membagikan kehidupannya di aplikasi sosial.

*Self-disclosure* dapat membantu seorang individu berkomunikasi, meningkatkan kepercayaan diri dan membuat hubungan semakin akrab. Melalui keterbukaan diri ini, seseorang melepaskan rasa takut, khawatir, dan rasa bersalah, *Self-disclosure* melibatkan informasi yang dibagikan secara bebas dengan orang lain yang mungkin menjadi informasi baru yang seharusnya disembunyikan atau menjelaskan perasaan seseorang ([Bilqis et al., 2020](#)). Pengungkapan diri atau *Self-disclosure* adalah kemampuan orang dalam memberikan

reaksi, tanggapan, atau informasi tentang dirinya yang biasanya disembunyikan atau situasi yang sedang dihadapi untuk mencapai hubungan yang lebih jauh (Nabillah & Hanurawan, 2022). *Self-disclosure* biasanya dilakukan kepada orang yang dipercayainya, *Self-disclosure* adalah mengkomunikasikan informasi mengenai diri kita sendiri kepada orang lain.

Dalam melakukan *Self-disclosure* atau pengungkapan diri di media sosial Instagram terutama *second account* Instagram, tidak semua informan dapat dengan mudah membagikan hal-hal yang bersifat pribadi baik itu kehidupan atau perasaan kepada publik. Bentuk pengungkapan dirinya pun beragam (Bilqis et al., 2024). Beberapa informan melakukan pengungkapan diri secara *to the point* atau langsung mengutarakan isi hatinya kepada publik tanpa ragu. Sedangkan beberapa lainnya melakukannya secara tersirat baik melalui foto, quotes maupun video. Bahkan ada juga yang hampir tidak pernah mengungkapkan hal-hal pribadinya di media sosial karena privasi (Andrian et al., 2022).

Berdasarkan data Tabel 1 yang mengarahkan ke variabel umur menunjukkan bahwa diantara umur 20–23 tahun ada sebanyak 66 (63,5%) yang berarti kategori umur terbanyak yang didapat berdasarkan penelitian responden. Selanjutnya pada kategori Aktualisasi konsep diri *second account* didapat menunjukkan bahwa data responden pada data kategori Aktualisasi konsep diri *second account* cukup sebanyak 100 orang (96,2%) yang berarti data tersebut masuk kategori terbesar selanjutnya kategori Aktualisasi konsep diri *second account* baik sebanyak 4 (3,8%). Selanjutnya pada kategori *Self Discloser* didapat menunjukkan bahwa data responden pada kategori *Self Discloser* sedang sebanyak 101 orang (97,1%) artinya pada kategori sedang tersebut terbesar diantara kategori *Self Discloser* lainnya, dan kategori *Self Discloser* tinggi sebanyak 3 orang (2,9%).

Untuk mengetahui kategori variabel Aktualisasi konsep diri *second account*, maupun *self discloser* (rendah, sedang dan tinggi) dan (tidak baik, cukup, dan baik) menggunakan statistic deskriptif maka dapat diketahui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum. Cara pengkategorian data dibagi dalam 3 kategori dengan rumus sebagai berikut Rendah =  $X < M - SD$ , Sedang =  $M - SD \leq X < M + SD$ , Tinggi =  $X \geq M + SD$

Adapun data karakteristik responden akan di distribusikan pada tabel berikut di bawah ini:

**Tabel 1.** Data Responden Aktualisasi Konsep Diri Second Account

Lalu peneliti menggunakan uji korelasi *spearman rank* dikarenakan data dari hasil kuesioner tersebut tidak berdistribusi normal, adapun hasil uji ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel, hasil uji disajikan pada Tabel 2 di bawah ini:

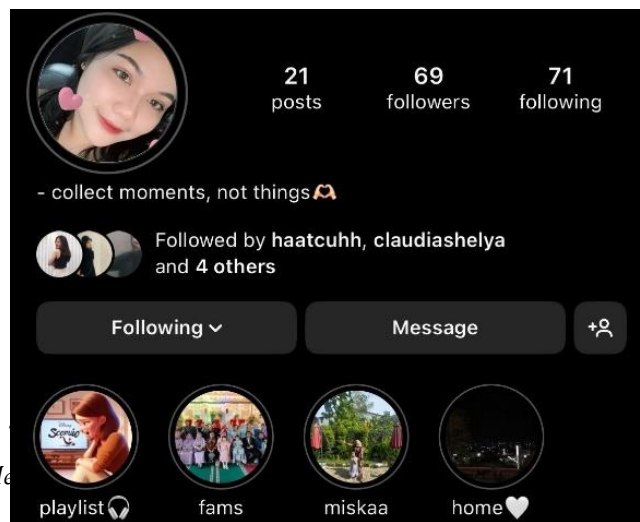
Variabel	Frekuensi	Persentase %
<b>Umur (Tahun)</b>		
<20 Tahun	27	26
20-23 Tahun	66	63,5
>23 Tahun	11	10,6
Total	104	100
<b>Aktualisasi konsep diri <i>second account</i></b>		
Tidak Baik	0	0
Cukup	100	96,2
Baik	4	3,8
Total	104	100
<b><i>Self Discloser</i></b>		
Rendah	0	0
Sedang	101	97,1
Tinggi	3	2,9
Total	104	100

**Tabel 2** Hasil Uji Korelasi *Spearman Rank*

	Aktualisasi konsep diri <i>second account</i>	Correlation Coefficient	Aktualisasi konsep diri <i>second account</i>	<i>Self Discloser</i>
Spearman's rho	Aktualisasi konsep diri <i>second account</i>	Correlation Coefficient	1,000	0,563**
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	104	104
	<i>Self Discloser</i>	Correlation Coefficient	0,563**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	104	104

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

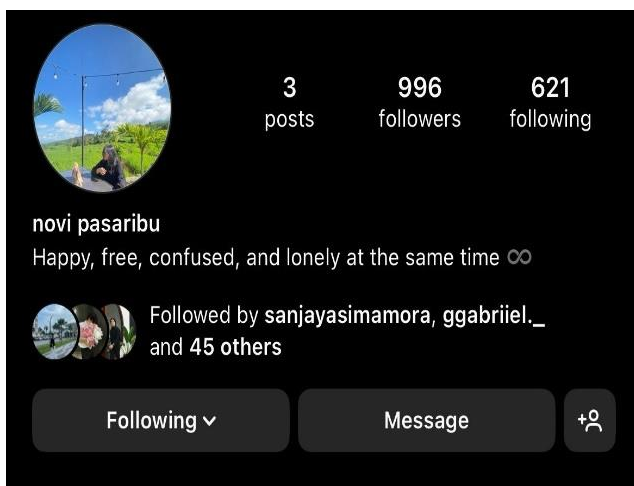
Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil uji korelasi hubungan antara aktualisasi konsep diri



second account terhadap self disclouser pada Gen Z menunjukkan nilai sig.(2-tailed) antara aktualisasi konsep diri second account dengan self disclouser adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya terdapat korelasi yang signifikan antara variable aktualisasi konsep diri second account dengan self disclouser pada Gen Z. Nilai koefisien korelasi sebesar  $0,563 > 0,195$  menunjukkan nilai hubungan antar korelasi dengan Tingkat Hubungan Sedang dengan nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ .

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purba (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan second account Instagram media memiliki pengaruh hubungan yang positif senilai 0,563 dengan signifikan 1% sebagai media self disclosure mahasiswa Psikologi tahun angkatan 2019-2022 yang telah diuji oleh SPSS menggunakan uji Reabilitas, uji validitas, uji hipotesis, dan uji korelasi pearson.

Peneliti memasukan beberapa contoh akun pertama pada Gambar 3 dan akun kedua beberapa responden yang telah mengisi angket yang peneliti sebar, untuk memperlihatkan perbedaan seorang dalam menggunakan akun pertama dan aku kedua mereka:



Gambar 3. Responden 1 first Account UserName

Berdasarkan Gambar 3 dan Gambar 4 dari akun responden yang telah peneliti ambil, di akun pertama gambar 3 dan di akun kedua pada gambar 4 para responden menunjukkan sisi diri mereka yang berbeda yang responden perlihatkan untuk followers kedua akun tersebut, di akun kedua, responden lebih mengungkapkan dirinya lebih luas dan lebih menyortir followers yang bisa masuk kedalam akun kedua responden tersebut, dan karena akun ke dua ini bisa disebut akun alter ego responden memilih untuk membuat username yang tidak menggunakan nama asli dengan huruf yang lengkap.

Gambar 4. Responden 1 Second Account Username

Alasan utama pengguna Instagram membuat Second Account, seperti pengungkapan diri, digunakan sebagai latar belakang aktivitas dan ekspresi diri yang lebih santai, dan bebas serta mengekspresikan diri dan dapat berinteraksi dengan orang lain. Masyarakat juga kerap memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan perasaan tertentu yang mereka alami. Ini adalah jenis keterbukaan diri (self disclouser) di mana seseorang dengan sengaja menyampaikan pengalaman dan perasaannya secara verbal.

## SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian statistic yang dilakukan mengenai pengaruh aktualisasi konsep diri dalam self-disclosure terhadap second account pada aplikasi Instagram di Kota Medan. Second account Instagram berpengaruh terhadap self-disclosure. Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang positif dan kuat antara pengguna second account Instagram sebagai media self-disclosure. Dalam hal ini, semakin baik pengguna second account Instagram maka semakin banyak juga yang membuka dirinya (self-disclosure). Hal ini sejalan dengan tujuan dan fungsi second account Instagram sebagai aktualisasi konsep diri dalam self-disclosure.

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan media social yang baik, terkhusus pada pengguna second account Instagram dalam memanfaatkannya khususnya bagi konsep diri masing-masing dan dapat dengan bebas melakukan self-disclosure. Implikasi dalam penelitian ini adalah pentingnya menggunakan media social sebagai media eksistensi dan keterbukaan diri. Penelitian ini bersifat korelasi untuk mengetahui apakah berpengaruh atau tidak second account Instagram terhadap aktualisasi konsep diri dalam self-disclosure di kota Medan, adanya pengaruh diharapkan untuk kedepannya agar second account Instagram ini dapat menjadi platform manusia dalam mengungkapkan dirinya agar lebih nyaman, puas dalam memposting sesuatu mengenai dirinya dan dapat membentuk konsep dirinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, B., SM, A. E., & Octaviani, V. (2022). Self disclosure Analysis of Second Instagram Account Users Among Students of Dehasen University Bengkulu. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 2(1), 55-60–55–60. <https://doi.org/10.53697/ISO.V211.658>

- Arifa, M., & Sari, R. P. (2023). Konsep Diri dan Pengungkapan Diri Laki-Laki dalam Multi Account Instagram. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 3(1), 35–46. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol3.iss1.art3>
- Bazarova, N. N., & Choi, Y. H. (2014). Self-disclosure in social media: Extending the functional approach to disclosure motivations and characteristics on social network sites. *Journal of Communication*, 64(4), 635–657. <https://doi.org/10.1111/jcom.12106>
- Bilqis, T., Alfiani, M., & Gayatri, F. (2024). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure. *HUMANUS : Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.62180/914E5G76>
- Claresta, H., & Tamburian, D. (2021). Self-Disclosure of Adolescent Girls on TikTok Social Media. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570, 800–806. <https://doi.org/10.2991/ASSEHR.K.210805.126>
- Darmawan, K., & Delliana, S. (2024). The Influence of Fiki Naki's Self-Disclosure on Subscribers' Perceptions. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 11(1), 10–21. <https://doi.org/10.53008/KALBISOCIO.V1111.3230>
- Dewi Bilqis, T., Raudan Alfiani, M., & Ayu Gayatri, F. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312–323. <https://doi.org/10.31315/JIK.V18I3.3919>
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 8, Issue 3). <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/5671>
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Sebagai Media Kampanye Dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 209–222. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.32>
- Fitriyani, N., Palupi, M. F., & Insan, M. (2020). Makna Kepemilikan Second Account pada Pengguna Instagram. *Ilmu Komunikasi*. <https://repository.untag-sby.ac.id/17215/8/JURNAL.pdf>
- Floyd, M. L., Clifford, M., Cobb, N. S., Hanna, D., Delph, R., Ford, P., & Turner, D. (2009). Relationship of stand characteristics to drought-induced mortality in three Southwestern piñon - Juniper woodlands. *Ecological Applications*, 19(5), 1223–1230. <https://doi.org/10.1890/08-1265.1>
- Iksandy, D. Y. (2022). Dramaturgi Pengguna Second Account Di Media Sosial Instagram. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 24. <https://doi.org/10.35308/source.v8i1.4546>
- Ilma, U., Latifa, R., Subchi, I., Layyinah, Idriyani, N., & Roup, M. (2020). Social Anxiety on Instagram Second Account User. *2020 8th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2020*. <https://doi.org/10.1109/CITSM50537.2020.9268809>
- Istiani, N. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia (Studi Analisis Falsafah Hukum Islam Dalam Kode Etik Netizmu Muhammadiyah). *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam*, 6(2), 202–225. <https://jurnal.lp2msasbabel.ac.id/index.php/asy/article/view/1586>
- Liu, J., Wang, C., Zhang, T., & Qiao, H. (2023). Delineating the Effects of Social Media Marketing Activities on Generation Z Travel Behaviors. *Journal of Travel Research*, 62(5), 1140–1158. <https://doi.org/10.1177/00472875221106394>
- Livia, S., Muhammad Nauval Nawwaf, N., Wini Indriani, R., Winda Maharani, T., & Devie Yundianto, T. (2022). Analysis Of Self Disclosure On Users Of Pseudonym Accounts Which Display Toxic Disinhibition On Twitter Social Media: A Literature Study. *International Conference of Humanities and Social Science (ICHSS)*, 402–409. <https://programdoktorpbuians.org/index.php/proceedings/article/view/174>
- Lu, Y., Liu, X., Hu, Y., & Zhu, C. (2023). Influence of livestreamers' intimate self-disclosure on tourist responses: The lens of parasocial interaction theory. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 57, 170–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jht.2023.10.003>



- Ma, J., Gao, S., Wang, P., & Liu, Y. (2024). High level of self-disclosure on SNSs facilitates cooperation: A serial mediation model of psychological distance and trust. *Computers in Human Behavior*, 150, 107976. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107976>
- Mafaazani, L. F., & Suciati. (2022). Self-Disclosure of Cyber Account Users on Twitter - A Case Study of Followers' Self-Disclosure of the @Moonareas Autobase Account in Realizing Intimacy. *Al-i'lam - Journal of Contemporary Islamic Communication and Media*, 2(2). <https://doi.org/10.33102/JCICOM.VOL2NO2.60>
- Maureen, C., & Stellarosa, Y. (2021). Instagram sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta. *Warta ISKI*, 4(1), 27–34. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i1.73>
- Nabillah, N. A., & Hanurawan, F. (2022). Association Between Self-esteem and Self-disclosure in Female University Students as Second Instagram Account Users in Malang. *KnE Social Sciences*, 2022, 270-282–270–282. <https://doi.org/10.18502/KSS.V7I18.12393>
- Ng, J. C. K., Lin, E. S. S., & Lee, V. K. Y. (2023). Does Instagram make you speak ill of others or improve yourself? A daily diary study on the moderating role of malicious and benign envy. *Computers in Human Behavior*, 148, 107873. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107873>
- Nolanda, S., Lestari, D., Alfi, N., Furau'ki, F., & Nurrahmawati, D. (2021). Bandung Student's Self Disclosure Behavior Through on Instagram. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1), 66–77. <https://doi.org/10.37826/SPEKTRUM.V9I1.111>
- Novia, J. (2022). Konsep Diri Pengguna Instagram di Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Pengguna Second Account Instagram pada Mahasiswa Fisip Unpas Bandung). *Repository.Unpas.Ac.Id*.
- Plantin, L., Mansson, S., & Kearney, J. (2013). Talking and Doing Fatherhood: On Fatherhood and Masculinity in Sweden and England. *Fathering: A Journal of Theory, Research, and Practice about Men as Fathers*, 24(1), 1689–1699. DOI:10.3149/fth.0101.3
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Purba, F. F. P. (2023). Pengaruh Second Account Instagram Sebagai Media Selfdisclosure Pada Mahasiswa Prodi Psikologi Tahun Angkatan 2019-2022. *Repository.Uma.Ac.Id*.
- Rains, S. A., & Brunner, S. R. (2018). The Outcomes of Broadcasting Self-Disclosure Using New Communication Technologies: Responses to Disclosure Vary Across One's Social Network. *Communication Research*, 45(5), 659–687. <https://doi.org/10.1177/0093650215598836>
- Rezeki Hasibuan, S., Titin Sumanti, S., & Rozi, F. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Perilaku Komunikasi Siswa Sma Ar-Rahman Medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(5), 1411–1418. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i5.803>
- Saidah, M., & Trianutami, H. (2022). Dramaturgy in Identity Formation on Social Media: A Study on Second Account Ownership on Instagram. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 267–278. <https://doi.org/10.31937/ULTIMACOMM.V14I2.2819>
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) oleh Humas Smau CT Foundation sebagai Media Informasi dan Publikasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 147–160. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7471>
- Sihombing, L. H., & Aninda, M. P. (2022). Phenomenology Of Using Instagram Close Friend Features For Self Disclosure Improvement. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(1), 29-34–29–34. <https://doi.org/10.37676/PROFESSIONAL.V9I1.2282>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 3, Issue April).