

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Digitalisasi merupakan fenomena yang tidak dapat lagi dihindari. Teknologi kian menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari dan turut mengubah pola kehidupan, termasuk cara menyebarnya suatu informasi (Rahayu, 2019). Perkembangan teknologi yang berjalan cepat ini telah melahirkan internet dan media baru yang sedikit banyaknya mengubah cara interaksi antar manusia (Parhan dkk., 2020).

Pengguna internet terus bertambah setiap tahunnya, mencakup sebagian besar populasi dunia (International Telecommunication Union, 2019). Pada tahun 2024, sebanyak 5,5 miliar orang aktif menggunakan internet, meningkat dari 65 persen pada tahun sebelumnya. Tingkat pertumbuhan pengguna internet juga menunjukkan kenaikan, dari 2,7 persen pada tahun lalu menjadi 3,4 persen tahun ini (International Telecommunication, 2024). Tren serupa juga terlihat di Indonesia, di mana angka penduduk yang menggunakan internet berada pada angka 221.563.479 jiwa dibandingkan dengan total populasi 278.696.200 jiwa di tahun 2023. Persentase ini naik dari 78,19 persen di tahun 2023 menjadi 79,50 persen di tahun 2024 (APJII, 2024). Data ini menunjukkan bahwa internet kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat secara global. Berdasarkan data yang didapatkan dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), tingkat kontribusi pengguna internet yang paling mendominasi adalah Gen Z yang memiliki persentase sebesar 34,40%, sementara gen milenial sebanyak 30,62%, gen x 18,98%, post Gen Z 9,17%, baby boomers 6,58%, dan pre boomers 0,24% (APJII, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Gen Z ini memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan generasi lainnya dalam hal penggunaan internet. Tingginya tingkat persentase tersebut sejalan dengan karakteristik Gen Z yang bertumbuh sejalan dengan perkembangan teknologi, di mana akses terhadap informasi, media sosial, dan segala jenis layanan internet menjadi kebutuhan sehari-hari (Meisyaroh, 2013).

Mahasiswa dalam hal ini merupakan representasi Gen Z yang cukup menggambarkan keterlibatan yang tinggi antara penggunaan teknologi dengan kehidupan sehari-hari. Di mana teknologi sedang berkembang secara pesat, layaknya komputer, *handphone*, internet serta media sosial sudah bukan suatu hal yang asing (Sikumbang dkk., 2024). Mahasiswa pada usia saat ini (rentang usia 18-25 tahun) termasuk pada generasi Z yang tumbuh sejalan dengan perkembangan teknologi digital dan telah terpapar dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Di lingkungan perkuliahan, mahasiswa sangat terbiasa menggunakan teknologi sebagai media dan sumber pembelajaran (Mutiarra & Kusumawardhani, 2020). Dari mulai pembelajaran di kelas yang menggunakan proyektor

atau *smart television*, membaca materi pembelajaran menggunakan *e-book*, membuat artikel atau laporan tugas, serta berkomunikasi dengan dosen dan mahasiswa lainnya menggunakan sosial media. Hampir seluruh kegiatan mahasiswa di perkuliahan maupun di luar perkuliahan berkaitan erat dengan teknologi. Tidak hanya dalam urusan akademik, media sosial juga telah menjadi bagian penting dari kehidupan mahasiswa dalam berinteraksi, berekspresi, dan membangun identitas diri (Agustin et al., 2024).

Media sosial secara luas sudah menjadi sesuatu yang umum dalam kehidupan masyarakat, bahkan kini pada sebagian orang, media sosial merupakan hal yang krusial di hidupnya (Firamadhina & Krisnani, 2021). Salah satu media sosial yang sering diakses di kalangan mahasiswa diantaranya yaitu sosial media instagram (APJII, 2024). Platform media sosial instagram merupakan salah satu platform yang populer di kalangan anak muda. Berdasarkan data dari APJII, pengguna media sosial Instagram sendiri di Indonesia pada tahun 2024 yaitu sebesar 51,90% berasal dari Gen Z (APJII, 2024). Instagram merupakan platform media sosial yang memiliki berbagai macam fitur yang memudahkan penggunaannya dalam membagikan konten, serta bersosialisasi dengan teman-teman ataupun memperluas jaringan sosial. Fitur-fitur pada platform ini seperti diantaranya video pendek atau *reels* (IGTV), foto dan video, serta fitur interaktif seperti *story*, *like*, komentar, dan *share* membuatnya semakin variatif dan populer. Hal ini menjadikan Instagram tempat yang cocok bagi mahasiswa untuk bersosialisasi dan berbagi konten menarik (Sikumbang dkk., 2024). Menurut Syaefulloh (2023), mahasiswa saat ini memiliki hubungan yang sangat erat dengan media sosial, termasuk platform populer seperti Instagram. Mahasiswa seringkali menggunakan Instagram sebagai media untuk mengekspresikan kreativitas dengan berbagi foto, video, serta fitur – fitur kreatif lainnya yang terdapat pada aplikasi instagram (Syaefulloh, 2023).

Dalam instagram terdapat juga fitur yang memungkinkan pengguna untuk bisa memiliki lebih dari satu akun selain dari akun utama, hal tersebut biasa dikenal sebagai *second account* atau *finstagram* (*Fake Instagram*). Akun utama atau yang disebut dengan *first account* merupakan akun yang menunjukkan citra diri dan *image* dalam bagaimana individu ingin dikenal pada media sosial (Safitri & Harianto, 2023). Sedangkan *second account* instagram merupakan akun lain selain akun utama yang lebih bersifat privat dan hanya diketahui beberapa orang saja (Prihantoro dkk., 2020). Terdapat perbedaan dalam penggunaan *first account* (akun utama) dan *second account* (akun kedua). *First account* sering kali digunakan untuk memberikan kesan dan penampilan diri yang ideal dan terkesan sempurna, sedangkan *second account* digunakan untuk menampilkan diri sesuai dengan

sebenarnya (Nabila dkk., 2024). Selain itu, rasa ingin mempresentasikan diri sebaik mungkin juga mendorong pengguna lebih memilah postingan konten pada akun Instagramnya sehingga memungkinkan untuk mendapat respon yang sesuai dengan ekspektasi (Aqilah & Asriwandari, 2024).

Fenomena *second account* ini didorong salah satunya karena fitur instagram itu sendiri yang memfasilitasi untuk saling memberikan tanggapan antar pengguna terhadap suatu unggahan. Tanggapan dari pengguna lain boleh jadi bersifat positif atau bahkan bersifat negatif yang dapat membuat pengguna merasa tidak nyaman dalam menggunakan Instagram. Rasa tidak nyaman ini mendorong sebagian pengguna untuk membuat akun Instagram tambahan yang berbeda dari akun utama (Nabila dkk., 2024). Selain itu, sebagian besar pengguna instagram menggunakan sosial media namun mereka tidak mengenal kepada siapa informasi atau postingan mereka dibagikan (Nabillah & Hanurawan, 2022).

Penggunaan *second account* adalah bentuk ekspresi keterbukaan karena dirasa terdapat keterbatasan dalam membagikan perasaan serta pemikiran pada penggunaan akun utama atau *first account* (Jati & Rahayu, 2023). *Second account* digunakan untuk mengunggah hal-hal lucu, memalukan, atau bahkan yang dinilai lebih pribadi. Menurut Kurniawan & Hidayanto (2024), *Second account* merupakan akun cadangan yang dimiliki oleh pengguna instagram, di mana informasi yang disampaikan umumnya berkaitan dengan perasaan atau emosi, sehingga berperan sebagai ruang untuk mengekspresikan diri secara lebih personal. Pengguna instagram merasa cenderung lebih nyaman dan percaya diri untuk membagikan konten personal melalui *second account* (Emeraldien dkk., 2019).

Namun, penggunaan *second account* dalam hal ini tidak dilihat sebagai masalah, tetapi sebagai bentuk adaptasi mahasiswa dalam menghadapi tuntutan citra di akun utama. Masalah utama yang diteliti adalah adanya perasaan bahwa terdapat “*barrier*” yang menyebabkan keterbatasan dalam pengungkapan diri atau *self-disclosure* di akun utama dikarenakan terdapat tekanan sosial untuk tampil baik dan rasa takut tidak memenuhi ekspektasi publik. Hal ini dilakukan guna menghindari risiko sosial, seperti penolakan atau komentar negatif, jika orang lain menemukan sisi diri yang lebih pribadi (Nahari et al., 2022). Keberadaan *second account* kemudian menjadi sarana penting bagi individu, khususnya perempuan muslimah, untuk merespons dan mengatasi tekanan sosial serta ekspektasi terhadap citra diri yang sudah dibentuk di akun utamanya. Sehingga melalui *second account*, pengguna lebih bebas mengekspresikan diri, membagikan preferensi yang tidak ingin ditampilkan secara publik, serta menemukan komunitas yang mendukung tanpa harus terikat oleh tuntutan untuk senantiasa mempertahankan citra diri (Amelia, 2024).

Pengungkapan diri atau *Self-disclosure* ini merupakan suatu interaksi antar individu dengan maksud membagikan informasi tentang diri ataupun hal-hal menyangkut perasaan pribadi (Jati & Rahayu, 2023). *Self-disclosure* mencakup pada bagaimana seseorang membagikan informasi diri dan perasaan pribadi kepada orang lain (Al Azis & Irwansyah, 2021). Menurut DeVito (2016), *self-disclosure* yaitu menyampaikan suatu hal mengenai diri individu kepada individu lain. Selain itu, *self-disclosure* bisa juga merujuk terhadap semua hal yang diungkapkan kepada orang lain: kesukaan dan ketidaksukaan, postingan berupa pesan singkat tentang suatu hal, kecenderungan pribadi yang diungkapkan ketika mengunggah suatu hal di Instagram (Greene, Derlega, & Mathews dalam DeVito, 2016). Menurut Sutrisnawati dkk., (2024) Penggunaan *second account* instagram oleh Gen Z yaitu untuk membagikan hal personal dengan teman terdekat. Selain itu, mereka juga menggunakan *second account* untuk membagikan foto dan video yang *random* dan lucu, sarana berkeluh kesah, ataupun untuk mencoba mengunggah konten sebelum mengunggahnya di akun utama.

Melalui *self-disclosure*, seseorang dapat meningkatkan pengetahuan diri, efektivitas komunikasi dan hubungan, serta *psychological wellbeing*. Bahkan penerimaan diri pun sulit dilakukan tanpa *self-disclosure* yang baik. Dengan keterbukaan diri yang baik, individu dapat memperoleh tanggapan baik dari orang lain yang akan membantu untuk membangun citra positif orang tersebut (DeVito, 2016). Dalam konteks media sosial, keterbukaan diri ini seringkali menjadi bagian dari proses *personal branding*. *Personal branding* dapat dijadikan sarana untuk membentuk citra diri, karakter, menonjolkan keahlian dan minat khusus terhadap suatu hal ditujukan kepada orang banyak dengan tujuan untuk membentuk persepsi positif (Gustafian dalam Restusari & Farida, 2019). Pada proses *personal branding* ini, citra diri yang ingin ditampilkan bisa terbentuk ketika mengunggah foto dan video di instagram (Restusari & Farida, 2019).

Selain itu, peran penting *self-disclosure* juga dapat ditinjau dari perspektif perkembangan psikososial. Erikson mengungkapkan bahwa pada masa dewasa awal, individu dihadapkan dengan suatu keadaan berupa krisis antara *intimacy vs isolation* (Erikson, dalam Anggrianti & Cahyono, 2018). Keberhasilan individu untuk beradaptasi pada krisis ini akan berdampak pada pembentukan hubungan sosialnya yang terbangun dengan baik serta dalam jangka panjang dengan orang terdekatnya. Namun, ketika individu sulit untuk melakukan adaptasi dalam menghadapi krisis ini, akan berdampak pada sulitnya pembentukan hubungan sosial jangka panjang serta individu akan memiliki kecenderungan untuk menarik diri dari lingkungannya. Sehingga, *self-disclosure* yang sehat perlu ditumbuhkan terutama pada saat individu mulai memasuki fase dewasa awal.

Namun demikian, tidak semua bentuk keterbukaan diri itu sehat dan membawa dampak yang positif. Menurut Leite dkk., (2024), *self-disclosure* yang sehat yaitu yang mampu menyesuaikan diri dengan konteks sosial yang dihadapi, seperti tidak *oversharing* dan tidak terlalu intim. Sejalan dengan itu, penelitian intervensi oleh Ferreyra dkk., (2022) menunjukkan bahwa membatasi perilaku *oversharing* dapat membantu individu membangun *self-disclosure* yang lebih seimbang dan aman. Derlega dan Chaikin menjelaskan bahwa hubungan antara tingkat *self-disclosure* dan penyesuaian psikologis bersifat kurvilinear, bukan linier. Artinya, peningkatan *self-disclosure* dari tingkat rendah ke tingkat sedang (*moderate*) searah dengan tingkat kemampuan individu dalam penyesuaian psikologis. Peningkatan ini dikatakan berada pada titik optimal ketika mencapai tingkat *moderate*. Namun, jika *self-disclosure* terlalu tinggi akan berakibat mengganggu kesejahteraan psikologis dan hubungan interpersonal (Derlega & Berg, 1987; Weber, 2024).

Pemahaman mengenai bentuk *self-disclosure* yang sehat menjadi penting untuk ditinjau dalam konteks perkembangan individu, khususnya pada mahasiswa yang baru menginjak usia dewasa awal. *Self-disclosure* tidak hanya mencakup pembicaraan secara tatap muka, tetapi melalui internet dan sosial media seperti instagram, twitter, atau facebook. Disamping itu, *Self-disclosure* cenderung lebih mudah terjadi dan terlihat pada situasi online dibandingkan dengan tatap muka (DeVito, 2016). Pada dasarnya, mahasiswa pada generasi saat ini lebih banyak mengungkapkan diri pada media sosial tertentu karena sosial media dianggap sangat mengikuti perkembangan zaman sehingga akan *relate* terhadap kehidupan mereka sehari-hari (Hidayat, 2023). *Self-disclosure* pada mahasiswa merupakan hal yang penting karena pada usia dewasa awal individu mengalami masa peralihan dari remaja menuju dewasa (rentang usia 18 sampai 25 tahun) sehingga lebih banyak bereksplorasi dan melakukan penyesuaian dalam hidupnya (Arnett, dalam Jati & Rahayu, 2023).

Mahasiswa dalam penelitian ini diposisikan sebagai representasi dari Gen Z yang memiliki keterlibatan erat dengan teknologi dalam berbagai aspek kehidupannya. Sebagai individu yang tumbuh berdampingan dengan perkembangan teknologi tentunya tidak asing untuk menjadikan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Di samping itu, masa perkuliahan sering kali menjadi fase eksplorasi identitas dan penyesuaian hubungan sosial, sehingga mahasiswa saat ini cenderung mengekspresikan diri di ruang digital, terutama pada platform yang mereka anggap aman dan nyaman seperti *second account* Instagram. Penggunaan *second account* Instagram menjadi salah satu strategi yang sering digunakan oleh mahasiswa untuk mengekspresikan identitas mereka dengan bebas tanpa tekanan sosial dan menciptakan keseimbangan antara kehidupan publik dan privat (Prasetya, 2025).

Terdapat data yang menyatakan tingginya intensitas penggunaan internet pada mahasiswa Universitas UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Berdasarkan temuan Kosasih dkk., (2021), sebanyak 71,7% mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung tergolong memiliki tingkat adiksi internet sedang, yang mencerminkan adanya kesulitan dalam mengontrol durasi penggunaan internet. Hal ini berdampak pada pergeseran pola interaksi sosial dari dunia nyata ke dunia maya. Dalam kondisi tersebut, media sosial seperti Instagram tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi wadah utama untuk menyalurkan kebutuhan akan relasi sosial dan ekspresi diri.

Kemudian, peneliti melakukan studi pendahuluan kepada 52 mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang merupakan pengguna Instagram dan memiliki *second account*. Data studi awal diperoleh menggunakan kuesioner *online* berupa Google Form berisi pertanyaan terbuka dengan kriteria partisipan berusia dengan rentang 18 hingga 25 tahun dan merupakan pengguna *second account* Instagram. Hasil studi pendahuluan tersebut menunjukkan gambaran bagaimana partisipan menggunakan *second account* Instagram. Partisipan menyatakan bahwa terdapat perbedaan dalam penggunaan *second account* dan *first account* pada media sosial Instagram. Partisipan merasa lebih bebas dalam mengekspresikan diri ketika menggunakan *second account*, mereka memposting tanpa menggunakan filter, memposting hal pribadi seperti keluarga dan pasangan, serta mereka bisa bebas membagikan pemikiran dan keresahan karena merasa lebih aman sebab *audiens*-nya hanya beberapa orang terdekat saja. Sejalan dengan hal tersebut, menurut McGregor dan Li (dalam Jati & Rahayu, 2023) *second account* merupakan “safe place” untuk mencurahkan berbagai hal emosional seperti rasa sedih, keresahan, atau kata-kata yang lebih eksplisit. Pada akun Instagram utama pengguna lebih banyak menunjukkan kehidupan yang baik dan terlihat sempurna, seperti foto ketika liburan dan prestasi dalam karir, namun ketika menggunakan *second account*, pengguna lebih menampilkan diri mereka yang tidak biasa atau sisi ketidaksempurnaan dan kesedihan. (Desideria & Syaki, 2023)

Menurut hasil studi pendahuluan ini, beberapa jawaban partisipan atas pertanyaan terbuka mengenai alasan memilih membagikan konten di *second account* dibanding *first account* Instagram diantaranya:

“Terkadang malu jika upload status di *first account*”

“saya rasa, mungkin adanya faktor ketidakpercayaan diri dan selalu ingin terlihat bagus dalam mengekspresikan apa yang saya ingin bagikan melalui konten Instagram saya.”

“mungkin ada beberapa hal yang gapede dipost di first gitu ya jadi adanya seken akun lebih buat nyaman untuk bebas berekspresi sama apa yg aku mau post”

“Insecure”

“Saya merasa lebih lega dan bebas berekspresi karena tidak takut dikomentari orang lain”

“Merasa lebih tenang, lebih puas, lebih bisa merasa bahwa diri ini berharga bahkan kalau di komen yang baik ya merasa di hargai dan di hormati sama sesama pengguna akun Instagram yang lain.”

“Merasa lebih percaya diri dan tidak malu dengan orang-orang terdekat”.

Hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa mahasiswa seringkali merasa malu, takut menerima komentar negatif, dan kurang percaya diri ketika mengunggah sesuatu di akun utama. Sebaliknya, mereka merasa lebih bebas, percaya diri, dan nyaman berekspresi pada *second account*. Jawaban dari partisipan tersebut menunjukkan adanya keinginan untuk berada dalam “tempat aman” yang memungkinkan mereka membagikan hal terkait ekspresi diri dengan tidak adanya perasaan takut dinilai dan dihakimi. Hal ini memberikan gambaran mengenai *self-esteem* karena berkaitan dengan kepercayaan diri dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri, hal itu mempengaruhi keputusan untuk melakukan *self-disclosure* pada media sosial. Dari jawaban partisipan tersebut dapat dilihat bahwa harga diri atau yang disebut sebagai *self-esteem* yang menjadi salah satu alasan partisipan lebih terbuka ketika menggunakan *second account* instagram. Hal ini juga mengindikasikan bahwa *self-esteem* berperan dalam memprediksi *self-disclosure*.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya mengenai *self-esteem*, yaitu menurut penelitian Laurensia dkk. (2022), menemukan bahwa variabel *self-esteem* mempunyai pengaruh yang kuat dan positif terhadap tingkat *self-disclosure*, artinya ketika individu memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi maka akan berpengaruh kepada meningkatnya *self-disclosure* orang tersebut. Selanjutnya, menurut penelitian Nabillah & Hanurawan (2022) *self-esteem* ditemukan mempunyai hubungan positif dengan *self-disclosure* mahasiswa yang menggunakan *second account* instagram, artinya individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung memiliki tingkat *self-disclosure* yang tinggi pula. Sedangkan dalam penelitian Lestari (2024), hasilnya adalah variabel *self-esteem* tidak menunjukkan pengaruh terhadap *self-disclosure*, berbeda dengan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan hasil sebaliknya yaitu terdapat pengaruh antara *self-esteem* dan *self-disclosure*. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya *inconsistency* pada temuan sehingga menghasilkan *gap*

penelitian dengan tujuan memperjelas hasil penelitian terkait dengan pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* dalam konteks penggunaan instagram pada mahasiswa.

Selain itu, dari studi pendahuluan yang telah dilakukan, ditemukan juga bahwa salah satu alasan partisipan lebih banyak membagikan postingan di *second account* adalah terkait dengan kepercayaan terhadap *followers*-nya. Pada kuesioner terbuka, jawaban partisipan diantaranya:

“Kedekatan sama teman-teman yang saling follow di akun itu, jadi saya merasa bisa *share* apapun ke mereka karena saya percaya sama mereka nggak bakal cepuin ke orang lain ataupun nge-*judge* saya”,

“Lebih merasa aman dan percaya, tidak merasa di *judge* oleh orang lain yang tidak mengenal secara dekat”,

“Ada perasaan nyaman, karena percaya dengan orang-orang yang melihatnya”,

“karena kepercayaan tadi dan merasa takut *oversharing* dan di *judidin* orang-orang”

Partisipan menyatakan bahwa rasa percaya terhadap *followers* di *second account* instagram membuat mereka merasa dekat, akibatnya partisipan akan lebih nyaman dan aman dalam berbagi di *second account* karena hanya orang-orang tertentu yang dapat mengakses kontennya, sehingga mengurangi kekhawatiran akan penilaian atau respons negatif dari audiens yang lebih luas. Sejalan dengan fenomena tersebut, menurut penelitian tentang pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure* di *second account* instagram oleh Iloen & Kusumiati (2024), hasilnya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel *trust* terhadap *self-disclosure* pada *second account* instagram. Hal itu berarti pada individu dengan kepercayaan yang tinggi terhadap audiens media sosialnya, mengindikasikan keterbukaan diri yang juga tinggi. Selain itu, terdapat juga penelitian oleh Firual & Hariyadi (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *interpersonal trust* dan *intimate friendship* terhadap *self-disclosure* generasi Z pada platform media sosial twitter, artinya ketika individu memiliki tingkat *trust* yang tinggi maka akan cenderung meningkatkan perilaku *self-disclosure* individu tersebut. Penelitian oleh Rahayu (2022) juga menunjukkan bahwa *trust* memiliki hubungan positif dengan *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna instagram, dengan kata lain, individu yang memiliki *trust* yang tinggi akan mempunyai *self-disclosure* yang tinggi juga. Namun berlawanan dengan penelitian sebelumnya, penelitian oleh Salsabilla & Rahardjo (2024) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh *trust* terhadap *online self-disclosure* pada pengguna aplikasi *dating online*. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya *inconsistency* pada hasil penelitian sehingga menghasilkan *gap research* agar memperjelas pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure*, dalam hal ini khususnya mahasiswa pengguna instagram. Perbedaan

temuan ini dapat dipahami karena adanya perbedaan konteks media sosial, di mana pola interaksi *trust* di aplikasi kencan online tentu berbeda dengan media sosial seperti Instagram. Hal itu menunjukkan bahwa *self-disclosure* sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna Instagram.

Dengan melihat dinamika *self-disclosure* di *second account* serta temuan studi awal, diperoleh gambaran bahwa *self-esteem* dan *trust* merupakan faktor penting yang terindikasi dapat meningkatkan *self-disclosure*. Penelitian ini berusaha menerapkan temuan tersebut pada konteks *first account* sehingga tujuannya dapat memprediksi faktor-faktor yang berperan dalam menumbuhkan *self-disclosure* di *first account*, sekaligus mengatasi permasalahan mengenai persepsi adanya *barrier* dan ekspektasi sosial dari orang lain di *first account* instagram.

Selain faktor psikologis terkait dengan kebutuhan eksplorasi dan kesejahteraan psikologis pada individu dewasa awal, penelitian ini juga penting dilakukan dengan pertimbangan banyaknya kesempatan yang terbuka ketika individu bisa lebih terbuka pada akun utama tidak hanya pada *second account*, karena hal itu mengarah salah satunya pada pembentukan *personal branding*. Disamping itu, belum ada penelitian yang secara sekaligus menghubungkan ketiga variabel yaitu *self-esteem*, *trust*, dan *self-disclosure* dalam satu penelitian dengan konteks Gen Z pengguna Instagram yang sekaligus memiliki *second account* Instagram. Dengan demikian, berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “pengaruh *self-esteem* dan *trust* terhadap *self-disclosure* pada pengguna instagram yang memiliki *second account*.”

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram yang memiliki *second account*?
2. Apakah terdapat pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram yang memiliki *second account*?
3. Apakah terdapat pengaruh *self-esteem* dan *trust* terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram yang memiliki *second account*?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram yang memiliki *second account*
2. Mengetahui pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram yang memiliki *second account*

3. Mengetahui pengaruh *self-esteem* dan *trust* terhadap *self-disclosure* pada pengguna Instagram yang memiliki *second account*

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoretis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan salah satu literatur dan tambahan pengetahuan untuk penelitian–penelitian selanjutnya yang terkait dengan *self-disclosure*, *self-esteem*, dan *trust*, khususnya pada fenomena *pengguna second account instagram*. Selain itu, hasil penelitian ini juga, diharapkan turut andil dalam perkembangan ilmu Psikologi, beberapa diantaranya psikologi positif, psikologi sosial, serta psikologi perkembangan yang membahas tentang perkembangan pada remaja akhir yang telah mencapai dewasa awal khususnya di lingkungan sosial media. Hal ini cukup relevan dalam menambahkan wawasan mengenai perilaku dan interaksi sosial pada generasi z yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi yang pesat.

Kegunaan Praktis

1. Bagi Generasi Z

Temuan pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan serta sebagai pembelajaran bagaimana sudut pandang psikologi dapat diterapkan dalam memahami suatu fenomena yang banyak terjadi di lingkungan sosial dalam lingkup digital. Diharapkan juga hasil penelitian bisa mendorong Gen Z untuk lebih terbuka di akun instagram dalam rangka pembentukan *personal branding*.

2. Bagi pengguna instagram

Bagi pengguna media sosial khususnya instagram, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bagian dari edukasi dalam penggunaan sosial media. Diharapkan juga dapat membantu pengguna instagram untuk lebih terbuka pada akun utamanya sehingga dapat memaksimalkan pembentukan *personal branding* di media sosial instagram. Dengan melihat begitu banyaknya kesempatan yang terbuka untuk mengembangkan diri jika dapat menggunakan media digital ini sebaik mungkin dan melihat apa faktor–faktor yang bisa menunjangnya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Harapannya hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai literatur tambahan untuk mengembangkan topik terkait yang belum dibahas pada penelitian ini, yang mana hanya berfokus pada dua variabel prediktor.