Indonesian Research Journal on Education

e-ISSN: 2775 – 8672, p-ISSN: 2775 – 9482
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024
Halaman: 3502 – 3509

Web: https://irje.org/index.php/irje

RESEARCH ARTICLE

Hubungan *Self Esteem* dengan *Self Disclosure* pada Mahasiswa Pengguna *Second Account Instagram*

Avira Berlianna Salsa[1], Jumaini [2], Tesha Hestyana Sari[3]
Universitas Riau, Indonesia

aviraberliannasalsa@gmail.com[1]

Kata Kunci:
Instagram, Second Account, Self Disclosure, Self Esteem.

Abstrak

Penggunaan second account Instagram berdampak pada peningkatan kepercayaan diri dan bisa dengan bebas melakukan self disclosure. Self esteem disebut sebagai salah satu faktor yang bisa mempengaruhi self disclosure. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan self esteem dengan self disclosure pada mahasiswa pengguna second account Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan desain deskriptif korelasi dengan pendekatan cross sectional. Penelitian ini dilakukan kepada 96 responden yang memenuhi kriteria inklusi. Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan teknik proportional random sampling. Kuesioner yang digunakan yaitu Coopersmith Self Esteem Inventory (CSEI) oleh Coopersmith (1967) dan Revised Self Disclosure Scale (RSDS) oleh Wheelees (1976). Analisis bivariat menggunakan uji chi square. Berdasarkan 96 responden sebagian besar berada pada usia 22 tahun sebanyak 28 responden (29,2%) dan mayoritas responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 82 responden (85,4%). Tingkat self esteem paling banyak pada kategori tinggi yaitu 36 responden (37,5%) dan tingkat self disclosure paling banyak pada kategori sedang yaitu 36 responden (37,5%). Hasil uji statistik menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara self esteem dengan self disclosure pada mahasiswa pengguna second account Instagram dengan p value (0,006) < α (0,05). Semakin tinggi self esteem seseorang maka semakin tinggi pula self disclosurenya melalui second account Instagram. Perlunya seorang individu untuk meningkatkan self esteem agar semakin percaya diri ketika melakukan self disclosure.

Key Word:
Instagram, Second Account, Self Disclosure, Self Esteem.

Abstract

Using a second Instagram account has an impact on increasing self-confidence and being able to freely self-disclose. Self esteem is said to be one of the factors that can influence self disclosure. This research aims to identify the relationship between self esteem and self disclosure in students who use second Instagram accounts. This research is a quantitative research that uses a descriptive correlation design with a cross-sectional approach. This research was conducted on 96 respondents who met the inclusion criteria. The sample in this study was taken using proportional random sampling technique. The questionnaires used were the Coopersmith Self Esteem Inventory (CSEI) by Coopersmith (1967) and the Revised Self Disclosure Scale (RSDS) by Wheelees (1976). Based on 96 respondents, the majority were aged 22 years, 28 respondents (29.2%) and the majority of respondents were female, 82 respondents (85.4%). The highest level of self esteem was in the high category, namely 36 respondents (37.5%) and the highest level of self disclosure was in the medium category, namely 36 respondents (37.5%). The results of statistical tests show that there is a significant relationship between self esteem and self disclosure in students using second Instagram accounts with p value (0.006) < α (0.05). The higher a person's self esteem, the higher their self disclosure through a second Instagram account. An individual needs to increase self esteem so that they become more self confident when making self disclosure.

Copyright © 2024 Avira Berlianna Salsa, Jumaini, Tesha Hestyana Sari
*This work is licensed under an **Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)***

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telekomunikasi menyebabkan orang mengubah cara mereka berkomunikasi satu sama lain. Dalam hal ini, internet hadir sebagai lingkungan digital baru yang mendefinisikan ruang budaya. Hal ini menjadi semakin nyata dengan munculnya media sosial Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang sedang populer saat ini (Sakti & Yulianto, 2018). Instagram merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya dengan mudah berbagi konten berupa gambar, video, komentar, dan aktivitas sehari-hari dari mana saja dan kapan saja (Cantika, 2023). Lewat Instagram seseorang bisa dengan mudah berbagi informasi dengan cara yang menarik melalui foto, video, serta *captions* dan dilengkapi juga dengan fitur lainnya seperti fitur IG *story*, IG TV, Stiker ataupun *Filter*.

Instagram berdiri sebagai salah satu situs media sosial terpopuler kedua yang paling banyak

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

digunakan, dengan Facebook berada di urutan ketiga dan WhatsApp di posisi teratas (Annur, 2024). Berdasarkan hasil data dari *Napoleon Cat* (2023), jumlah pengguna Instagram yang cukup tinggi membuat Instagram menjadi aplikasi yang paling digemari, dibuktikan dengan pemakai Instagram mencapai 109.331.000 jiwa. Pengguna terbesar Instagram berada pada rentang kelompok usia 18-24 tahun, dengan total presentase 38% atau sekitar 41,5 juta pengguna. Berdasarkan gender, pengguna Instagram didominasi oleh wanita sebanyak 53,1% dan pria sebanyak 46,9% (*Instagram users in Indonesia, 2023*). Dari data tersebut kita bisa melihat penggunaan internet semakin meningkat khususnya dikalangan remaja. Mahasiswa yang terdaftar pada perguruan tinggi dapat dikategorikan dalam tahap perkembangan remaja akhir yaitu 18 hingga 24 tahun (Monks et al., 2006). Mahasiswa saat ini dengan mudah mengungkapkan banyak aspek kehidupan pribadi mereka di platform media sosial seperti Instagram.

Instagram ternyata juga mempunyai keunggulan yang bisa dilihat melalui fitur *multiple account* yang dimana pengguna diperbolehkan untuk menggunakan lebih dari satu akun lewat aplikasi yang sama. Pengguna kini dapat mengakses beberapa akun dalam satu perangkat tanpa perlu *logout* berkat penerapan kemampuan ini. Berkat fungsi ini juga, pengguna dapat mengelola dua akun, yang sering disebut sebagai *main account* (akun utama) dan *second account* (akun kedua). Pengguna berupaya memperlihatkan *image* atau citra diri yang ingin dibangun melalui akun pertama (*main account*). Sementara itu, pengguna akan mengungkapkan jati diri mereka yang sebenarnya melalui *second account*. Para pengguna bebas membagikan informasi apa pun tentang dirinya maupun kehidupan pribadinya dengan adanya *second account* (Nabilah & Sinduwiatmo, 2023). Mayoritas pengguna *second account* adalah perempuan (76%), dibandingkan laki-laki (24%) (Permana & Sutedja, 2021).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ardiesty et al., (2022) dan Kurnia dan Nurchayati (2022), ditemukan bahwa terbentuknya *second account* difasilitasi oleh individu yang pemalu, tidak percaya diri, dan sensitif. Meskipun ada beragam alasan dan tujuan yang mendorong orang untuk membuka *second account*, namun kebanyakan orang melakukannya untuk berbagi cerita dengan lebih bebas. Sebagian besar pengguna *second account* lebih memilih untuk membatasi koneksi jejaring sosial mereka hanya pada teman-teman terdekatnya, oleh karena itu mereka tidak mengizinkan anggota keluarga bergabung dan melihat isi unggahan *second account* mereka. Berdasarkan pengalaman pribadinya, setiap individu mengutarakan bahwa mereka memanfaatkan *second account* yang bersifat privat ini sebagai tempat berlindung yang aman di mana mereka dapat mengekspresikan diri tanpa rasa takut. Semua informasi yang dibagikan melalui *second account* Instagram dapat terjaga dengan baik dan pertemanan menjadi lebih intim. Hal ini menunjukkan bagaimana seseorang dapat dengan bebas mengekspresikan dirinya (*self disclosure*) dan membagikan informasi pribadinya melalui penggunaan *second account*.

Menurut Prihantoro et al., (2020) *self disclosure* atau pengungkapan diri adalah kemampuan seseorang untuk menampilkan emosi, respons, atau aspek diri yang biasanya tersembunyi untuk meningkatkan hubungan yang lebih jauh. Melalui keterbukaan diri kita dapat menyertakan informasi yang umumnya disampaikan kepada publik secara bebas atau informasi yang selama ini disembunyikan, dapat berupa informasi baru ataupun semacam penjelasan mengenai perasaan seseorang. Informasi pribadi yang dibagikan mungkin berkisar dari detail sensitif seperti selera atau preferensi hingga detail yang lebih sensitif seperti perasaan, pikiran, dan kekhawatiran pribadi. Dalam menggunakan Instagram, seseorang dapat berbagi cerita kehidupan pribadinya dengan mengunggah foto, cerita atau video yang merupakan salah satu bentuk ekspresi emosi baik senang maupun sedih, hal ini menjadi salah satu tujuan dari *self disclosure* (Indriyani, 2018).

Menurut Wheeless dan Grotz (1976, dalam Devito 2011) terdapat lima komponen di dalam *self disclosure* yang dilakukan seseorang, yaitu: (1) Tujuan *(Intent to disclosure),* maksud dan tujuan seseorang dalam membagikan informasi mereka kepada orang lain; (2) Jumlah dan ukuran *(Amount of disclosure),* berkaitan dengan frekuensi atau seberapa sering seseorang berbicara tentang dirinya sendiri; (3) Positif-negatif *(The positive-negative nature of disclosure),* menyampaikan aspek positif dan negatif tentang diri sendiri; (4) Kejujuran-kecermatan *(The honesty-accuracy of disclosure),* seberapa akurat seorang individu mengenali dirinya dan jujur dalam melakukan pengungkapan diri; dan (5) Kedalaman *(General depth control of disclosure),* sedalam apa *self disclosure* seseorang serta seberapa akrab dan dekat dirinya dengan lawan bicaranya.

Self disclosure tentu memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi, salah satunya menurut pendapat dari Liwelery (2015) yaitu harga diri. Seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi mampu membantu dirinya berkomunikasi dengan baik dengan orang lain dan membagikan informasi pribadinya. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa *self esteem* mempengaruhi bagaimana seseorang mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Mahasiswa yang berada dalam tahap usia remaja akhir menerapkan *self disclosure* di Instagram sebagai bentuk strategi penghargaan diri yang baik (Alwisol, 2014). Dalam dunia perkuliahan,

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

mahasiswa dengan *self esteem* yang tinggi akan merasa percaya diri, merasa mampu, dan yakin bahwa mereka dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh dirinya dan yang orang lain harapkan. Keyakinan ini selanjutnya akan menginspirasi mereka untuk bekerja mencapai tujuan mereka. Beberapa mahasiswa dengan *self esteem* rendah sering merasa tidak yakin dengan gagasan dan perasaan mereka sendiri, mahasiswa dengan *self esteem* rendah ini cenderung takut terhadap ekspektasi dan respon orang lain (Suarthana & Dewi, 2023).

Self esteem, menurut Hardika et al., (2019), merupakan suatu penilaian terhadap diri sendiri yang biasanya dipengaruhi oleh sikap, interaksi, penerimaan, dan kekaguman orang lain. Evaluasi diri positif atau negatif yang dilakukan oleh seseorang menunjukkan bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri dan apakah prestasi dan keterampilan mereka diakui atau tidak. Ini juga dikenal sebagai *self esteem* (Suhron, 2017). Faktor-faktor yang berhubungan dengan rasa percaya diri, seperti ciri-ciri fisik, keterampilan termasuk kecerdasan, kemampuan, dan keterampilan, serta kekuatan, semuanya dapat berkontribusi terhadap rasa *self esteem* seseorang. Pada penelitian Santi dan Damariswara (2017) ditemukan bahwa tingkat harga diri seseorang dan pengungkapan diri yang dilakukannya ketika berinteraksi melalui media sosial berkorelasi positif dan signifikan. *Self esteem* memberi kita indikasi tentang bagaimana seseorang menilai, memandang dan memahami dirinya sendiri, baik secara positif maupun negatif (Hardika et al., 2019). Melalui penilaian ini akan memperlihatkan pandangan penerimaan atau penolakan seseorang serta sejauh mana ia menganggap dirinya mampu, signifikan, sukses, dan berharga.

Forest dan Wood (2012) dalam penelitiannya menemukan mereka dengan tingkat *self esteem* yang tinggi percaya bahwa penggunaan media sosial sebagai media pegungkapan diri dengan maksud sebagai sarana pencitraan diri dan ekspresi diri kepada orang lain. Coopersmith (1967, dalam Ghufron & Risnawita, 2016) juga membagi beberapa aspek yang ada di dalam *self esteem* tiap individu, yaitu: (1) *Self Values* (Penilaian Diri), penilaian diri mengacu pada proses evaluasi yang dimana seseorang mengevaluasi perilaku, bakat, dan karakternya; (2) *Leadership Popularity*, tingkat kesuksesan seseorang berkorelasi dengan harga dirinya, karena semakin sukses dan populer seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk memiliki *self esteem* yang tinggi; (3) *Family Parent*, tindakan anak dapat dipengaruhi oleh interaksi yang terjadi antara dirinya dengan orang tuanya dan seorang anak dapat tumbuh dengan membentuk diri mereka sesuai dengan gambaran orang tua mereka; (4) *Achievement*, kesuksesan dan pencapaian yang berupa prestasi dapat berdampak pada harga diri seseorang..

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif korelasi dan pendekatan cross sectional. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa di Universitas Riau dengan populasi mahasiswa yang diambil dari 3 fakultas yaitu fakultas pertanian, fakultas hukum dan fakultas keperawatan dengan jumlah total 2.306 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode proportional random sampling dengan kriteria inklusi yaitu mahasiswa Universitas Riau program sarjana/strata 1, status mahasiswa aktif, mahasiswa yang menggunakan second account Instagram yang aktif dalam memposting tentang dirinya dan bersedia menjadi responden penelitian. Total sampel penelitian ini adalah 96 mahasiswa yang terdiri dari 49 mahasiswa fakultas pertanian, 23 mahasiswa fakultas hukum dan 24 mahasiswa fakultas keperawatan. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner Coopersmith Self Esteem Inventory (CSEI) yang disempurnakan oleh Coopersmith pada tahun 1967 dan di uji validitas oleh Malasari (2020), kemudian kuesioner Revised Self Disclosure Scale (RSDS) oleh Wheelees (1976) yang telah di uji validitas oleh Arwa (2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Univariat

Analisis univariat dilakukan untuk mengetahui distribusi frekuensi dari tiap-tiap variabel seperti usia, jenis kelamin, dari variabel independen (tingkat *self esteem*) dan variabel dependen (tingkat *self disclosure*). Dari hasil tabel 1 di atas menunjukkan bahwa seluruh responden berada pada tahap perkembangan dewasa awal sebanyak 96 responden (100%) dengan sebagian besar responden usia 22 tahun sebanyak 28 responden (29,2%). Jenis kelamin responden mayoritas adalah perempuan yaitu sebanyak 82 responden (85,4%).

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi (N)	Presentase (%)
Usia		
18 tahun	10	10,4
19 tahun	16	16,7
20 tahun	18	18,7

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

21 tahun	21	21,9
22 tahun	28	29,2
23 tahun	3	3,1
Total	96	100
Jenis Kelamin		
Laki-laki	14	14,6
Perempuan	82	85,4
Total	96	100

Berdasarkan hasil survei yang diikuti 96 responden, didapatkan hasil bahwa mahasiswa Universitas Riau berusia antara 18 hingga 23 tahun, yakni berada pada rentang usia dewasa awal. Santrock (2011) mendefinisikan rentang usia dewasa awal sebagai rentang usia antara 18 hingga 25 tahun, yang merupakan peralihan dari masa remaja menuju dewasa. Berdasarkan penelitian Rizaty (2022), mayoritas pengguna Instagram termasuk dalam kelompok demografi dewasa awal, yakni sebanyak 61,7% pengguna berusia antara 18 hingga 34 tahun. Perkembangan teknologi yang semakin maju ini menyebabkan banyak perubahan dalam tatanan masyarakat terutama pada masa dewasa awal yang di zaman sekarang mereka mengikuti gaya berpakaian, gaya hidup dan bagaimana cara mereka menunjukkan kehidupan pribadi nya serta cara bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungan sosialnya (Siregar et al., 2022).

Bekerja, membangun hubungan dengan lawan jenis, bertemu berbagai macam karakter orang, belajar membedakan mana yang bermanfaat dan mana yang tidak, dan menjadi lebih menjunjung tinggi diri sendiri dan bersikap lebih mementingkan diri sendiri merupakan beberapa aspek dari masa dewasa awal. Dewasa awal disini juga akan menjalani dan mencari jadi diri dan akan menemukan cara mereka sendiri dalam menghargai diri Santrock (dalam Rahayu & Afandi, 2022). Salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia, terutama di tahap awal kedewasaan, adalah *self disclosure* atau pengungkapan diri. Selama masa ini, orang perlu menemukan cara untuk terhubung dengan orang lain di tingkat sosial (Hurlock, 2003). Berdasarkan hasil penelitian ini juga, didapatkan sebanyak 82 responden (85,4%) mahasiswa Universitas Riau pengguna *second account* Instagram adalah perempuan. Menurut jajak pendapat *Pew Research Center* yang dilakukan di sebuah lembaga yang didedikasikan untuk mendalami tentang jejaring sosial didapatkan bahwa jumlah pengguna jejaring sosial pada wanita lebih banyak daripada pria. Selain itu, ditemukan bahwa pengguna media sosial di Indonesia lebih banyak wanita daripada pria. Sekitar 48,7% pria dan wanita hingga 51,3% menggunakan media sosial secara aktif (Panggabean, 2024).

Hal ini berkaitan dengan penelitian Suyadi dan Triyono (2017) yang menjelaskan mengapa perempuan lebih banyak mengungkapkan informasi pribadi tentang diri mereka di media sosial dibandingkan laki-laki. Berbeda dengan laki-laki yang menganggap bahwa mengekspresikan diri di media sosial sama saja dengan mengungkapkan kelemahan diri karena dengan begitu orang lain dapat melihat karakter dan kekurangan diri secara tidak sengaja, perempuan justru lebih mudah mengungkapkan isi hati di media sosial. Perempuan juga cenderung lebih sering dan terbuka dalam melakukan *self disclosure*. Selain itu, gender seseorang juga dapat memengaruhi seberapa terbuka mereka dalam memberikan informasi pribadi mereka, akibatnya mayoritas pengguna *second account* hanya mengizinkan dan mendiskusikan pengalaman mereka dengan teman-teman sesama perempuan (Gross, 2012).

Tabel 2. Gambaran Tingkat *Self Esteem*

Karakteristik	Frekuensi (N)	Presentase (%)
Rendah	28	29,2
Sedang	32	33,3
Tinggi	36	37,5
Total	96	100

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa bahwa tingkat *self esteem* yang rendah berjumlah 28 responden (29,2%), tingkat *self esteem* sedang berjumlah 32 responden (33,3%), serta tingkat *self esteem* dengan kategori tinggi berjumlah 36 responden (37,5%). Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan bahwa tingkat *self disclosure* yang rendah berjumlah 27 responden (28,1%), tingkat *self disclosure* sedang berjumlah 36 responden (37,5%), serta tingkat *self disclosure* dengan kategori tinggi berjumlah 33 responden (34,4%).

Tabel 3. Gambaran Tingkat *Self Disclosure*

Karakteristik	Frekuensi (N)	Presentase (%)
Rendah	27	28,1
Sedang	36	37,5
Tinggi	33	34,4

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

Total	96	100

Analisis Bivariat

Analisis bivariat bertujuan untuk melihat hubungan antara dua variabel yaitu variabel independen (tingkat *self esteem*) dan variabel dependen (tingkat *self disclosure*) dengan menggunakan uji statistik *Chi-Square* dengan taraf signifikan α = 0,05. Apabila hasil dari uji statistik mendapatkan p *value* < α (0,05), maka Ho ditolak, dimana terdapat hubungan antara dua variabel. Sedangkan apabila nilai p *value* > α (0,05), maka Ho diterima sehingga tidak terdapat hubungan antara dua variabel tersebut.

Tabel 4. Hubungan *Self Esteem* Dengan *Self Disclosure* Pada Mahasiswa Pengguna *Second Account* Instagram

Variabel			*Self disclosure*			Total	P *Value*
			Rendah	Sedang	Tinggi		
Self esteem	Rendah	N	12	10	6	36	0,006
		%	42,9	35,7	21,4	100	
	Sedang	N	11	14	7	32	
		%	34,4	43,8	21,9	100	
	Tinggi	N	4	12	20	28	
		%	11,1	33,3	55,6	100	
Total		N	27	36	33	96	
		%	28,1	37,5	34,4	100	

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa proporsi responden dengan kategori *self esteem* rendah dengan *self disclosure* rendah berjumlah 12 responden (42,9%), lalu kategori *self esteem* rendah dengan *self disclosure* sedang berjumlah 10 responden (35,7%), dan kategori *self esteem* rendah dengan *self disclosure* tinggi berjumlah 6 responden (21,4%). Selanjutnya proporsi responden dengan kategori *self esteem* sedang dengan *self disclosure* rendah berjumlah 11 responden (34,4%), lalu kategori self esteem sedang dengan *self disclosure* sedang berjumlah 14 responden (43,8%), dan kategori *self esteem* sedang dengan *self disclosure* tinggi berjumlah 7 responden (21,9%). Kemudian proporsi responden dengan kategori *self esteem* tinggi dengan *self disclosure* rendah berjumlah 4 responden (11,1%), lalu kategori *self esteem* tinggi dengan *self disclosure* sedang berjumlah 12 responden (33,3%), dan kategori *self esteem* tinggi dengan *self disclosure* tinggi berjumlah 20 responden (55,6%). Hasil uji statistik *chi-square* didapatkan p *value* = 0,006 (< α 0,05) yang berarti H0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *self esteem* dengan *self disclosure* pada mahasiswa pengguna *second account* Instagram.

Sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki tingkat *self esteem* yang tinggi, hal ini sesuai dengan penelitian Malinda (2022) mengenai hubungan antara harga diri dengan pengungkapan diri pengguna Instagram. Temuan penelitian Malinda (2022) ini menunjukkan bahwa seorang mahasiswa bisa memperoleh penerimaan di lingkungan sosial mereka. Setelah diterima dan diikutsertakan dalam lingkungan mereka, lingkungan sekitar bisa merangkul mahasiswa dan memberi mereka kesan bahwa mereka dianggap ada. Ketika mahasiswa terlibat dalam persahabatan yang baik dan langgeng serta saling menyemangati dalam menempuh pendidikan dan usaha lainnya, dikarenakan adanya respon timbal balik yang positif satu sama lain, hal inilah yang dapat meningkatkan *self esteem* mereka yang dimulai dengan kesadaran bahwa mereka berharga atau tidak. Lingkungan, pengakuan, penerimaan, dan tindakan orang lain terhadap seseorang semuanya berkontribusi pada pengembangan kesadaran diri seorang individu (Ghufron & Risnawati, 2016). Menurut Eshasiwi (2015), seseorang akan merasa dihargai jika ia diterima dalam kelompoknya.

Seseorang yang memiliki rasa *self esteem* yang tinggi cenderung menghargai, menghormati, peduli, dan mencintai diri mereka sendiri. Mereka juga cenderung lebih bertanggung jawab atas tindakan mereka. Karena hal inilah membuat mereka berkeinginan untuk berpartisipasi dalam kehidupan, individu yang memiliki *self esteem* tinggi cenderung memiliki watak yang lebih menyenangkan. Kondisi inilah yang membuat individu dengan *self esteem* tinggi merasa lebih mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya (Hewitt, 2020). Individu yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi memiliki kesempatan untuk konsisten membangun pola komunikasi melalui media sosial tanpa bertemu langsung berkat kemajuan teknologi yang berpengaruh pada komunikasi interpersonal. *Self disclosure* melalui media sosial berkorelasi positif dengan *self esteem* seseorang, semakin tinggi *self esteem* seseorang, maka akan semakin tinggi pula *self disclosure*nya (MacGregor & Holmes, 2011). Proses didalam *self disclosure* itu sendiri bisa memprediksi *self esteem* yang lebih besar, karena seseorang dengan harga diri yang rendah biasanya merasa sulit untuk mengungkapkan informasi pribadi tentang diri mereka sendiri dan cenderung lebih pemalu (Harvey & Boynton, 2021).

Kemampuan seseorang untuk menunjukkan signifikansi informasi, keintiman dalam mengekspresikan diri, dan lamanya waktu yang dihabiskan untuk mengekspresikan diri dapat digunakan untuk

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

menggolongkan tingkat *self disclosure* yang tinggi. Tanda pengungkapan diri yang tinggi adalah ketika seseorang menggunakan media sosial Instagram untuk mengekspresikan diri secara teratur, bahkan sampai membagikan informasi pribadi tentang hal-hal seperti aktivitas sehari-hari, masalah keluarga, dan hubungan cinta (Utomo & Laksmiwati, 2019). Purmiasa et al., (2019) menjelaskan bahwa tingkat *self disclosure* seseorang dapat diibaratkan seperti bawang yang memiliki lapisan-lapisan yang berbeda dalam hal kedalaman dan keluasan bidang. Tingkat kedalaman dikaitkan dengan informasi mendalam yang tidak diketahui orang lain, sedangkan tingkat keluasan terkait dengan area topik umum, seperti minat atau hal yang disukai, pengamatan, pandangan terhadap dunia, dan romansa.

Sebagian besar responden penelitian ini memiliki tingkat pengungkapan diri yang sedang, yang sejalan dengan penelitian Arwa (2021) tentang hubungan antara *interpersonal trust* dengan pengungkapan diri pengguna *second account* Instagram. Penelitian tersebut menyatakan bahwa meskipun pengguna akun Instagram kedua memiliki tingkat pengungkapan diri yang sedang, mereka bisa saja mengekspresikan apa pun yang mereka inginkan di Instagram, namun mereka tetap memegang kendali atas apa yang mereka ungkapkan tentang diri mereka sendiri. Meskipun mereka telah mengurangi jumlah pengikut di akun Instagram kedua mereka, mereka tetap memberi batasan mengenai informasi pribadi yang boleh dibagikan dalam bentuk gambar atau video yang bersangkutan dengan aktivitas mereka, seperti kegiatan sehari-hari mereka, masalah percintaannya, atau pesan-pesan acak yang tidak penting.

Tingkat *self diclosure* pengguna *second account* Instagram terbagi menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Sejumlah faktor juga berperan dalam hal ini. Salah satunya adalah penerima informasi yang dituju, hal ini karena semakin dalam suatu rahasia akan diungkapkan, semakin besar pula tingkat kepercayaan yang harus dimiliki penerima informasi tersebut. Menurut Tsay-Vogel et al., (2018), ada beberapa faktor yang memengaruhi seberapa banyak orang mengungkapkan tentang diri mereka sendiri, salah satunya mengenai pandangan terhadap privasi yang lebih santai yang memungkinkan orang untuk mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas. Namun, Purmiasa et al., (2019) menemukan dalam penelitiannya bahwa responden dalam rentang usia 18–24 tahun memiliki tingkat kesadaran privasi tertinggi, yang mencegah mereka berbagi pengalaman yang terlalu pribadi yang dapat membahayakan privasi mereka.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang signifikan antara self esteem dengan self disclosure pada mahasiswa pengguna second account Instagram, yang artinya semakin tinggi self esteem seseorang maka semakin tinggi pula self disclosurenya melalui second account Instagram. Begitu pula sebaliknya jika semakin rendah self esteem seseorang maka semakin rendah juga self disclosurenya melalui second account Instagram. Hasil penelitian ini diharapkan mahasiswa dapat menggali lagi kelebihan dan potensi yang ada pada dirinya, agar bisa fokus pada hal-hal positif yang ada pada dirinya. Mahasiswa diharapkan lebih bisa mengembangkan bakat atau potensi dirinya agar bisa melihat kelebihan yang ada pada dirinya sendiri sehingga hal ini bisa menumbuhkan rasa cinta pada diri sendiri dan meningkatkan self esteem yang ada pada dirinya serta bisa lebih leluasa dalam melakukan self disclosurenya karena merasa lebih percaya diri

DAFTAR PUSTAKA

Alwisol. (2014). *Psikologi kepribadian (Edisi revisi)*. Malang; UMM Press.

Annur, C. M. (2024). Ini media sosial paling banyak digunakan di Indonesia awal 2024. *Katadata Media Network*. Diperoleh tanggal 5 Maret 2024, dari https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024.

Ardiesty, M. T., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2022). Motif dan makna second account Instagram bagi mahasiswa di Kota Karawang. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 3118–3126.

Arwa. (2021). Hubungan antara interpersonal trust dengan self disclosure pengguna second account media sosial Instagram pada wanita dewasa awal. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Cantika, D. (2023). Hubungan antara self esteem dan trust dengan self disclosure pada mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau pengguna Instagram. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Coopersmith, S. (1967). *The antecedent of self esteem*. San Fransisco; W. H. Freiman & Company.

Devito, J. A. (2011). *Komunikasi antar manusia*. (5th ed). (L. Saputra, Y. I. Wahyu, & Y. Prihantini, Penerjemah). Tangerang Selatan; Karisma Publishing Group.

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

Eshasiwi, Y. W. (2015). Hubungan trait big five personality dan harga diri terhadap konformitas teman sebaya. *Psikoborneo*, 3(4), 424-432.

Forest, A. L., & Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self esteem recognize but do not reap the benefits of self disclosure on facebook. *Journal of Psychological Science*, 23(3), 295-302.

Ghufron, M. N. & Risnawita, R. S. (2016). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta; Ar-Ruzz Media.

Gross, R. (2012). *Psychology: The science of mind and behaviour* (6th ed.). London, UK; Hodder Education.

Hampton, K., Goulet, L. S., Rainie, L., Purcell, K. (2011) Social net our lives. Pew Reasearch Center. Washington: Pew Internet. Diunduh dari: http://www.pewinternet.org/2011/06/16/socia l-networking-sites-and- our-lives/working sites and.

Hardika, J., Noviekayati, I., & Saragih, S. (2019). Hubungan self esteem dan kesepian dengan kecenderungan gangguan kepribadian narsistik pada remaja pengguna sosial media Instagram. *Psikosains: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi*, 14(1), 1-13.

Harvey, J., & Boynton, K. (2021). Self disclosure and psychological resilience: The mediating roles of self esteem and self compassion. *International Journal on Personal Relationships*, 15(1), 90-104.

Hewitt, J. P. (2020). *22 The social construction of self esteem*. The Oxford handbook of positive psychology, 309. Oxford University Press.

Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta; Erlangga.

Indriyani, V. R. (2018). Pengungkapan diri siswa di media sosial Instagram (Studi deskriptif terhadap siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kuningan tahun ajaran 2017/2018). *Tesis*. Universitas Sanata Dharma.

Kurnia, G., & Nurchayati (2022). Self disclosure pada pengguna second account Instagram. *Jurnal Penelitian Kualitatif Ilmu Perilaku*, 3(2), 50–69.

Liwilery, A. (2015). *Komunikasi antar personal*. Jakarta; Kencana.

MacGregor, J. C. D., & Holmes, J. G. (2011). Rain on my parade: Perceiving low self esteem in close others hinders positive self disclosure. *Social Psychological and Personality Sciences*, 2(5), 523-530.

Malasari, F. A. (2020). Hubungan antara body image dengan self esteem pada mahasiswi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Malinda, V. (2022). Hubungan antara harga diri dan pengungkapan diri pengguna Instagram mahasiswa psikologi UIN Malang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Monks, F. J., Knoers, A. M. P., & Haditono, S. R. (2006). *Psikologi perkembangan : Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta; Gadjah Mada University Press.

Nabilah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Motif penggunaan second account Instagram bagi pelajar SMK Negeri 1 Gempol. *Jurnal Nomosleca*, 9(1), 105–122.

NapoleonCat. (2023). Instagram users in Indonesia May 2023. Diperoleh tanggal 20 Januari 2024 dari https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/05/.

Panggabean, A. D. (2024). Ini data statistik penggunaan media sosial masyarakat Indonesia tahun 2024. Diperoleh 10 September 2024 dari https://www.rri.co. id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024.

Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195-1204.

Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self disclosure generasi milenial melalui second account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312-323.

Purmiasa, S. E., Yoanita, D., & Budiana, D. (2019). Factors of public self disclosure via Instagram stories. *2nd International Media Conference 2019*.

Rahayu, P., & Afandi, N. K. (2022). Perspektif orang dewasa tahap awal tentang self esteem pada diri sendiri. *Sultan Indris Journal of Psychology and Education*, 1(2), 45-55.

Rizaty, M. A. (2022). Bertambah lagi, ini jumlah pengguna instagram per kuartal 2022. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022

Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial Instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501.

Santi, N. N., & Damariswara, R. (2017). Hubungan antara, self esteem dengan self disclosure pada saat chatting di Facebook. *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 110–123.

Santrock, J, W, (2011). *Life span development (Perkembangan masa hidup)* Jakarta; Erlangga.

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

Siregar, E. Y., Nababan, E. M., Ginting, E. R., Nainggolan, B. A., Ritonga, D. L., Nababan, D. (2022). Perlunya pembinaan terhadap dewasa awal dalam menghadapi tugas perkembangannya. *Jurnal Pendidikan Agama Katekese dan Pastoral (Lumen)*, 1(1), 16-22.

Suarthana, I. N. H. A., & Dewi, T. K. (2023). Kontribusi self esteem terhadap prestasi mahasiswa pada universitas di Kabupaten Badung. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(3), 2072–2077.

Suhron, M. (2017). *Asuhan keperawatan jiwa konsep self esteem*. Jakarta; Mitra Wacana Media.

Suyadi, A. A., & Triyono, A. (2017). Media sosial dan self disclosure (Pengungkapan diri) (Studi deskriptif kualitatif pengungkapan diri terhadap mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam mengakses Path berdasarkan gender). *Doctoral dissertation.* Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Tsay-Vogel, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2018). Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self disclosure behaviors among Facebook users. *New Media & Society*, 20(1), 141–161.

Utomo, W. P. B., & Laksmiwati, H. (2019). Hubungan harga diri dengan pengungkapan diri pada siswa-siswi pengguna jejaring sosial Instagram di SMA Negeri 1 Gedangan. *Jurnal Psikologi*, 6(1), 1-5.