

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Media sosial menjadi sangat populer dalam satu dekade belakangan ini di berbagai kalangan. Media sosial menjadi salah satu wadah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan interaksi dari individu dengan lingkungan sosialnya (Nurhanifa dkk., 2020). Dengan demikian, media sosial berperan penting sebagai bentuk ekspresi diri bagi para penggunanya (Permana & Sutedja, 2021). Salah satu *platform* media sosial yang sangat terkenal hampir di seluruh dunia saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang berbasis foto dan video yang pertama kali di-*launching* pada tahun 2010 dan sampai saat ini popularitasnya masih bertahan (Shalihah, 2021). Pada Instagram, terdapat pula fitur untuk memberikan *like* dan *comment* yang memungkinkan individu dapat secara terbuka memberikan tanggapan atau komentar pada foto yang di posting oleh pengguna lainnya (Andrian dkk., 2022).

Dengan adanya perkembangan media sosial saat ini dapat memberikan dampak positif bagi penggunanya, khususnya dalam bidang pendidikan, bisnis, dan sosial. Misalnya dalam bidang sosial, dengan adanya sosial media dapat membantu seseorang dalam memperoleh informasi dan membentuk koneksi dengan orang lain tanpa dibatasi oleh jarak dan wilayah (Akram & Kumar, 2017). Tentunya tidak hanya dampak positif, media sosial juga memberikan dampak negatif kepada penggunanya apabila tidak menggunakannya dengan baik. Menurut Cahyono (2016) dampak negatif dari sosial media adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan juga sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.

Fitur lain yang dimiliki Instagram adalah fitur *multiple account* yang menjadi fenomena yang banyak terjadi di kalangan pengguna Instagram. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memiliki setidaknya dua akun atau lebih secara bersamaan pada satu aplikasi (Andrian dkk., 2022). Paramesti & Nurdiarti (2022) dalam penelitiannya mewawancarai 5 orang yang menggunakan akun lain selain akun utama mereka, menemukan ke 5 orang yang memiliki *second account* tersebut menggunakan nama samaran dan tidak menunjukkan hal yang berkaitan dengan identitas mereka di sosial media. Pemilihan nama samaran yang digunakan pun sengaja dibuat sulit agar tidak mudah ditemukan orang lain yang dikenalnya.

Dengan adanya fitur *second account* ini, individu dapat lebih terbuka dan lebih leluasa mengungkapkan pemikiran dan perasaannya kepada orang lain. Pada beberapa kasus pun *second account* digunakan oleh beberapa orang untuk menghindari perasaan *insecure* dan juga menghindari orang-orang *toxic* di lingkungannya (Paramesti & Nurdiarti, 2022). *Self disclosure* yang di media sosial dicontohkan dengan sikap yang lebih terbuka ketika beraktivitas, melihat-lihat gambar dan video, ataupun mengeluarkan pendapat/pandangannya di media sosial. Terdapat pula contoh akun *pseudonym* yang sering kali disalahgunakan sebagai penyebaran informasi palsu (hoax), yang akibatnya terdapat pandangan buruk mengenai moral pengguna *second account* (Paramesti & Nurdiarti, 2022).

Pada suatu kajian dituliskan pengguna *second account* dapat dengan bebas memilih siapa saja yang boleh mengikuti ataupun diikuti (Permana & Sutedja, 2021). *Second account* ini pun dikenal dengan istilah yang hampir mirip, yakni *fake account*. Adanya *second account* ini bagi individu yang membuatnya, memiliki tujuan untuk mengurangi tekanan masyarakat dan membuat mereka merasa menjadi diri sendiri tanpa harus menerima komentar negatif dari orang lain (Fortunata, 2020). Adapun tujuan dari dibuatnya *second account* adalah seperti dikhususkan

kepada teman terdekatnya, menikmati hobi secara privat, dan menambah popularitas akun pertama mereka (Orlando, 2018).

Umumnya, seseorang pengguna Instagram, ingin meningkatkan jumlah *followers*-nya agar terdapat kesan bahwa mereka diinginkan atau diakui oleh lingkungan masyarakat (Schwarz, 2010). Namun untuk pengguna *second account*, mereka akan merasa lebih nyaman ketika tidak mendapatkan kesan diakui apapun dari orang lain di sekitarnya. *Second account* biasanya dibuat karena penggunanya tidak terlalu percaya diri saat bermedia sosial pada akun utamanya (Permana & Sutedja, 2021).

Berdasarkan data, pengguna instagram pada tahun 2023 didominasi oleh remaja dan dewasa muda, dimana sekitar 30,8% berada pada kelompok usia 18-24 tahun (Yonatan, 2023) atau sekarang dikenal dengan golongan Generasi Z. Generasi Z merupakan istilah kepada orang yang lahir pada rentang tahun 1996 hingga 2007. Sehingga bisa dikatakan usia perkembangan mereka berada pada usia 16-27 tahun. Menurut Santrock, usia mereka berada pada kategori remaja pertengahan (15-18 tahun) dan dewasa awal (18-25 tahun). Generasi Z merupakan yang paling melek teknologi dan banyak dari mereka lebih aktif di second account dibandingkan akun pertama mereka (Redhita, 2023).

Dari hasil riset data reportal dilaporkan adanya peningkatan jumlah pengguna media sosial di Indonesia sebesar 12,6% dari tahun 2021. Ditemukan pula sebanyak 191,4 juta pengguna media sosial pada Januari 2022. Media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Instagram mencapai 99,15 juta pengguna, Tiktok mencapai 92,07 juta pengguna, Facebook Messenger sebanyak 28,4 juta pengguna, Twitter mencapai 18,45 juta pengguna, dan LinkedIn mencapai 20 juta pengguna pada tahun 2022 (Prastya, 2022). Dengan persentase pengguna

Instagram berjenis kelamin perempuan sebesar 52,3% dan prosentase pengguna *Instagram* berjenis kelamin laki-laki sebesar 47,7% (Kemp, 2022).

Survey yang dilakukan oleh lembaga survey JAKPAT menunjukkan *Instagram* merupakan media sosial yang paling sering digunakan untuk membuat *second account* (Jakpat, 2023). Survei yang dilakukan HAI kepada 300 responden remaja menunjukkan bahwa 46% dari mereka memiliki *second account* *Instagram*, 60% dari mereka yang memiliki *second account* memiliki lebih 2 akun lain. Setengah dari mereka dengan sengaja tidak menunjukkan identitas diri mereka di dunia maya, hal ini dikarenakan adanya ketidaknyamanan dan juga kecemasan saat bermain sosial media dengan *first account* mereka (Aini, 2020). Terutama pada pemilik akun *instagram* berjenis kelamin perempuan mendominasi penggunaan *second account* *Instagram* (Permana & Sutedja, 2021). Adapun ciri-ciri *second account* ini ditandai dengan menggunakan *username* yang unik atau berbeda dengan nama aslinya dan jumlah *following* yang sedikit serta sedikit lawab jenis yang mengikutinya (Astuti, 2020). Penggunaan nama akun dengan menggunakan nama samaran disebut sebagai *pseudonym* (KBBI).

Peneliti pun melakukan studi awal pada 45 orang pengguna *second account*. Dari hasil studi awal yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa kebanyakan pemilik *second account* adalah perempuan sebanyak 86,7% dari 45 responden. Mayoritas *second account* dibuat dikhususkan untuk teman dekat yang dikenal oleh pengguna saja, beberapa yang lain untuk keperluan pekerjaan, dan sisanya adalah akun anonim. Partisipan studi awal merasakan dirinya nyaman menggunakan *second account* karena saat me-upload sesuatu di *second account*, mereka merasa tidak perlu menampilkan kesan yang selalu baik kepada orang lain. Hal ini mengindikasikan adanya *Self disclosure* dengan para *followers* yang mereka ijinakan sehingga tidak perlu merasa menutupi apapun yang ingin mereka sampaikan dan merasa bebas untuk

bermedia sosial dengan *second account* baik untuk keperluan *fangirling* atau keperluan hobi dan juga *stalking* seseorang agar tidak diketahui identitasnya.

Sikap tidak menutupi apapun atau yang dikenal dengan sikap terbuka tentang dirinya kepada orang lain di media sosial dalam ilmu Psikologi dikenal sebagai *self disclosure*. DeVito (2015) menyebutkan *self disclosure* sebagai salah satu bentuk komunikasi yang mana informasi pribadi atau rahasia mengenai dirinya yang diberitahu kepada orang lain. *Self disclosure* diri pada pengguna media sosial yang diamati dari status, foto/video, *chatting*, komentar, dan lainnya terkait keadaan dan perasaan yang sedang dirasakan untuk diketahui oleh sesama pengguna akun media sosial (Sagiyanto & Ardiyanti, 2018).

Beberapa faktor yang dapat menyebabkan seseorang melakukan *self disclosure* diri menurut Ampong dkk (2017) adalah pertimbangan kriteria resiko, terdiri atas *perceived control*, *privacy awareness*, *privacy concern*, *privacy invasion experience* and *privacy risk*. Kemudian pada kriteria benefit terdapat *interactions* dan *tie strength*. Dari sisi lainnya beberapa faktor yang menyebabkan seseorang melakukan *self disclosure* yaitu efek diadik, besaran kelompok, topik bahasan, perasaan menyukai, jenis kelamin, ras, kebangsaan dan usia, mitra dalam hubungan, serta kepribadian (Pohan & Dalimunthe, 2017). *Self disclosure* diri di media sosial pun lebih banyak ditemukan pada wanita dibandingkan dengan pria (DeVito, 2015), yang artinya jenis kelamin memiliki peranan juga pada *self disclosure* diri.

Penelitian-penelitian sebelumnya pun kerap menghubungkan *self disclosure* diri dengan berbagai variabel psikologi lainnya, seperti *self esteem* dan *trust* (Andrian dkk., 2022). Hubungan *self disclosure* dengan *trust* juga diteliti oleh Devi & Indryawati (2020) yaitu menunjukkan adanya hubungan yang positif dari kedua variabel yang diteliti. Selain itu, penelitian lainnya juga

menemukan adanya hubungan antara *intimate friendship* dengan *self disclosure* pada mahasiswa (Pohan & Dalimunthe, 2017).

Ketika seseorang terlalu terbuka mengenai dirinya di media sosial, tidak sedikit penggunanya menjadi korban ataupun pelaku *cyber crime* yang bisa memicu terjadinya tindak kriminal (Fitriyani & Rinaldi, 2022). Hal ini disebabkan karena tidak adanya batasan diri dalam mengungkapkan informasi pribadi sehingga dapat disalahgunakan orang lain. Sehingga, diperlukan peran kontrol diri (*self control*) bagi seseorang dalam bermedia sosial agar tidak menimbulkan dampak negatif. *Self control* merupakan kemampuan yang dimiliki individu dalam menentukan perilakunya berdasarkan kriteria tertentu yang berlaku dan diterima di masyarakat (Baumeister, 2002). Penelitian terdahulu mengenai hubungan *self control* dengan *self disclosure* sudah banyak dilakukan seperti Sari dan Kustanti (2020) pada siswa kelas XI yang menunjukkan adanya hubungan negatif.

Adanya hubungan negatif diatas dapat diamati dari perilaku siswa yang mudah terpengaruh oleh lingkungan untuk bermain ponsel saat pelajaran berlangsung. Individu yang cenderung memiliki *self control* yang rendah, biasanya ditandai dengan mencari kesenangan sesaat (Kim dkk., 2017). Kemudian penelitian oleh Fitriyani dan Rinaldi (2022) juga menunjukkan adanya hubungan negatif *self control* dengan *self disclosure* pada pelajar berusia 15-18 tahun pengguna instagram. Hubungan ini menunjukkan apabila *self control* seseorang meningkat maka *self disclosure* tersebut akan menurun, begitu pula sebaliknya. Penelitian lanjutan dilakukan oleh Ababil dkk. (2024) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan *self control* terhadap *self disclosure* pengguna *second account* instagram sebesar 1,6% dengan arah hubungan negatif.

Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Nasta (2018) menemukan hasil yang berbeda dengan penelitian diatas, yaitu terdapat adanya hubungan positif antara *self control* dengan *self disclosure* diri pengguna media sosial. Hasilnya menunjukkan nilai $r = 0.204$ dengan arah nilai positif dan $p = 0.004$. Artinya jika seseorang melakukan *self disclosure* semakin tinggi maka *self control* akan semakin tinggi juga. Penelitian ini menemukan hal yang berbeda dikarenakan penelitian yang dilakukan oleh Nasta (2018) hanya terfokuskan pada satu jenis kelamin saja, yaitu wanita. Sehingga terdapat unsur bias gender yang memungkinkan menjadi faktor penyebabnya penelitian ini mendapatkan hasil yang bertentangan dari penelitian-penelitian lainnya. Penelitian lanjutan yang dilakukan Tiara (2023) tidak sejalan dengan penelitian Ababil dkk., (2024) dimana *self control* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *self disclosure* pada mahasiswa pengguna instagram.

Selain *self control*, kepercayaan pun menjadi salah satu hal penting bagi seseorang dalam *self disclosure*. Menurut Costa (dalam Utami, 2015) kepercayaan hadir pada setiap individu yang terikat dalam suatu hubungan dan juga karakteristik dari masyarakat itu sendiri baik dalam lingkup kecil maupun lingkup yang besar. Menurut Ashur (2016) kepercayaan yang terbentuk oleh para pengguna Instagram dikarenakan adanya interaksi yang dilakukan seperti saling membalas komentar dengan pengguna lain, memberikan *likes*, mengirim pesan, sehingga membuat mereka terasa lebih akrab. Menurut Altman & A. Taylor (1973) dimensi *depth* pada *self disclosure* bergantung pada tingkat kepercayaan individu. Dalam hal ini *second account* instagram menjadi wadah bagi seseorang untuk terbuka kepada orang lain. Dengan adanya kepercayaan, seseorang tidak akan merasa ragu atau takut akan komentar orang lain. Namun demikian, tidak sedikit rasa nyaman itu akan memberikan kebebasan dalam menyampaikan isi

baik perasaan maupun pemikirannya di media sosial sehingga mengabaikan batasan norma dalam bermedia sosial.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang mengkaji mengenai keterkaitan *interpersonal trust* dan *self disclosure* dilakukan Tazkia dan Nawangsih (2021), dalam tulisannya menemukan adanya hubungan yang positif antara *interpersonal trust* dengan *self disclosure* pada mahasiswa Kota Bandung yang menggunakan aplikasi kencan *online* tinder. Sejalan dengan penelitian sebelumnya, Devi dan Indryawati (2020) menunjukkan adanya hubungan positif antara *interpersonal trust* dengan *self disclosure* pada remaja putri pengguna aplikasi instagram. Adapun penelitian lanjutan dilakukan oleh Aulia & Dwatra (2025) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *interpersonal trust* terhadap *self disclosure* sebesar 10.9% pada pengguna *second account* instagram.

Self disclosure dapat terjadi apabila seseorang merasa orang tersebut mempercayai orang lain yang dianggap dapat menjaga kerahasiaan (Pohan & Dalimunthe, 2017). Maka dengan adanya kepercayaan tersebut akan memberikan arah hubungan positif pula terhadap *self disclosure*. Akan tetapi Vondracek & Marshall (1971) melakukan penelitian yang hampir mirip, namun dalam penelitiannya menemukan hubungan negatif antara *self disclosure* dengan *trust*. Yang artinya dapat diketahui pula adanya pertentangan penelitian dari hubungan *trust* dan *self disclosure* di beberapa penelitian sebelumnya.

Privasi dan keamanan pribadi menjadi celah seseorang untuk berinteraksi secara terbuka di akun utama mereka sebagai *branding* diri. Sebagai bentuk interaksi lain, tak sedikit dari mereka membuat akun baru yang mengkhususkan untuk berinteraksi kepada orang-orang tertentu baik yang mereka kenal secara pribadi atau orang asing yang mereka percaya. Faktor kenyamanan dan kepercayaan ini yang membuat mereka lebih terbuka di *second account*

mereka. Dengan demikian mereka akan lebih leluasa dalam bermedia sosial dibanding saat menyampaikan pemikiran dan perasaan mereka di akun utamanya. Sehingga peran *self control* dan *interpersonal trust* diasumsikan memiliki dampak terhadap *self disclosure*.

Penelitian ini menunjukkan kebaruan dari sisi pemilihan partisipan penelitian, yaitu generasi Z yang berusia 18-24 tahun dan memiliki *second account* di media sosial. Selain itu, penelitian ini menggabungkan dua variabel independen secara bersamaan, yaitu *self control* dan *interpersonal trust* yang belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya. Berlandaskan pula dari adanya fenomena, adanya gap penelitian pada temuan-temuan sebelumnya, sehingga peneliti ingin mengkaji lebih dalam peran *self control* dan *interpersonal trust* terhadap *self disclosure* pada pengguna *second account* instagram pada kalangan generasi Z.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana pengaruh antara *self control* dan *interpersonal trust* terhadap *self disclosure* pengguna *second account* Instagram?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *self control* dan *interpersonal trust* terhadap *self disclosure* pengguna *second account* Instagram pada generasi Z.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoretis

Kegunaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan pemahaman mengenai *self control*, *interpersonal trust*, dan *self disclosure* pada pengguna *second account* media sosial Instagram pada generasi Z. Kemudian diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam ilmu psikologi khususnya psikologi sosial dalam media jejaring sosial.

Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pengguna *second account* instagram untuk mendapatkan gambaran *self disclosure* pada pengguna *second account* instagram sehingga dapat lebih bijak dalam melakukan *self disclosure* di media sosial instagram.

