

ANALISIS *SELF DISCLOSURE* MELALUI *CLOSE FRIEND* DI *INSTAGRAM* MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

¹Ruth Angela ¹Serius Zebua

¹Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Tangerang

¹ruthangela84@gmail.com ²seriuszebua93@gmail.com

ABSTRAK

Kata Kunci:
Media sosial
Instagram
Self Disclosure
Close friend
Teori Johari Window

Saat ini terdapat tren untuk mengungkapkan diri atau self-disclosure di Instagram melalui fitur close friend. Berdasarkan fenomena tersebut, self-disclosure melalui close friend Instagram menjadi topik penelitian ini. Penelitian ini melibatkan lima responden mahasiswa pada program studi Ilmu Komunikasi. Penulis menggunakan teori Jendela Johari dari Joseph Luft dan Harry Ingha dan teori hierarki dari Abraham Maslow. Teori jendela Johari membedakan empat area, yaitu area terbuka 'open area', area tersembunyi 'hidden area', area buta 'blind area', dan area tidak diketahui 'unknown area'. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penggunaan pendekatan fenomenologi untuk mengeksplorasi fenomena dan pengalaman individu. Penulis mendapatkan tiga area yang dimiliki kelima informan, yaitu area terbuka, area tersembunyi dan area buta. Self Disclosure yang dilakukan informan untuk memenuhi kebutuhan aman, kebutuhan sosial dan kebutuhan penghargaan. Dampak positif self-disclosure seperti pengenalan diri dan peningkatan kesadaran diri, kapabilitas menangani masalah, serta keterampilan dalam komunikasi interpersonal. Sedangkan Dampak negatifnya yaitu terungkapnya informasi pribadi, kerugian mental dan prevalensi penggunaan fitur close friend.

Article history:
Received:
11 November 2025
Accepted:
20 November 2025
Available online:
25 February 2026

ABSTRACT

Currently, there is a trend of self-disclosure on Instagram through the close friend feature. Based on this phenomenon, self-disclosure through Instagram close friends is the topic of this study. This study involved five student respondents in the Communication Science study program. The author uses Joseph Luft and Harry Ingha's Johari Window theory and Abraham Maslow's hierarchy theory. The Johari Window theory distinguishes four areas, namely the open area, the hidden area, the blind area, and the unknown area. This study is a descriptive-qualitative study with a phenomenological approach. The phenomenological approach is used to explore individual phenomena and experiences. The author identified three areas shared by the five informants, namely the open area, the hidden area, and the blind area. The informants engaged in self-disclosure to fulfill their needs for safety, social needs, and the need for esteem. The positive impacts of self-disclosure include self-recognition and increased self-awareness, the ability to handle problems, and interpersonal communication skills. Meanwhile, the negative impacts include the disclosure of personal information, mental distress, and the prevalence of using the close friend feature.

I. PENDAHULUAN

Berada di era digital yang semakin pesat, memungkinkan segala sesuatu menuju digitalisasi. Perkembangan era digital memberi dampak besar pada berbagai bidang, terutama dalam bidang komunikasi informasi dan teknologi. Hadirnya internet merupakan bentuk nyata kemajuan teknologi yang sangat dirasakan. Internet menjadi bagian integral yang membantu kehidupan individu sehingga lahirnya generasi digital. Hal ini sejalan dengan data yang tercatat pada *Databoks* (Annur, 2024), di mana 66,5% penetrasi penduduk Indonesia aktif menggunakan internet terutama untuk bermedia sosial.

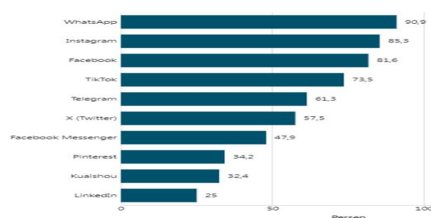
Mengutip dari Nasrullah dalam Arafiq (2020:18), media sosial menjadi media komunikasi yang mengandalkan internet untuk penggunaannya. Sementara pendapat lain (Van Dijk dalam Purwa 2022:52) mengatakan bahwa media sosial merupakan media *online* yang digunakan untuk aktivitas dan berkolaborasi. Penggunaan media sosial yang terjadi secara masif dimanfaatkan untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan membangun serta memperkuat hubungan sosial tanpa terhalang jarak dan waktu melainkan secara virtual melalui komputer maupun *smartphone*. Kini media sosial menjadi cara baru dalam berkomunikasi, sehingga hal lumrah jika hampir seluruh komponen masyarakat memiliki akun media sosial (Taufik, 2021).



Gambar 1. 1 jumlah pengguna media sosial
Sumber: *We Are Social*

Kaplan dan Haenleinada (dalam Yolanda, 2022:21) mengklasifikasikan 6 jenis media sosial, antara lain: proyek kolaborasi, *blog* atau *microblog*, konten, situs jejaring sosial, virtual *game world*, dan virtual *social world*. Dalam media sosial dikenal istilah “*get connected by social media*”, di mana penggunanya dapat saling terhubung melalui media sosial. Situs jejaring sosial merupakan aplikasi yang biasa digunakan untuk membagikan informasi pribadi sehingga dapat saling terhubung dengan pengguna lain. Terdapat banyak macam jejaring sosial memiliki banyak jenis, seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, Telegram, dan banyak lagi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Databoks* dan *Hootsuite*, Instagram menempati urutan kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak diakses dengan persentase pengguna 85,3%, di mana pengguna *online* didominasi usia antara 18 – 34 tahun.



Gambar 1. 2 Penggunaan Instagram di Indonesia
Sumber: *Databoks.katadata.id*

Instagram merupakan aplikasi untuk berkomunikasi dan berinteraksi melalui berbagi foto dan video yang tersedia di iOS, Andorid dan Windows (Rudi, 2023:2). Aplikasi ini berguna mengekspresikan dan merepresentasikan diri penggunanya sehingga banyak dimanfaatkan untuk membangun citra dan mendapatkan pengakuan yang diharapkan berdasarkan apa yang mereka ekspresikan dan ungkapkan di akunya (Situmorang, 2023).

Adapun istilah pertemanan di Instagram disebut *follower* dan *following*. *Follower* berarti akun lain mengikuti akun kita dan *following* yaitu sebaliknya. Pengguna dapat saling berinteraksi melalui

beragam fitur interaktif seperti *story*, *feed*, *reel*, dan masih banyak lagi. *Feed* sebagai halaman utama pengguna yang menampilkan hasil konten video atau foto yang sudah diunggah. Instagram *Story* berfungsi untuk berbagi foto maupun video dari momen atau kegiatan sehari-hari.

Selain itu, *story* dilengkapi dengan fitur tambahan seperti *close friend*, *filter* (efek pada foto), musik, *boomerang*, teks, stiker, *polling*, *reaction*, *hashtag*, *link* hingga coretan untuk membuat *story* menjadi lebih menarik. *Story* akan hilang jika sudah 24 jam, meski begitu *story* akan tetap tersimpan di arsip dan bisa dibuatkan *highlight*. Kemudian *Reel* cukup berbeda dengan *story*, *Reel* berisikan video singkat penuh kreativitas untuk menghibur, promosi maupun edukasi.

Fitur-fitur menarik menjadi alasan penggunaannya menyukai Instagram. Pengguna dapat aktif memproduksi konten ataupun sekedar mengonsumsi konten pengguna lain. Hasil laporan *survey* yang dilakukan oleh perusahaan riset - Populix kepada 2.000 generasi Z Indonesia, menyatakan Instagram *Stories* tidak kalah digemari dari *Reels* karena dapat membangun komunikasi interaktif dan mengekspresikan diri dengan audiensnya, salah satu fitur yang menonjol adalah *close friend*.

Dari (dalam Sultan 2020:180) mengatakan sisi buruk Instagram yang dinyatakan dapat merusak psikologis penggunaannya seperti berkurangnya kualitas tidur, tempat *bullying*, pembentukan konsep diri yang salah, dan FOMO (*fear of missing out*). Pernyataan ini sesuai dengan penelitian Situmorang (2023) dalam "Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri", pengguna Instagram cenderung hanya menampilkan pesona visual "terbaik" dari dirinya.

Mengatasi masalah tersebut terbentuklah fenomena teman dekat atau dikenal dengan *close friend* Instagram. Interaksi *online* tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan berekspresi di dunia maya. Berdasarkan hasil penelitian Sihombing dan Aninda (2022:33) fitur *close friend* pada Instagram *Story* banyak dimanfaatkan pengguna untuk lebih bebas berekspresi tanpa merusak citra karena kita dapat mengelola daftar teman dekat dari pengikut dan mengurangi risiko penyalahgunaan informasi pribadi.

Close friend juga dianggap lebih efektif dalam penyampaian pesan karena berisikan teman dekat sehingga pesan dapat diterima dengan baik. Selain itu, rasa kontrol dan keamanan yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan fitur ini dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan dalam berbagi informasi pribadi atau sensitif karena konten hanya dibagikan kepada kelompok kecil teman terpilih (Sultan, 2020:180).

Fenomena pengguna mengunggah informasi bersifat pribadi yang tidak dapat dibagikan pada *story* biasa adalah salah satu bentuk dari komunikasi interpersonal. Devito dalam Fai (2022) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih dan mampu menghasilkan timbal balik. Fokus utama komunikasi interpersonal terletak pada kualitas komunikasi sehingga membawa hubungan ke tingkatan yang lebih memiliki makna, di mana komunikator dan komunikan memiliki perasaan, keunikan hingga dapat merefleksikan diri sendiri.

Semester	Frekuensi	Persentase
2	5	15.2%
4	9	27.3%
6	3	9.1%
8	16	48.5%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	10	30.3%
Perempuan	23	69.7%
Fitur Instagram yang aktif digunakan		
Instagram Story	28	84.8%
Feed Instagram	1	3.1%
Live Instagram	-	-
Reel Instagram	4	12.1%
Pengguna Fitur Close friend		
Ya	26	78.8%
Tidak	7	21.2%

Tabel 1. 1 Tabel Info Grafis

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Peneliti berupaya untuk mengidentifikasi perilaku mahasiswa dalam mengadopsi fitur *close friend*. Oleh karena itu, dilakukanlah pra-survei sesuai karakteristik penelitian. Berdasarkan hasil pra-survei, didapatkan hasil bahwa sebanyak 33 mahasiswa yang merupakan 23 partisipan wanita dan 10 partisipan pria sebagai pengguna Instagram dan 26 partisipan atau 78% menggunakan fitur *close friend*.

Hal ini sesuai dengan yang teori hierarki yang dikatakan Maslow (dalam Aestetika, 2018:6) bahwa motivasi dalam berkomunikasi, rasa aman merupakan kebutuhan dasar yang penting dimiliki. Dalam menggunakan *close friend* kita belajar untuk dapat lebih siapa saja yang masuk standar teman dekat. *Close friend* menjadi pilihan terbaik untuk mengungkapkan informasi biasa hingga yang sensitif dengan berbagai pertimbangan agar privasi tetap terjaga. Dalam hal ini, proses pengungkapan diri yang disampaikan dalam berbagai bentuk disebut dengan *self disclosure*.

Menurut Jourard dalam Bazarova (2014:2). *self disclosure* merupakan aktivitas mengungkapkan informasi pribadi tentang diri sendiri kepada orang lain. Masaviru (2016:43) juga menyatakan bahwa *self disclosure* adalah segala tindakan komunikasi verbal maupun nonverbal. Informasi yang diungkapkan tidak harus selalu informasi yang mendalam, namun dimulai dari topik yang paling dasar hingga informasi pribadi yang sensitif dan kontroversial sehingga informasi tersebut tidak dapat diketahui semua orang. *Self disclosure* penting dimiliki sebagai keterampilan sosial (Burhmester dalam Septiani dkk, 2019:226).

Dengan melakukan *self disclosure*, seseorang sedang memberi ruang kepercayaan dan kedekatan yang merupakan fondasi kuat dan suportif yang membawa suatu hubungan ke tingkat yang lebih tinggi dari sebelumnya. *Self disclosure* juga berkontribusi pada kesejahteraan emosional yang membantu meningkatkan seseorang dalam berkomunikasi. Mengungkapkan perasaan dan pengalaman pribadi dalam komunikasi interpersonal dapat membantu individu mengatasi stres, mendapatkan dukungan sosial, dan merasa lebih diterima (Kurniawan dkk, 2022:307-308).

Simbolon dkk (2022:25-35) menyatakan fakta yang dialami mahasiswa yaitu *self disclosure* dapat dilihat berdasarkan bagaimana mahasiswa kurang mampu mengutarakan pendapat dan gagasan dan tidak dapat memahami lawan bicaranya. Selain itu, hal ini juga didukung oleh pendapat Lestari dalam (Simbolon dkk, 2022) mahasiswa yang melakukan *self disclosure* dengan tepat mampu menempatkan dan menyesuaikan diri dengan baik di lingkungannya. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa *self disclosure* tidak mengakibatkan seseorang mengalami kegagalan saat melakukan komunikasi interpersonal. *Self disclosure* juga membuat seseorang tidak menarik diri terhadap orang sekitarnya.

Namun *self disclosure* yang dilakukan dengan berlebihan kepada sembarang orang dapat menyebabkan penolakan karena tidak diterima dengan baik. Sebagai pencegahan isu atau konflik, beberapa orang mengategorikan situasi dan subjek untuk melakukan *self disclosure* atau tidak terutama dalam bermedia sosial (Derlega et al., dalam Masaviru, 2016:43). Pentingnya korelasi *self disclosure* dalam konteks komunikasi interpersonal dinyatakan dalam teori jendela Johari. Teori ini digunakan untuk memahami dan membangun serta mempertahankan hubungan dengan daftar *close friend* pengguna dalam membagikan informasi tentang diri mereka secara lebih pribadi dan intim.

Him et al (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa cakupan intergrasi lebih luas dibanding platform lain sehingga dapat membentuk hubungan parasosial dengan audien luas termasuk orang asing. Maka tidak heran jika munculnya motivasi untuk mengekspresikan diri dengan membagikan informasi pribadi yang baik-baik saja kepada sesama pengguna Instagram sehingga privasi dan keamanan menjadi konsentrasi pengguna Instagram. Karena seiring berkembangnya suatu hubungan, individu akan lebih banyak memunculkan versi asli dirinya,

Johana, Lestari dan Fauziah (2020) menyimpulkan dalam penelitiannya, banyak alasan menggunakan Instagram Story, seperti untuk *life updates* kehidupan sehari-hari, aktivitas dan

berbagi informasi yang bergantung pada sikap individu apakah *extrovert* atau *introvert*. Pertimbangan melakukan pengungkapan diri pun tidak sebatas aspek kedekatan, namun juga seseorang yang memahami, dapat memberi dukungan positif hingga keuntungan yang akan diterima.

Sependapat dengan Him dan Johana, hasil penelitian Chen et al (2022) menunjukkan penggunaan *close friend* di kalangan anak muda selain untuk ekspresi *online* juga sebagai media untuk mencari dan mendapatkan pertolongan dari teman dekatnya.

Peristiwa yang dialami oleh artis sekaligus mantan personel *girl band* JKT48, Zara Adhistry pada 2021 sempat viral karena video di *close friend*nya terungkap. Dalam video berdurasi lebih kurang 15 detik memperlihatkan Zara dan Okin yang merupakan mantan suami *Influencer* Indonesia, Rachel Venya, sedang berciuman. Namun disayangkan bahwa salah satu pengikut Zara yang masuk dalam status *close friend* Instagramnya menyebarkan video tersebut di media sosial lain sehingga menimbulkan hujatan netizen mengingat keduanya sebelumnya sudah menuai berita kontroversial.

Mulyono (2021) menyatakan bahwa akibat terungkapnya video yang dibagikan pada *close friend*nya, Zara mengalami kerusakan citra, dampak negatif pada kesehatan mental seperti hilangnya kepercayaan, hanya memiliki dua teman, dan mengalami *cyber bullying*. Hal ini membuat Zara menutup kolom komentar pada *postingan feed*-nya. Selain itu, kasus ini juga menarik perhatian artis dan sutradara Ernest Prakasa yang mengkritik reaksi publik yang berlebihan (Sumarni, 2021).

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berfokus untuk meneliti *self disclosure* dan komunikasi interpersonal. Dua hal tersebut merupakan fenomena dari penggunaan media sosial Instagram. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana fitur *close friend* di Instagram dimanfaatkan sebagai media untuk *self disclosure* di kalangan remaja.

Penelitian ini dapat mengisi kesenjangan penelitian yang ada mengenai penggunaan fitur *close friend* dan memberikan wawasan baru tentang bagaimana platform media sosial dapat mendukung kesehatan mental dan kesejahteraan emosional. Dengan memahami bagaimana *self disclosure* melalui fitur ini, kita dapat mengidentifikasi strategi untuk membantu individu yang stres dalam lingkungan sosial mereka.

Penelitian ini juga relevan dalam konteks komunikasi interpersonal, karena *self disclosure* memainkan peran kunci dalam membangun hubungan yang lebih dalam dan bermakna. Melalui studi kasus Zara Adhistry, penelitian ini dapat mengilustrasikan risiko yang mungkin terkait dengan *self disclosure* di media sosial dan mengembangkan rekomendasi untuk penggunaan yang lebih aman dan efektif.

Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan kebijakan dan praktik yang mendukung penggunaan media sosial yang lebih sehat dan aman bagi mahasiswa, serta memberi wawasan yang lebih luas tentang dinamika *self disclosure* dalam era digital. Penelitian ini melibatkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Angkatan 2020, selain itu objek penelitian adalah penggunaan fitur *close friend* pada aplikasi Instagram.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Edmund Husserl dan Martin Heidegger memulai dan mengembangkan pendekatan ini untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang kesadaran manusia dan pengalaman hidupnya yang dapat disampaikan secara deskriptif dan introspektif (Helaluddin 2018:7). Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menyelidiki dan mendapatkan makna dari suatu gejala sosial dari berbagai data yang dikumpulkan. Korstjens (dalam Tenny, 2022) penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengeksplorasi dan memahami suatu masalah atau fenomena.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Angkatan 2020, terdapat lima informan yang terdiri dari tiga wanita dan dua laki-laki. Peneliti

menetapkan lima kriteria yang berlaku dalam pemilihan informan, seperti 1) mereka yang tidak hanya memahami namun menghayati, memahami esensi penggunaan fitur tersebut, 2) mereka yang sedang berkecimpung aktif pada kegiatan yang diteliti. Informan yang aktif menggunakan fitur *close friend* dengan minimal 2 – 3 unggahan konten setiap bulannya, karena dengan begitu mereka tidak akan lupa dengan topik yang akan diteliti, 3) mereka yang bersedia memberikan waktu untuk diminta informasi. Tidak hanya bersedia menjadi informan, namun mereka juga mau dengan rela memberikan dokumentasi konten *close friend* mereka, meluangkan waktu untuk wawancara, dan tidak keberatan kapanpun peneliti hubungi untuk kebutuhan informasi, 4) mereka yang tidak menyampaikan informasi yang mereka “bungkus” sendiri. Dalam artian informasi yang disampaikan secara natural, tidak dengan gaya “bahasa analitik”, dan 5) mereka yang cukup asing hingga yang tidak dikenal sebelumnya sehingga lebih menarik untuk dijadikan informan. Peneliti menentukan berdasarkan jawaban mereka dalam isian survei, bukan karna asas kedekatan.

Objek dalam penelitian ini yaitu penggunaan fitur *close friend* sebagai tempat melakukan *self disclosure*. Peneliti menggunakan empat macam teknik pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dokumentasi dan penggabungan keempatnya atau triangulasi (Sugiyono 2013:62-63). Peneliti menggunakan tiga komponen teknik analisis data menurut Miles & Huberman dalam Sugiyono (2013:91-100), di antaranya: 1) reduksi data, 2) penyajian data, dan 3) penarikan kesimpulan.

III. HASIL

Area *self disclosure* Informan Ilmu Komunikasi Angkatan 2020

Berpedoman pada Jendela Johari dari Joseph Luft dan Harry Ingham yang digunakan peneliti sebagai teori dasar area *self disclosure*, terdapat empat area yang berkaitan dengan kesadaran dan emosi individu. Melalui penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa area *self disclosure* kelima informan di *close friend* tidak jauh berbeda antara satu dengan yang lainnya.

1. Analisis area terbuka ‘*open rea*’

Kelima informan memiliki area ini yang dibuktikan melalui hasil dokumentasi. Namun isi konten setiap informan tidak semua sama karena perbedaan standar tingkatan privasi yang berlaku informan satu dengan yang lainnya berbeda. Seperti tingkatan informasi yang dibagikan oleh Jessy hanya di tahap perasaan, sementara keempat informan lainnya sudah di tahap puncak karena ada rasa saling memahami. Dengan demikian tidak mengherankan jika timbal balik informan di tahap ini cukup berbeda dengan tingkat lainnya.

Peneliti melihat ketika informan mengunggah konten yang sensitif audiensnya dapat memberi masukan dan mendiskusikan sesuatu bersama. Area ini juga dipengaruhi oleh kepribadian informan yang ekstrovert atau introvert. Informan dengan kepribadian introvert cenderung lebih membuka diri di *close friend* dibanding dalam kehidupan nyata terutama dalam mengungkapkan perasaannya. Sementara informan dengan kepribadian ekstrovert membagikan segala sesuatu tentang dirinya dari hal yang dasar hingga hal vital.

2. Area tersembunyi ‘*hidden area*’

Area ini juga dimiliki oleh informan, ketika mereka secara sadar ingin membagikan hal-hal yang hanya diketahui oleh diri sendiri. *Self disclosure* di *close friend* mempengaruhi area ini tetapi tidak membuat informan menjadi *overdisclose*. Dikatakan tidak berlebihan karena pengungkapan dilakukan secara tersirat. Isi konten informan umumnya berupa ungkapan perasaan atau gagasan yang dibagikan melalui *quotes*, lirik lagu, gambar, video, dan *caption*.

3. Area buta ‘*blind area*’

Terdapat empat informan yang memiliki area ini yang memiliki area ini, sedangkan satu informan lainnya tidak memiliki area ini. Keempat informan tidak hanya memberi kesempatan kepada audiensnya untuk berinteraksi, namun memberi kesempatan untuk audiensnya dapat melakukan hal lebih yakni menyampaikan penilaiannya melalui kolom komentar sehingga masukan yang diterima menyadari kekurangan atau kelebihan yang dimiliki informan.

Sementara satu informan berasumsi bahwa *close friend* hanya sebagai medianya untuk mengekspresikan perasaan dan terdapat konten tertentu yang tidak perlu diberikan penilaian oleh orang lain dan informan memilih menonaktifkan fitur komen sehingga audiens tidak dapat memberikan masukan. Artinya, informan tidak sadar akan kekurangan dan kelebihan yang tidak akan diketahui jika tidak disampaikan oleh orang lain.

4. Area tidak diketahui 'unknown area'

Meskipun area ini pasti dimiliki oleh setiap individu termasuk kelima informan penelitian, namun pada penelitian ini tidak ditemukan area tidak diketahui. Sejalan dengan hasil penelitian milik Edy Prihantoro et al yang meneliti area *self disclosure*. Besaran area yang dimiliki seseorang juga dipengaruhi oleh kepribadian dan makna hubungan yang dimiliki. Meskipun begitu, seseorang tetap mempunyai batasan privasi perihal konteks informasi yang akan dibagikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Edy terdapat pada subjek dan objek penelitian. Edy meneliti generasi milenial yang mengungkapkan diri di *second account* Instagram. Sedangkan penelitian ini meneliti mahasiswa yang mengungkapkan diri di *close friend*.

Motivasi informan melakukan *self disclosure* melalui *close friend*

Setiap informan mempunyai motivasi yang secara sadar melakukan pengungkapan diri melalui *close friend*. Peneliti peroleh sejumlah kepentingan informan yang dominan diperlihatkan melalui hasil dokumentasinya, berikut di antaranya:

1. Ekspresi diri

Di *close friend*, keempat informan tampil dengan identitas asli diri mereka dengan membagikan konten yang lebih ekspresif tentang kehidupan dan perasaannya. Konten tidak selalu secara nyata disampaikan namun pada topik tertentu disampaikan secara tersirat, tetapi keterbukaan ini memberi kelegaan karena berkesempatan untuk mengungkapkan sesuatu yang membebani seperti untuk menjaga citra diri dari orang-orang yang tidak mengenalnya.

2. Mendapat penerimaan dan dukungan

Motivasi selanjutnya adalah mendapatkan penerimaan dan dukungan dari orang-orang yang memang memahami pribadinya untuk memenuhi kebutuhan rasa aman. Hal ini dibuktikan dengan bagaimana informan menentukan siapa saja orang-orang yang layak menjadi *close friend*nya. Dengan begitu informan dapat dengan nyaman menampilkan keotentikan dirinya tanpa mengkhawatirkan mendapat komentar negatif atau penolakan dari penonton *close friend*nya.

Selain itu, motivasi ini termasuk pada tingkat kebutuhan sosial dan kebutuhan penghargaan. Ketika konten yang dibagikan oleh informan diterima dengan baik seperti mendapatkan balasan positif, hal tersebut mempengaruhi peningkatan kepercayaan diri informan dalam berbagi informasi dan memberi efek positif pada emosional informan.

3. Informasi dan hubungan berkelanjutan

Momen tertentu unggahan konten informan merupakan tambahan informasi bagi penontonnya seperti informasi tempat wisata yang belum pernah diketahui sebelumnya, restoran enak, lagu terbaru, dan banyak lagi. Motivasi lain informan melakukan pengungkapan diri di *close friend* untuk memberitahukan keadaannya kepada teman dekatnya tentang apa yang sedang dialami dan dirasakan sehingga meskipun terhalang jarak, informasi tentang dirinya tidak selalu

dapat diketahui melalui *close friend*nya. Dengan kata lain untuk menjaga hubungan yang kuat dan konsisten dengan teman dekatnya. Jadi, *self disclosure* di *close friend* ini merupakan upaya yang dilakukan untuk menyatakan bahwa hubungan yang terjalin dengan teman dekatnya tidak lagi biasa saja namun istimewa.

Peneliti mendapatkan tiga temuan motivasi informan melakukan *self disclosure*. Penelitian ini menemukan fakta bahwa pertama, pengungkapan diri kepada beberapa orang yang dipercaya. Kedua, seseorang merasa nyaman sehingga mendapatkan keabsahan sosial dari teman dekat yang sudah dipilih. Ketiga, pengungkapan diri dilakukan untuk mengekspresikan diri yang sesungguhnya dalam membagikan informasi pribadi kepada teman dekat tentang siapa mereka, apa yang dilakukan dan apa yang dirasakan. Hal ini juga ada dalam penelitian yang dilakukan oleh Sisnawar (2023). Temuan tersebut berdasarkan generasi milenial, dalam penelitian ini hasil itu diperoleh dari mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Buddhi Dharma.

Konsekuensi *self disclosure* Informan Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 di *close friend*

Hasil analisis peneliti membenarkan dampak positif dari *self disclosure* yang disampaikan oleh Devito yaitu dapat mengenal diri sendiri, menanggulangi kesulitan dan mengurangi beban. Namun peneliti mendapatkan hasil lebih dari itu, bahwa melalui *self disclosure* di *close friend* membantu meningkatkan kepercayaan diri dan kenyamanan yang membantu mahasiswa untuk terbuka kepada orang lain. Dampak lain juga mempengaruhi cara pandang mahasiswa tentang privasi dan keamanan sejak menggunakan fitur ini yaitu memberi pengetahuan akan pentingnya privasi dan tingkat privasi.

Lebih dari itu jika peneliti kaitkan dengan hubungan, maka *self disclosure* di *close friend* ini mempererat hubungan informan dengan temannya, menimbulkan rasa saling memahami yang membantu kelancaran proses komunikasi antarpribadi informan dengan *close friend*nya.

Di samping dampak positif, terdapat dampak negatif yang dari *self disclosure* mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020. Namun peneliti hanya mendapatkan satu dampak yang selaras dengan hasil penelitian ini yaitu kerugian material. Kerugian material di sini adalah pembocoran isi konten *close friend* salah satu informan yang dikhianati oleh teman dekatnya yang merusak kepercayaannya kepada orang tersebut.

Dampak yang dialami oleh informan di penelitian ini tidak sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizki Dewi Ayu. Dalam penelitiannya, Rizki mendapati dampak kesulitan intrapribadi. Namun peneliti mendapati dampak kerugian material karena salah satu informan menjadi korban pelanggaran privasi yang dilakukan oleh salah satu dari daftar *close friend*. Yang memungkinkan dampak ini didapatkan berbeda karena objek penelitian Rizki dan peneliti tidak sama. Rizki meneliti IG Story yang mana audiensnya lebih luas, sementara objek penelitian ini adalah *close friend* dengan audiens informan yang sedikit.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dan hasil analisis, dapat disimpulkan *self disclosure* mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Buddhi Dharma memiliki tiga area dari kelima informan dengan besaran berbeda karena dipengaruhi oleh kepribadian masing-masing informan, yaitu area terbuka '*open area*', area tersembunyi '*hidden area*' dan area buta '*blind area*'. Area terbuka dan area tersembunyi ini membahas mulai dari informasi dasar seperti hobi, kegiatan sehari-hari sampai dengan informasi inti seperti pandangan, keyakinan, nilai, perilaku. Sementara pada area buta, unggahan konten membuat penontonnya menyadari informan akan potensi informan.

Self disclosure yang dilakukan kelima informan tersebut dimotivasi untuk memenuhi kebutuhan rasa aman dalam mengekspresikan diri karena privasi dari fitur *close friend* tersebut karena dapat menentukan daftar penontonnya. Selanjutnya adalah kebutuhan sosial dan kebutuhan

penghargaan paling menonjol, sehingga informasi yang dibagikan tidak hanya berlalu namun dapat dipahami oleh penontonnya.

Di sisi lain, terdapat dua konsekuensi yang informan terima dari melakukan *self disclosure*, yakni konsekuensi positif yang mana informan dapat mengkespresikan diri hanya kepada orang-orang terdekat, memperbaiki hubungan dan mempererat hubungan dan pengembangan keterampilan komunikasi antar pribadi. Sementara konsekuensi negatif di mana informasi pribadi informan disebarkan ke teman di luar *close friend*.

DAFTAR PUSTKA

- Aesthetika, M. (2018). *Komunikasi Interpersonal*. Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Annur, C. M. (2024, Februari 27). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia Pada Januari 2024*. Retrieved April 19, 2024, from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024#:~:text=Ada%20185%20Juta%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20pada%20Januari%202024,-Teknologi%20%26%20Telekomunikasi&text=No.&text=Me>
- Annur, C. M. (2024, Maret 01). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Retrieved April 19, 2024, from databoks.katadata.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Ayu, R. D. (2021). *Self Disclosure Melalui Fitur Instagram Stories (Studi Pada Mahasiswa KPI UIN Jakarta)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif.
- Bazarova, N., & Choi, Y. H. (2014). Self Disclosure in Social Media: Extending in Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Network Sites. *Journal of Communication ISSN 0021-9916*.
- Chen, S. S. (2022). The Use of Close Friends on Instagram, Help-Seeking Willingness, and Suicidality Among Hong Kong Youth: Exploratory Sequential Mixed Methods Study. *Journal of Medical Internet Research, 24*(10). doi:10.2196/37695
- Devito, J. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (Global Edition ed.). (K. Fleming, Ed.) England: Pearson Education Limited.
- Fai. (2022, November 06). *Komunikasi Interpersonal Pengertian dan Contoh*. Retrieved from umsu.ac.id: <https://umsu.ac.id/komunikasi-interpersonal-pengertian-contoh/>
- Helaluddin, H. (2019). *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif*. doi:<https://doi.org/10.31219/osf.io/stgfb>
- Johana, K., Lestari, F. D., & Fauziah, D. N. (2020, Januari). Penggunaan Fitur Instagram Story Sebagai Media Self Disclosure dan Perilaku Keseharian Mahasiswa Public Relations Universitas Mercu Buana. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 1*(No. 3). doi:10.31933/JIMT
- Kurniawan, W. e. (2022). Teori Penetrasi Sosial. *Jurnal Edukasi Nonformal, 3*(No. 2).

- Masaviru, M. (2016). Self Disclosure: Theories and Model Review. *Journal of Culture, Society and Development, 18*.
- Prihantoro, E., Damintana, K. P., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 18*. doi:<https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Purwa, I. (2022, Juni). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *Media Sains Informasi dan Perpustakaan, 2(1)*, 52.
- Rafiq, A. (2020, Juli). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *1(1)*, 18.
- Septiani, D., Azzahra, P. N., Wulandari, S. N., & Manuardi, A. R. (2019, November 6). Self Disclosure Dalam Komunikasi Interpersonal: Kesetiaan, Cinta, dan Kasih Sayang. *Fokus, 2(No. 6)*.
- Sihombing, L. H., & Aninda, M. P. (2022). Phenomenology of Using Instagram Close Friend Features for Self Disclosure Improvement. *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik, 9 No. 1*, 29-34.
- Simbolon, P., Pakpahan, R. E., & Gultom, E. M. (2022). HUBUNGAN SELF DISCLOSURE DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL. *Jurnal Bimbingan dan Konseling, 19 No. 1*, 25-35.
- Sisnawar, W. C., Karimah, K., & Zein, D. (2023). Penggunaan Fitur Close Friend Instagram Sebagai Bentuk Self Disclosure. *Communication Student Journal, 1 No. 1*, 134-149. doi:<https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45736>
- Situmorang, W. R., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara, 9 No. 1*. doi:<https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sultan, M. I. (2020). Efektifitas Penggunaan Fitur Instagram Dalam Meningkatkan Pertemanan Remaja SMA 1 Negeri Marsos di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 08 No. 02*, 178-190.
- Taufik, M. (2021). *djpb.kemenkeu*. Retrieved April 21, 2024, from Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi dan Informasi Organisasi Yang Efektif: <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html>
- Tenny, S., Brannan, J. M., & Brannan, G. D. (2022, September 18). *Qualitative Study*. Retrieved Mei 10, 2024, from National Library of Medicine: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK470395/>
- Yolanda, F. (2022). *Self Disclosure Melalui Second Account di Instagram*. Pekanbaru: Universitas Islam Baru Riau.