

STUDI FENOMENOLOGI: SELF DISCLOSURE GENERASI Z DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Chantika Nurpermatasari Junaedi; Yudha Wirawanda
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Self-disclosure adalah tindakan mengungkapkan informasi pribadi tentang diri kita yang tidak mungkin ditemukan orang lain dengan cara lain. Secara langsung, komunikasi pengungkapan diri memainkan peran penting untuk mengembangkan hubungan pribadi. Hal ini juga selaras dengan Generasi Z yang cenderung lebih sering berkomunikasi menggunakan sosial media dibandingkan menghabiskan waktunya untuk berkomunikasi tatap muka di dunia nyata. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana sosial media menjadi salah satu bentuk self-disclosure bagi gen Z apakah mereka melakukan self-disclosure pada instagram sebagai identitas diri, eksistensi ataupun hanya sekedar membagikan aktifitas sehari-hari. Penelitian mengenai media sosial Instagram sebagai bentuk self-disclosure pada gen Z dikaji menggunakan teori Johari Window. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil dalam penelitian ini ditemukan bahwa adanya perluasan di open area kelima informan. Hidden area yang dimiliki oleh kelima informan cenderung mengecil namun mempunyai porsi yang lebih luas dibandingkan dengan blind area. Blind area dari salah satu informan yang melebar dibandingkan dengan informan lainnya. Kuadran unknown area tidak begitu besar pada kelima informan sehingga tidak memberikan dampak yang begitu berpengaruh terhadap self disclosure yang dilakukan kelima informan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: self-disclosure, Instagram, generasi Z

Abstract

Self-disclosure is the act of personal information confession about self that other people cannot possibly find out in any other way. Self-disclosure communication directly engaged in an important role for developing personal relationships. This is related to Generation Z who tend to communicate more using social media than spending their time communicating face-to-face in the real world. This research aims to explain how social media is a form of self-disclosure for generation Z whether they do self-disclosure on Instagram as self-identity, existence or just share their daily activities. This research used Johari Window theory to analyze Instagram social media as a form of self-disclosure in Generation Z. Researchers in this research used qualitative methods with a phenomenological approach. The results in this research found that there was an expansion in the open area of the five informants. The

hidden area in the five informants tends to be smaller but has a wider portion than the blind area. The blind area of one of the informants is wider than that of the other informants. The unknown area quadrant was not so large for the five informants that it did not have such an impact on the self-disclosure carried out by the five informants in this study.

Keywords: self-disclosure, Instagram, Generation Z

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi era Revolusi Industri 4.0 memiliki dua dimensi yang dapat dimanfaatkan dalam kelangsungan hidup manusia. Hal inilah kemudian dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup di berbagai lingkungan kehidupan. Perkembangan teknologi memiliki dampak negatif dan positif yang mendukung perubahan dunia informasi. Perkembangan ini berjalan seiring dengan perkembangan internet sebagai pelengkap, menjadi bagian terpenting dalam komunikasi dan interaksi terhadap manusia lainnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya, jumlah pengguna jejaring sosial meningkat setiap hari tanpa memandang usia dan tidak terlepas dari Generasi Z, generasi yang lahir antara tahun 1996 dan 2012 dengan sensibilitas teknologi yang tinggi, karena mereka mengetahui fungsi teknologi sejak dini.

Statistik menunjukkan bahwa per Januari 2022, Indonesia memiliki sekitar 99 juta pengguna aktif Instagram, dan menempatkannya di posisi keempat secara global (Dixon, 2022) Pengguna aktif Instagram di Indonesia tersebut merupakan para remaja hingga para dewasa muda dengan rentang usia 15-25 tahun (Alfianto, 2020). Media sosial instagram merupakan media sosial berbasis foto dan video dengan kemampuan untuk mengedit gambar dan video dengan berbagai filter, teks atau edit gambar. Alhabash & Ma (2017) jejaring sosial Instagram telah menambahkan "*Stories*" ke fitur ini pada tahun 2016 sehingga pengguna dapat mengunduh foto atau video yang hilang setelah 24 jam. *Stories* merupakan salah satu fitur yang digemari para generasi Z saat ini hal ini didukung pula oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (fayaretharatri arkani yz-zahra, 2018) penelitian ini menjelaskan bahwa *self disclosure* atau keterbukaan diri sering dilakukan menggunakan instagram story untuk membangun image *positive*, mencari perhatian, dan membagikan keseharian maupun menemukan masalah.

Terdapat pula penelitian terdahulu yang bersangkutan mengenai studi fenomenologi dan media sosial yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh (Flanigan & Babchuk, 2015) yang berjudul *Social Media As Academic Quicksand: A Phenomenological Study Of Student Experiences In And Out Of The Classroom* dalam penelitian ini menjelaskan bahwa Meluasnya penggunaan sosial media dan potensinya menghambat prestasi akademik dengan Studi fenomenologi yaitu mengeksplorasi dampak yang dirasakan dari sosial media pada pengalaman pendidikan mahasiswa di amerika serikat, baik di dalam maupun di luar kelas. Analisis wawancara semi terstruktur mengungkapkan beberapa tema yang meresap, yang semuanya dapat dilihat sebagai hambatan keberhasilan akademis. dilaporkan bahwa penggunaan sosial media selama kegiatan akademik dapat mengurangi prestasi, meningkatkan jumlah waktu untuk menyelesaikan tugas, dan mengurangi beberapa informasi yang diperoleh siswa dari sesi belajar dan kuliah.

(Rorong, 2020) mengatakan fenomenologi yaitu melihat dan memandang segala bentuk fenomena yang terjadi didalam dunia, terlebih dilakukan dalam kesadaran yang mengartikan bahwa fenomena tersebut hadir dalam setiap kesadaran manusia itu sendiri. Kesadaran generasi Z atau yang dikenal gen Z dalam bersosial media berada di level tertinggi dari generasi lainnya, lahir ketika teknologi berkembang menjadikan gen Z terdepan dengan fitur, fungsi, kegunaan dan manfaat yang didapatkan dari perkembangan teknologi.

Gen Z saat ini juga dikenal sebagai iGeneration. Ini adalah generasi daring atau daring yang memiliki kesamaan dengan Generasi Y. Namun, Gen Z dapat menerapkan semua fungsi sekaligus, seperti: kirim foto dengan ponsel, jelajahi dengan komputer, dan mendengarkan musik dengan *headphone*. Sejak kecil, Gen Z sudah akrab dengan teknologi dan fitur terbaru di dunia maya dan jaringan internet.

Diharapkan saling memberikan informasi tentang perilaku, perasaan, keinginan, ide, *self-report*, motivasi, kepercayaan, dan interaksi individu untuk memberikan rasa aman dan nyaman. Ternyata teknologi jaman sekarang memaksa semua orang untuk selalu mengikuti perkembangan. Media sosial Instagram adalah tempat di mana seseorang dapat mengekspresikan identitas diri. Menurut pandangan Wijoyo et al., (2020) dalam buku yang berjudul *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* menjelaskan bahwa gen Z adalah generasi yang melek teknologi, berinteraksi dan berkomunikasi

lebih intensif, dapat *multitasking* melalui media sosial, namun tidak mampu berkomunikasi secara verbal karena egosentris dan individualistik. Gen Z lahir saat teknologi berkembang pesat, sehingga Gen Z lebih fleksibel dan menyukai budaya yang seba instan.

Berdasarkan penelitian Sladek & Grabinger (2012) Gen Z cenderung memiliki pengalaman buruk dan baik dengan media sosial, tetapi Gen Z terus mengekspresikan dirinya. Namun, penggunaan media sosial yang berlebihan mendorong fenomenologi pengungkapan diri dari penggunanya (Chang & Heo, 2014).

Pada penelitian Him et al., (2020) dengan judul “Keterbukaan diri siswa (*Self Disclosure*) menjelaskan bahwa self disclosure mengacu pada pengungkapan informasi mengenai diri sendiri, yang meliputi perasaan, pikiran maupun perilaku. Pada media sosial, pengguna memiliki opsi untuk memperlihatkan informasi diri mereka ke publik, yang berarti profil dan postingan mereka dapat dilihat oleh siapa saja yang ingin mengikuti mereka, atau pribadi, yang mencakup pengguna atau pengikut yang disetujui.

Penelitian yang menggunakan beberapa kajian literatur salah satunya menggunakan teori Johari Window yang dikembangkan tahun 1950-an juga membahas sosial media Instagram sebagai bentuk *self disclosure* pada gen Z. Teori Johari Window adalah teori perkembangan yang diterapkan oleh psikolog Amerika Joseph Luft dan Hary. Teori ini adalah teori gabungan dari nama Joe dan Harry, yang disebut saran terbuka atau pengungkapan diri dan alat pemrosesan informasi yang mewakili perasaan dan pendapat orang. Teori Johari Window biasanya mengacu pada diri individu dan orang lain (Chapman, 2003). Penelitian dengan menggunakan teori Johari Window mengandung informasi yang akurat, relevan dan terpercaya karena teori ini memiliki empat perspektif sebagai kaca jendela tetapi kesatuan seperti area terbuka, buta, tersembunyi dan tidak diketahui.

Gen Z merupakan generasi terdepan yang memahami kegunaan dan manfaat teknologi pada generasi lainnya. Secara umum, pengungkapan diri Gen Z adalah berbagi perasaan atau informasi tentang diri sendiri secara sadar, baik di depan umum atau tidak, semata-mata sebagai bentuk pengungkapan diri untuk mengungkapkan perasaan atau kegembiraan, atau untuk memperoleh perhatian dan komentar orang lain.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini di bangun untuk membuat kejelasan arah penelitian, maka peneliti perlu

mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan hal ini adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana *self disclosure* generasi Z di media sosial Instagram”

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana *self disclosure* yang dilakukan generasi Z di media sosial Instagram apakah mereka melakukan *self disclosure* pada Instagram sebagai identitas diri, pembuktian diri, atau hanya sekedar membagikan keseharian maupun opini.

1.3 Fenomeonologi

Kehidupan sehari-hari selalu berkaitan dengan sosialisasi agar membentuk interaksi yang kuat untuk mengenal kepribadian manusia lain. Penelitian fenomenologis bertujuan untuk mengekspresikan diri secara murni tanpa adanya gangguan dari peneliti (Nugriah et al., 2022). Terdapat beberapa tahapan harus yang dilalui ketika melakukan penelitian yaitu bracketing, intuiting, analyzing, dan describing.

- a. Bracketing Proses mengidentifikasi dan menahan setiap keyakinan serta pendapat yang sebelumnya telah terbentuk yang mungkin saja ada dan mengenai fenomena atau gejala yang sedang diteliti.
- b. Intuiting Proses yang terjadi ketika peneliti bersikap terbuka terhadap makna yang terkait dengan fenomena oleh mereka yang pernah mengalaminya sehingga menghasilkan pemahaman umum mengenai fenomena yang sedang diteliti.
- c. Analyzing Proses yang melibatkan proses lainnya yang meliputi coding, kategorisasi dan memahami arti dari fenomena tersebut
- d. Describing Pada tahapan ini, peneliti menjadi mengerti, memahami, dan mendefinisikan fenomena yang diteliti. Tujuannya adalah mengkomunikasikan dan menawarkan perbedaan atau deskripsi kritis dalam bentuk tertulis atau verbal

Berdasarkan hasil dari penelitian (Wirman & gustina sari, 2018) yang berjudul Fenomenologi dalam perspektif ilmu komunikasi menjelaskan bahwa fenomenologi adalah riset yang dikembangkan oleh Edmund Husserl yang merupakan studi mengenai sejumlah hal yang muncul dari pengalaman orang termasuk mengenai pengalaman yang terdeskripsi.

1.4 Self disclosure

Komunikasi pengungkapan diri telah memainkan peran penting dalam pengembangan

hubungan pribadi sehingga semakin banyak hubungan pribadi berkembang, semakin dalam dan lengkap tingkat pengungkapan diri. Ketika seseorang melakukan *self disclosure*, mereka mengungkapkan dirinya kepada orang-orang yang mendukungnya, tetapi tidak menghentikan orang lain untuk menolak mengungkapkan diri. (Prihantoro et al., 2020).

Self disclosure merupakan tindakan membagikan informasi pribadi tentang diri sendiri yang tidak dapat diketahui orang lain dengan cara lain, kecuali dengan berbagi informasi tentang diri sendiri. Menurut pendapat Masaviru (2016), *self disclosure* merupakan pengungkapan diri yang terjadi antara diri seseorang dengan orang lain yang membangun keakraban dan keintiman. Wood (2016) menjelaskan bahwa *self disclosure* merupakan suatu bentuk ekspresi kesadaran diri yang tidak diketahui orang lain karena rasa saling percaya, sehingga orang yang mengetahui informasi pribadi seseorang juga mengungkapkan informasi tentang dirinya.

Sehubungan dengan manfaat, penelitian yang telah dilakukan Luo & Hancock (2020) berjudul *Self disclosure And Social Media: Motivations, Mechanisms And Psychological Well-Being* menjelaskan bahwa *self disclosure* dikonseptualisasikan sebagai pesan tentang diri sendiri yang dikomunikasikan individu kepada orang lain untuk mengungkapkan hal-hal dan informasi tentang dirinya. Selain itu, *self disclosure* membuat diri seseorang bebas berekspresi dan menghilangkan rasa *insecure* (Prihantoro et al., 2020).

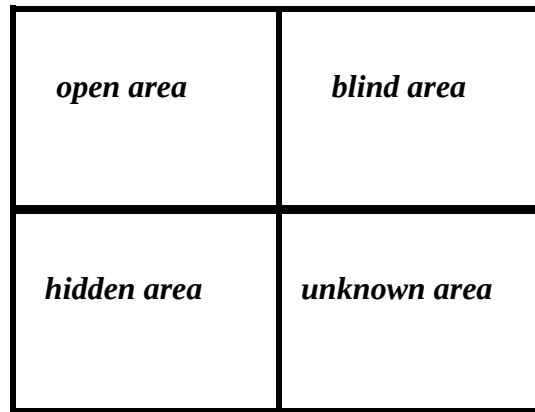
Saat pengguna mengunggah postingan mengenai ungkapan diri pribadi, mereka secara tidak langsung dapat dilihat oleh anggota keluarga, rekan kerja, dan teman serta memungkinkan informasi untuk dibagikan dengan bukan teman dan masyarakat umum. (Utz, 2015). Hal ini juga sejalan dengan gen Z yang cenderung sering dan aktif berkomunikasi melalui sosial media. Menurut Bazarova & Choi (2014), mengekspresikan perasaan dan pendapat pribadi serta mendokumentasikan kehidupan sehari-hari berarti mengungkapkan perilaku *self disclosure* itu sendiri.

1.5 Teori Self Disclosure: Konsep Johari Window

Penelitian media sosial di Instagram sebagai *self-disclosure* didominasi oleh Gen Z dan sering dipelajari dan dianalisis menggunakan teori Johari Window. Teori Johari Window adalah teori yang menggabungkan nama depan Joe dan Harry, yang disebut teori pengungkapan diri atau umpan balik, dan pengolah data yang sesuai dengan fakta

peristiwa individu karena mewakili perasaan, sikap, dan keterampilan. Terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan johari window salah satunya pada penelitian yang telah dilakukan oleh Claresta & Tamburian (2021) yang berjudul *Self Disclosure of Adolescent Girls on Tiktok* menjelaskan bahwa menganalisis *self disclosure* remaja putri di TikTok melalui teori Johari Window menunjukkan bahwa area tersembunyi memiliki ruang terbesar karena masih banyak informasi disembunyikan oleh individu dalam mengungkapkan diri, dan area terbuka juga mengalami pembesaran karena individu berbagi informasi yang berkaitan dengan diri mereka sendiri sehingga diketahui oleh orang lain.

Teori Johari Window berhubungan dengan individu dan juga dengan orang lain dalam lingkaran anggota kelompok (Chapman, 2003). Berikut adalah empat perspektif teori Johari Window untuk gen Z bersosial media:



Gambar 1. Teori Johari W

Teori Johari Window yang muncul memiliki empat perspektif, seperti gambar kaca jendela yang terdiri dari 4 bagian, dimana keempat bidang tersebut membentuk satu kesatuan dan dibagi untuk setiap orang melalui *open area*, *hidden area*, *blind area*, dan *unknown area*. Teori ini dijelaskan Chapman (2003) menjadi empat kuadran perspektifnya sebagai berikut:

- a. *Open area* atau wilayah dikenal sebagai wilayah aktivitas bebas. Pada kuadran ini menggambarkan semua informasi tentang diri sendiri baik itu sikap, kebiasaan, perasaan, keinginan, ide, diketahui oleh diri sendiri dan juga diketahui oleh orang lain. Informasi yang diwakili oleh kuadran ini, tidak hanya mencakup informasi faktual, tapi juga perasaan dan pada kuadran ini informasi diketahui oleh diri sendiri dan orang lain

- b. *Blind area* atau wilayah buta. Pada kuadran ini, diri tidak mengetahui dan tidak memungkir kelemahan atau kekurangannya, tetapi kesalahan tersebut diketahui orang lain.
- c. *Hidden area* atau wilayah tersembunyi. Kuadran ini menggambarkan semua hal dan informasi tentang diri kita yang kita sembunyikan agar tidak diketahui orang lain. Saat ini ada dua konsep yang terkait erat dengan alam tersembunyi media sosial: over-disclosure dan under-disclosure. Pengungkapan yang berlebihan adalah ketika Anda mengungkapkan sesuatu yang terlalu banyak pada diri Anda sendiri, seperti: Konflik rumah tangga, hutang yang tidak boleh diungkapkan. Sedangkan underdisclosure adalah perilaku sangat menyembunyikan hal-hal yang seharusnya diungkapkan kepada orang lain.
- d. *Unknown area* atau kuadran tidak diketahui, juga disebut aktivitas yang tidak diketahui. Kuadran ini menjelaskan segala sesuatu yang tidak diketahui oleh diri dan orang lain.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2021), metode kualitatif digunakan dalam mengkaji kondisi objek dan peneliti merupakan *instrument* sentral. Pemilihan metode kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menemukan, mempelajari dan memahami bagaimana fenomena tidak dapat dianalisis melalui asumsi atau angka belaka. Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian dengan pendekatan fenomenologi. Menurut buku Amir Hamzah (2020) yang berjudul Metode Penelitian Fenomenologi Kajian Filsafat dan Ilmu Pengetahuan menjelaskan bahwa pendekatan fenomenologis merupakan jenis penelitian kualitatif di mana peneliti melihat dan mendengar penjelasan individu tentang pengalaman mereka. Tujuan utama dari penelitian fenomenologis yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan perbedaan motif dan pengalaman yang dialami seseorang dalam pengungkapan diri.

Berdasarkan penelitian kualitatif, keberadaan suatu fenomena bermakna bahwa kesadaran peneliti akan hal-hal yang ada dan muncul dimana metode dan penjelasan tertentu dapat menjelaskan bagaimana bentuk prosesnya. Penelitian fenomenologi berfokus pada pencarian, studi dan komunikasi makna fenomena, peristiwa dan

hubungannya dengan orang biasa dalam situasi tertentu. Dalam pendekatan fenomenologi, peneliti harus memahami makna dan orang-orang yang terlibat dalam kejadian atau situasi tertentu. Pendekatan ini memfokuskan pada pengalaman subyektif individu dan interpretasi dunia. Teknik penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2021), *purposive sampling* adalah sampel yang didasarkan pada beberapa aspek seperti karakteristik populasi atau kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini. Sementara itu, kriteria ditentukan berdasarkan pengguna Instagram yang tergolong Generasi Z, berusia antara 18 hingga 27 tahun, dengan jumlah pengikut minimal 1000 pengikut, dan aktif melakukan keterbukaan diri pada Instagram. Peneliti memilih usia 18 tahun ke atas dikarenakan secara yuridis anak usia di atas 18 tahun ke atas sudah dapat mempublikasikan identitas mereka di sosial media berdasarkan UU No 23 Tahun 2002 pasal 1 ayat 1 tentang perlindungan anak, jika anak tersebut masih di bawah umur maka dapat dikatakan sebagai bentuk eksploitasi anak usia dini.

Peneliti juga memilih pengguna Instagram dengan jumlah *follower* minimal 1000 orang dikarenakan untuk mengetahui bagaimana *self disclosure* yang mereka lakukan dengan followers yang cukup banyak apakah mereka memiliki pertimbangan tersendiri ketika membagikan informasi yang bukan hanya berupa informasi faktual namun mengenai perasaan dan emosi dengan pengikut yang banyak. Data primer dan sekunder merupakan data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini. Sumber data primer yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada sejumlah responden terpilih untuk mengetahui bagaimana pengalaman pengguna dalam melakukan *self disclosure* melalui Instagram. Wawancara dilakukan dengan terstruktur, dimana peneliti telah memiliki daftar pertanyaan tertulis yang sesuai dengan topic penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai 5 orang generasi Z yang melakukan fenomena *self disclosure* di Instagram. Dalam melakukan wawancara mendalam ini peneliti akan merekam informasi dan melakukan catatan tangan berupa transkrip verbatim guna menghindari adanya kekeliruan dan tidak kehilangan data. Kemudian, peneliti juga menggunakan observasi secara berkala terhadap akun informan. Sumber data sekunder yaitu dengan mengumpulkan dokumentasi dan mencari referensi tambahan dari buku, jurnal, artikel yang terkait dengan tujuan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data Miles &

Huberman (2014) dengan empat tahapan data meliputi; 1) Pengumpulan data, tahapan mengumpulkan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. 2) Reduksi data, tahapan memilih dan memfokuskan yang penting dan merangkum data yang pokok. 3) Penyajian data, kumpulan informasi yang tersusun agar peneliti dapat mengambil kesimpulan. 4) Penarikan Kesimpulan, tahapan akhir mengambil kesimpulan dari data-data yang sudah dikumpulkan dan diolah sebelumnya.

Untuk menguji validitas data, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara triangulasi agar data yang dihasilkan merupakan data yang valid untuk penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, dengan arti peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain. Menganalisis sumber yang sama dengan waktu yang berbeda dengan teknik yang berbeda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, data yang didapatkan melalui wawancara dan observasi terhadap lima informan yang terdiri dari lima pengguna *account* Instagram. Berdasarkan data yang diperoleh dari proses wawancara dan observasi melalui informan, peneliti akan menganalisis bagaimana *self disclosure* gen Z di media sosial Instagram. Berikut ini data informan yang didapatkan dari hasil wawancara:

Tabel 1. Data Informan

NO	INISIAL NAMA	JENIS KELAMIN	UMUR	STATUS
1	RB	Laki-laki	22 Tahun	Mahasiswa
2	TA	Laki-laki	23 Tahun	Mahasiswa
3	MS	Perempuan	20 Tahun	Mahasiswa
4	SB	Laki-laki	24 Tahun	Marketing communication & Creative
5	HF	Perempuan	23 Tahun	Guru Bahasa Inggris Kindergarten

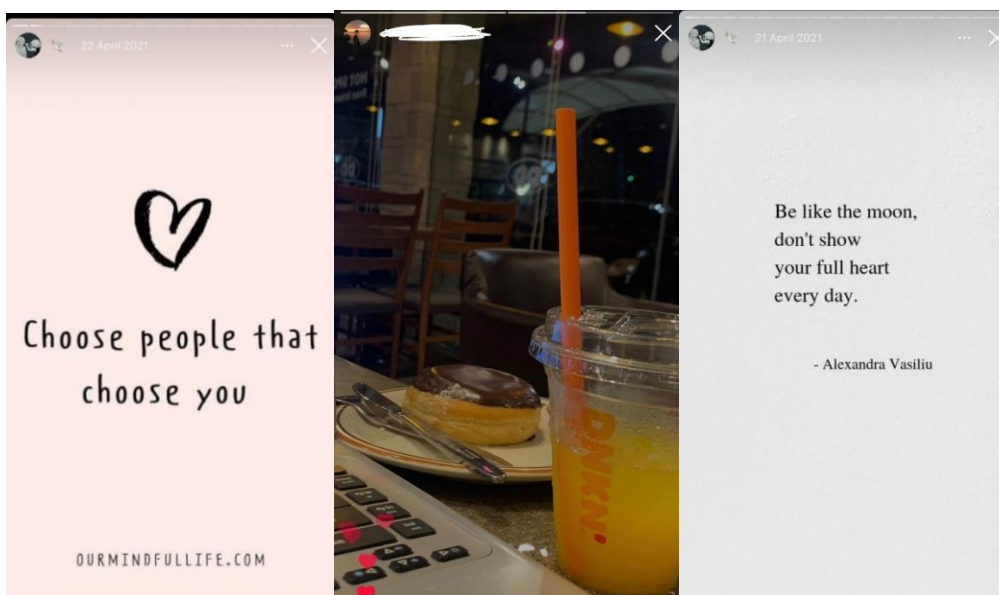
Data berikut akan menyajikan analisis bagaimana informan sebagai pengguna menggunakan Instagram sebagai bentuk *self disclosure* dengan tahapan fenomenologi dimana peneliti mencari motif responden melakukan *self disclosure* dan disesuaikan

dengan data lapangan yaitu Instagram responden. Hasil temuan yang diperoleh peneliti akan disajikan dalam beberapa kategori analisis sebagai berikut:

3.1.1 Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Perilaku Self Disclosure Gen Z.

Dewasa ini, seseorang melakukan *self disclosure* atau pengungkapan diri sering terjadi di kehidupan nyata akan tetapi merebaknya dunia maya atau media sosial dijadikan sebagai media dari perilaku *self disclosure*. Berikut ini merupakan bentuk *self disclosure* yang dilakukan informan RB berupa ungkapan opini dan pemikiran mengenai perasaan pribadi melalui bentuk kutipan. Tindakan ini pun dijelaskan oleh informan RB bahwa hal yang sering ia bagikan di Instagram adalah opini-opini akan suatu hal.

“Kalau untuk mengekspresikan sebenarnya ga yang full mengekspresikan diri si karena ya itukan akun public ya dan aku juga tetep keep privasi aku, tapi mostly kalau ada something yang aku pengen share about my opinion ya aku kadang post terus juga post quote yang relateable sama perasaan aku saat itu atau kehidupan aku.” (informan RB, 1 Mei 2023)

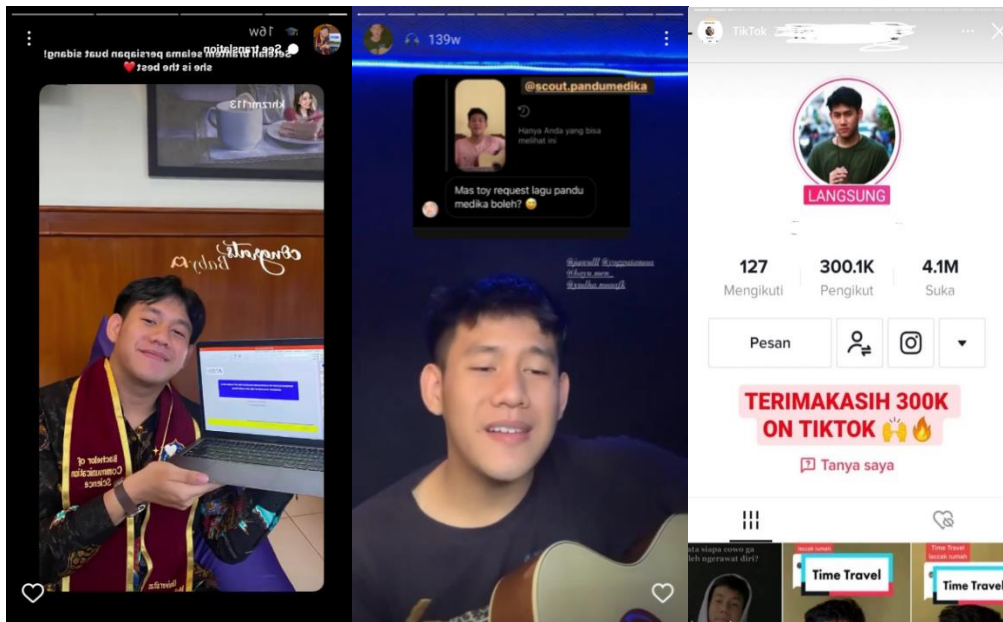


Gambar 2. *Stories* instagram dari informan RB

Pada informan TA, bentuk *self disclosure* yang dilakukan hampir sama dengan informan RB. Hanya saja pada informan TA, isi dari *self disclosure* lebih dikemas sebagai bentuk aktifitas keseharian dan pencapaian diri. Informan TA menganggap bahwa pencapaian diri merupakan hal menyenangkan yang patut ia bagikan.

“Kalau untuk mengekspresikan diri untuk hal yang bahagia atau menyenangkan si ya aku upload aja kak ntah itu videonya aku lagi main bareng orang terdekat aku atau foto-foto maupun video pencapaian diri

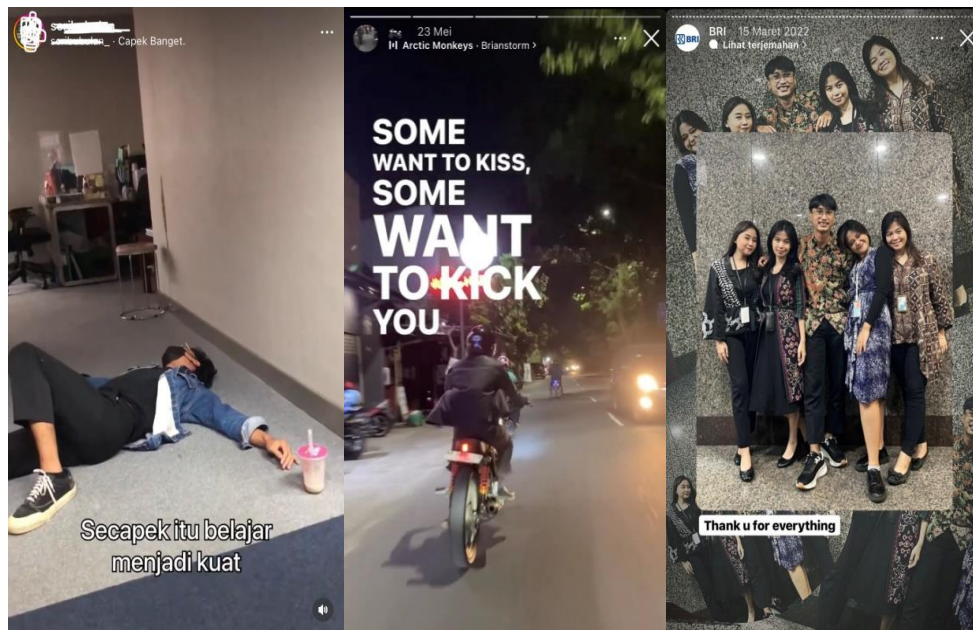
aku tentang sesuatu yang udah aku capai atau aku gapai, karena itu juga menurut aku membahagiakan untuk aku pribadi si kak. kalau untuk pencapaian itu bisa dibilang sebagai pembuktian diri ya yang bakal aku keep di highlight Instagram aku agar orang-orang bisa melihat hasil-hasil pencapaian aku dan nantinya juga Instagram bisa jadi portofolio aku ketika orang-orang ingin bekerja sama dalam bisnis, kayak yang kita ketahui ya kak sekarang media sosial sudah banyak digunakan untuk menunjang strategi bisnis suatu perusahaan atau industry.” (informan TA, 13 Mei 2023)



Gambar 3. *Highlight stories* instagram dari informan TA

Berbicara mengenai penggunaan Instagram bisa menjalin kerja sama bisnis, informan SB menggunakan akun Instagramnya sebagai tempat ia mengunggah konten-konten terkait pekerjaannya. Hal ini didasari atas pekerjaan yang digeluti informan SB mengharuskannya melakukan hal tersebut. Namun demikian, hal tersebut tidak menghalangi informan SB untuk mengekspresikan perasaan dan dirinya sendiri. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan informan SB sebagai berikut:

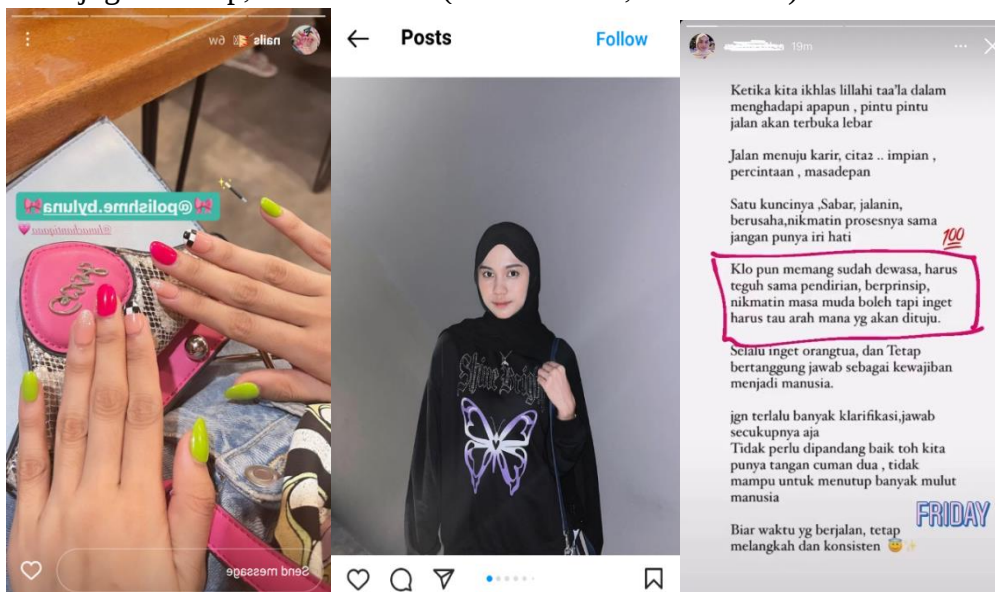
“Untuk penggunaan Instagram itu saya sering banget bisa dibilang setiap hari, dan yang biasa saya unggah ya konten-konten untuk kantor saya. Dan saya juga pernah mengungkapkan perasaan sedih, senang, atau terpukul dengan mengunggah story menggunakan lagu-lagu yang sesuai dengan mood saya, bahkan terdapat highlight atau reels saya yang sedang curhat tentang capeknya kehidupan gitu.” (informan SB, 1 Mei 2023)



Gambar 4. *Stories* dan *reels* instagram dari informan SB

Bentuk *self disclosure* pada informan MS pun tidak jauh berbeda dengan ketiga informan lainnya. *Self disclosure* yang dilakukan berupa aktivitas sehari-hari dan hobi dari informan MS seperti *makeup* dan *fashion*. Hal ini diutarakan informan MS melalui pernyataan sebagai berikut:

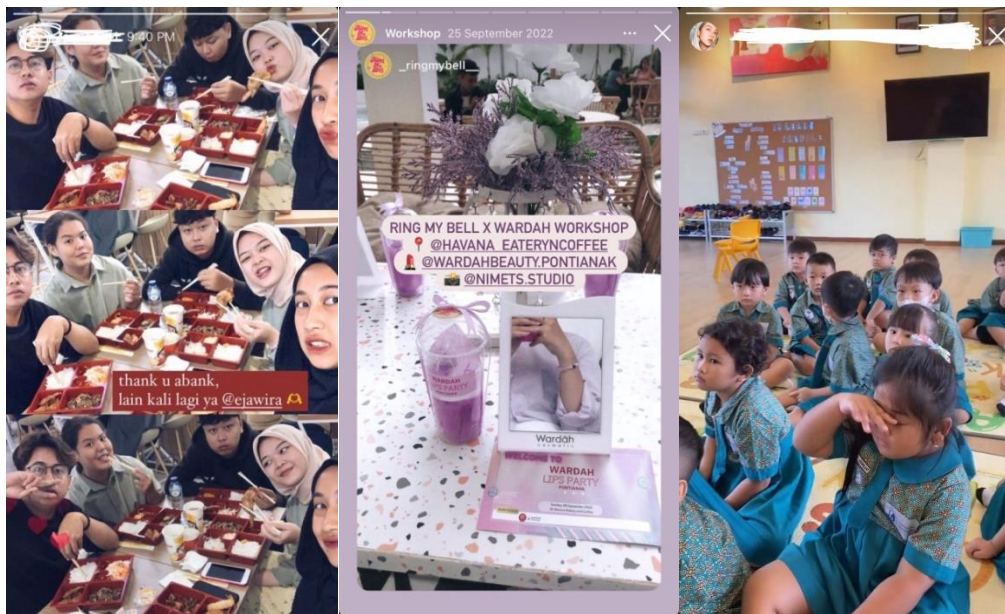
“Pertama itu konten tentang keseharian aku kayak a day in my life, terus juga *makeup*, dan *fashion*.” (informan MS, 1 Mei 2023)



Gambar 5. *Stories* dan *feeds* instagram dari informan MS

Mengenai aktivitas sehari-hari, informan HF melakukan *self disclosure* di Instagram seringkali kehidupan pribadi berupa kesehariannya dan perasaan yang ia rasakan saat itu yang diungkapkan melalui lirik-lirik lagu.

“Biasanya aku mengupload foto/video aktivitas keseharian sama temen-temen dan keluarga aku, terus juga nonton konser, untuk yang berhubungan sama perasaan sih biasanya aku upload lirik-lirik lagu yang sesuai dengan perasaan aku, kea senengnya aku pas kumpul bareng keluarga.” (informan HF, 1 Mei 2023)



Gambar 6. *Stories highlight* instagram dari informan HF

Selain materi transkrip wawancara, hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa *self disclosure* dari kelima informan terkait dengan opini, pencapaian diri, hobi dan kehidupan pribadi dan juga terdapat perbedaan konten *self disclosure* yang dilakukan oleh pria dan wanita pada informan penelitian ini.

3.1.2 Pertimbangan dan Alasan Melakukan *Self disclosure* Pada Media Sosial

Setiap pengguna jejaring sosial memiliki pertimbangan sendiri tentang akses ke Instagram. Selain itu, intensitas mengunduh konten yang menarik untuk mengekspresikan diri terus dilakukan. *Self disclosure* di Instagram memiliki latar belakang yang mendasari pertimbangan pengguna dalam perilaku tersebut. Berdasarkan pernyataan informan RB, ia mempunyai pertimbangan dalam mengunduh konten berkaitan pemilihan kosakata dan bahasa yang sopan, serta ia sangat menjaga privasi

dengan cara tidak mengungkapkan pemikiran yang mendetail mengenai apa yang ia alami dan rasakan. Pernyataan ini diungkapkan pada wawancara di bawah ini:

“Pertimbangan yang aku lakuin itu yang jelas tidak menimbulkan sara ya, ga menyinggung salah satu pihak, dan juga something yang bener-bener tentang apa yang aku rasain yang aku post. Kemudian Hal-hal mengenai keluarga aku sih kak kalau menurut aku bukan jadi konsumsi publik.” (informan RB, 1 Mei 2023)

Sama dengan informan RB, informan TA juga mempunyai pertimbangan terkait pemilihan kosa kata bahasa dan pembahasan yang tidak menyinggung dan memprovokasi beberapa pihak. Hal tersebut dilakukan guna menjaga etika dalam bersosial media yang baik dan bijak. Sekilas terdapat persamaan antara informan TA dan informan RB terkait bagaimana pemilihan kosakata dan pembahasan dalam konten yang akan dibagikan. Hal tersebut dinyatakan oleh informan TA antara lain sebagai berikut:

“Untuk pertimbangan yang aku lakuin yang jelas tidak menyinggung, merugikan, memprovokasi ataupun mengadu domba orang lain itu si yang paling penting jadi aku tetap memfilter karena aku ingin menggunakan sosial media secara bijak dan mempertahankan etika yang baik pada siapapun.” (informan TA, 13 Mei 2023)

Pada informan SB, ia memiliki pertimbangan sendiri terkait konten yang akan ia unggah seperti pentingnya respons orang lain. Hal ini didasari oleh pekerjaan yang ia lakukan mengharuskan konten yang ia unggah memperoleh *insight* dari pengguna Instagram lainnya. Hal ini diutarakan informan SB sebagai berikut:

“Yang paling menjadi pertimbangan adalah bagaimana orang pandangan orang lain jika saya mengupload sebuah konten di Instagram. Saya selalu memikirkan respond orang lain terhadap postingan saya.” (informan SB, 1 Mei 2023)

Pada informan HF, pertimbangan yang ia lakukan sebelum melakukan *self disclosure* adalah dirinya sendiri. Informan HF akan mengunggah dan membagikan konten apabila hal tersebut sudah baik dan nyaman menurut pandangan dirinya sendiri. Berikut ini pernyataan informan HF mengenai pertimbangan dalam *self disclosure* antara lain:

“Pertimbangan nya ga terlalu sulit bagi aku, aku langsung membagikan jika sudah sesuai dengan apa yang terlihat nyaman di mataku” (informan HF, 1 Mei 2023)

Berbeda dengan keempat informan lainnya, informan MS tidak memiliki

pertimbangan khusus saat akan mengupload sebuah konten. Hal ini dikarenakan informan MS merasa konten yang dia bagikan tidak merugikan bahkan *follower* akan terbantu dengan adanya konten miliknya. Pernyataan itu disebutkan oleh informan MS sebagai berikut:

“Awalnya pertimbangan yang aku lakuin itu biasanya aku mikirin orang gitu kak kira-kira apa yang orang pikirin tentang konten aku. Tapi makin kesini aku lebih kayak yaudahlah gitu aja, karena juga konten yang aku upload itu konten yang engga merugikan orang aku hanya mengekspresikan diri aku dan aku bisa sharing hal ini ke orang yang mungkin ada salah satu dari *followers* aku yang merasa terbantu dengan konten yang aku upload.” (informan MS, 1 Mei 2023)

Dari kelima pernyataan tersebut, empat informan memiliki pertimbangan khusus dalam membagikan konten sebelum akhirnya melakukan *self disclosure* pada sosial media Instragram masing-masing. Pertimbangan tersebut meliputi beberapa fakta yang menjadi penentu sebelum melakukan *self disclosure* yaitu penggunaan Bahasa dan kosa kata, menjaga privasi, respon *follower* dan pemilahan bahasan yang tidak memprovokasi. Sedangkan satu informan lainnya tidak memiliki pertimbangan apapun dikarenakan Instagram merupakan wadah untuk berekspresi selama tidak merugikan.

Tentu saja pertimbangan di atas dilakukan oleh kelima informan dengan alasan tertentu. *Self disclosure* yang dilakukan di Instagram mempunyai alasan tertentu seperti membangun *image*. Pada informan RB mengungkapkan bahwa alasannya melakukan *self disclosure* agar merasa memiliki *image* yang positif dan merasakan ada kepuasan pribadi ketika konten yang ia bagikan dapat membantu orang lain.

“Sebenarnya aku itu apa adanya aja, yang penting punya *image* positive aja gitu di konten-konten aku, dan hopefully juga konten-konten yang aku share kayak quote atau kata-kata membangun dapat membantu orang-orang yang merasakan hal yang sama dengan aku karena aku ngerasa senang dan lega aja gitu kalau konten aku bisa ngebantu orang lain juga.” (informan RB, 1 Mei 2023)

Pada informan TA, ia menyatakan bahwa alasannya melakukan *self disclosure* juga tidak berbeda dengan informan RB. Bersamaan dengan itu, informan TA juga merasa bahwa ia memiliki tanggung jawab moral dengan apa yang sudah ia bagikan sehingga harus menjaga etika dasar dalam bersosial media secara baik dan bijak. Adapun pernyataan tersebut ia sajikan sebagai berikut:

“Untuk *image*, aku pribadi ingin membangun *image* sebagai orang yang positif aja dalam konten aku, aku ingin memberi manfaat atau pelajaran

dari konten2 aku, atau memberi semangat dalam konten aku contohnya konten pencapaian aku misalnya aku ingin orang2 untuk semangat dalam menggapai sesuatu yang mereka inginkan dan juga bisa dibilang ini kan aku meranah dunia entertain ya dengan pengikut yang cukup banyak jadi aku harus mempertahankan moral, dan attitude dalam menggunakan media sosial secara bijak agar membentuk ekosistem media sosial yang lebih positif.” (informan TA, 13 Mei 2023)

Pada informan SB, ia juga memperjelas pernyataan kedua informan di atas terkait membangun *image* positif. Instagram merupakan media yang digunakan sebagai tempat membangun *branding* dimana informan SB menampilkan hal-hal baik yang hanya ingin ia tampilkan. Pernyataan informan SB tersebut diutarakan sebagai berikut:

“Karena saya anak komunikasi dan belajar materi branding. Maka saya hanya menampilkan apa yang ingin saya tampilkan dengan menyembunyikan keburukan saya. Instagram bagaikan topeng yang menunjukkan sifat terbaik saya atau yang diinginkan orang lain saat melihat saya.” (informan SB, 1 Mei 2023)

Kemudian informan MS menjelaskan bahwa bagaimana alasan *self disclosure* di Instagram untuk menyalurkan hobi mengenai *make up* dan *fashion*. Melalui Instagram, informan MS ingin memperluas personal *branding* dari konten aktivitas sehari-hari yang ia bagikan. Hal ini dinyatakan oleh informan MS antara lain sebagai berikut:

“Untuk *image* aku karena aku suka makeup ya jadi aku ingin membuat *image* aku sebagai ya emang orang yang suka makeup gitu dan juga aku memfokuskan dan konsisten sama konten itu tapi sekarang aku juga ingin memperluas personal branding aku kea aku upload konten tentang vlogger keseharian atau *a day in my life*.” (informan MS, 1 Mei 2023)

Sama dengan keempat informan lainnya, alasan informan HF melakukan *self disclosure* adalah konsisten dalam membangun *image* bahwa ia merupakan gadis yang memiliki hubungan yang baik dengan keluarga. Berikut ini pernyataan informan HF mengenai alasan ia melakukan *self disclosure*:

“*Image* yang saya jaga cukup konsisten selama menggunakan akun Instagram yaitu *image* hangat seperti (*family girl*) gitu kak karena aku kan sering mengunggah konten seperti sedang bersama keluarga, music, terkadang juga selfie.” (informan HF, 1 Mei 2023)

Dari keseluruhan pernyataan yang diungkapkan oleh informan mempunyai beberapa kesamaan terkait alasan *self disclosure* di Instagram yaitu persepsi terkait membangun citra (*image*) positif dalam keterbukaan diri di Instagram. Kemudian,

perasaan emosional yang muncul dikarenakan membantu *follower* lain melalui konten yang dibagikan juga menjadi alasan melakukan perilaku *self disclosure*. Selain terkait perasaan emosional, membagikan pemikiran pribadi dan kegiatan sehari-hari sebagai kegiatan dari perilaku *self disclosure* di Instagram.

3.1.3 Manfaat yang Dirasakan dari Perilaku *Self disclosure* pada Media Sosial Instagram

Tentu saja, setiap perilaku memiliki dampak baik itu positif maupun negatif. Tindakan *self disclosure* Gen Z di Instagram juga memberikan dampak positif dan negatif. Berdasarkan hasil wawancara, kelima informan merasakan bagaimana dampak yang diperoleh dari *self disclosure* di Instagram.

Adapun pada informan RB merasakan dampak positif yang diterima setelah menyampaikan pemikirannya melalui kutipan. Hal ini juga didukung oleh beberapa *follower* yang juga merasakan hal yang sama. berikut ini pernyataan yang diungkapkan oleh informan RB:

“*Mostly* ada beberapa yang setuju dan relate sama quotes aku dengan aku post itu mereka merasa relate dan memberi semangat ke aku dan juga sharing atau cerita tentang masalahnya ke aku sehingga terjadinya komunikasi.” (informan RB, 1 Mei 2023)

Pada informan TA, perasaan bangga kepada diri sendiri atas pencapaian diri yang telah dirintis dari nol dan merasa senang karena memiliki *follower* yang suportif dengan konten yang ia bagikan merupakan dampak positif yang informan TA rasakan. Hal ini diutarakan oleh informan TA dalam pernyataan sebagai berikut:

“Kalau menurut aku pribadi si aku bangga ya, dan ya perasaan aku senang karena aku merintis dari 0 sampai berada di titik ini si aku bangga sama diri aku dan *followers* aku juga bisa dibilang sangat berjasa ya hingga aku saat ini memiliki pengikut di Instagram sebanyak 42,1 rb mereka sangat supportive terhadap konten2 yang aku unggah juga.” (informan TA, 13 Mei 2023)

Informan SB juga merasakan dampak yang positif dari apapun yang ia unggah di akun media social Instagram miliknya. Informan SB merasa puas dikarenakan ia sungguh-sungguh dengan apa yang ia unggah dan bagikan sebagai hasil produksi terbaik yang pernah ia lakukan.

“Saya ngerasa bahagia si kak jika mendapat respond positif, tetapi jika tidak ada respond pun saya tetap merasakan puas karena hasil yang biasa saya bagikan di Instagram merupakan hasil produksi terbaik saya.” (informan SB, 1 Mei 2023)

Hal sama juga dirasakan oleh informan MS, ia merasakan dampak positif dari *self disclosure* yang ia lakukan seperti perasaan senang dapat membantu *follower* lain melalui konten yang ia bagikan. Bahkan, banyak pengikut baru yang tertari mengikuti konten-konten di Instagram miliknya. Berikut ini merupakan pernyataan dari informan MS terkait dampak *self disclosure* pada Instagram antara lain:

“Alhamdulillah tanggapannya pada positif semua, dan kebanyakan dari stranger si kak karena mereka memfollow Instagram aku itu juga karena mereka tertarik sama konten2 makeup, fashion atau a day in my life aku.” (informan MS, 1 Mei 2023)

Informan HF juga merasakan *self disclosure* yang ia lakukan memberikan dampak positif meskipun beberapa *follower* Instagramnya pasif namun selama ini ia tidak merasakan kontra yang ditimbulkan dari konten yang ia bagikan.

“Konten yang saya unggah sejauh ini tidak pernah menyebabkan kontra, selagi saya mengunggah konten yang tidak ada unsur yang dilanggar oleh Instagram saya bebas untuk mengekspresikan daily activity saya.” (informan HF, 1 Mei 2023)

Berdasarkan sajian data kelima informan, *self disclosure* yang melalui Instagram mendapatkan manfaat positif ketika melakukan keterbukaan diri di Instagram. Bahkan dapat dikatakan bahwa informan cenderung tidak merasakan adanya hal-hal ataupun dampak buruk dari *self disclosure* yang mereka lakukan.

3.2 Pembahasan

Teori Johari Window digunakan untuk menjelaskan bagaimana fenomena *self disclosure* dalam diri kelima informan dalam penelitian ini (Chapman, 2003). Penggambaran keempat kuadran menjadi sebuah *frame* yang menyerupai jendela sehingga disebut teori Johari Windows. Keempat kuadran ini juga diperkecil maupun diperbesar menyesuaikan bagaimana perilaku *self disclosure* dalam diri kelima informan. Berdasarkan hasil sajian data, penelitian terkait *self disclosure* ini dikelompokkan dalam empat kuadran tersebut sebagai berikut:

<i>Open area</i>	<i>Blind area</i>
<i>Hidden area</i>	

Gambar 7. Penelitian Terkain

Dari gambar di atas menjelaskan bahwa adanya perluasan *open area*. Hal ini menunjukkan bahwa informan dalam penelitian ini memiliki wilayah terbuka yang lebih luas dibandingkan ketiga kuadran lainnya. Dalam hal ini informan membagikan informasi mengenai diri mereka sendiri baik informasi factual maupun informasi mengenai perasaan dan emosi. Selain itu, pengungkapan diri informan memiliki efek positif. Dampak tersebut ini termanifestasi pada pelapor yang mengalami hal-hal emosional seperti perasaan puas dan lega atas pengungkapannya, serta perasaan gembira dan bangga ketika konten yang dibagikan berguna dan bermanfaat. Kelima informan juga tidak merasakan dampak negatif mengenai *self disclosure* yang mereka lakukan sehingga perasaan positif yang diterima para informan tersebut memperbesar kuadran ini. Dalam penelitian ini, kuadran *open area* paling lebar terdapat pada informan MS dikarenakan ia aktif dan ekspresif di sosial media Instagram. Berdasarkan hasil wawancara sebelumnya, informan MS mengunggah apapun yang ia sukai tanpa memperdulikan orang lain. Hal ini dikarenakan ia menganggap unggahannya sebagai hal positif sehingga akan berdampak positif pula ke depannya. Unggahannya memberikan banyak informasi menarik yang dapat menjadi referensi bagi *follower-follower* Instagram miliknya.

Diri sendiri lebih mengenali diri seperti yang diungkapkan oleh Devito (2011) berfungsi untuk mengenal diri sendiri lebih baik daripada mengungkapkan diri sendiri. Aspek pertimbangan dan alasan informan terkait informasi diri yang akan dibagikan ini dapat ditemukan pada *hidden area* dari gambar sebelumnya. Area tersembunyi yang dimiliki oleh informan biasanya lebih kecil tetapi memiliki bagian yang lebih luas dibandingkan dengan area buta. Situasi ini menunjukkan bahwa kelima informan memiliki kontrol penuh atas informasi pribadi mereka namun bersifat rahasia untuk melindungi privasi mereka.

Lima informan menunjukkan sikap terbuka dan menyenangkan ketika menggunakan jejaring sosial Instagram. Pada informan TA, kuadran *open area* tidak selebar jika dibandingkan informan MS yang selalu *update* tentang semua aktivitas sehari-hari dimulai dari hal menarik hingga hal konyol dilakukan sebagai bentuk keterbukaan dirinya aktif dan berekspresi. Kuadran *blind area* informan TA lebih melebar dibandingkan dengan keempat informan lainnya. Hal ini dikarenakan informan TA adalah pribadi yang suka menunjukkan atau menonjolkan dirinya, tetapi buta terhadap dirinya sendiri. Hal ini dibuktikan dengan konten yang mereka buat cenderung mengungkap hal-hal yang menunjukkan prestasi mereka. Alih-alih sukses, informan TA berjuang untuk membuktikan kepada semua orang bahwa dia sukses. Meskipun pengikutnya bukanlah orang yang dia kenal sama sekali. Seperti yang diungkapkan (Jacqueline, 2019), orang yang baru mengenal satu sama lain hanya melalui basa-basi sebagai fase pengenalan sebelum melanjutkan ke fase berikutnya.

Kuadran *unknown area* tidak begitu besar pada kelima informan sehingga tidak memberikan dampak yang begitu berpengaruh terhadap *self disclosure* yang dilakukan kelima informan dalam penelitian ini. Setiap informan masih berkomunikasi intens dengan *follower*.

Dalam melakukan keterbukaan diri ini terdapat pula perbedaan antara gender wanita dan pria, peneliti menemukan bahwa pria melakukan keterbukaan diri namun tidak secara gamblang mengungkapkannya atau membagikan secara detail mengenai apa yang ia rasakan contohnya ketika membagikan konten nyanyi yang sebenarnya mewakili perasaan mereka namun pengguna lain tidak mengetahui hal tersebut. Hal ini berbeda dengan wanita, wanita cenderung langsung membagikan mengenai apa yang ia rasakan dan alami. Dalam mengakses instagram pun pria lebih sering mengakses instagram untuk melihat seputar olahraga dan informasi-informasi atau pun rekomendasi lainnya. Begitu tingginya pengungkapan diri yang dilakukan oleh sebagian pengguna wanita menyebabkan Pengguna lain yang bahkan tidak akrab dengannya dapat mengetahui apa yang sedang terjadi dengan masalah pribadinya. Menurut (Wood, 2013) mengatakan bahwa anak gadis dan perempuan dewasa diharapkan untuk menjadi sosok yang penuh perhatian dan juga bisa di ajak kerja sama, sedangkan anak laki – laki dan pria dewasa harus tegas, mandiri dan kompetatif. Apa yang diungkapkan di atas jelas mempengaruhi keterbukaan diri yang terjadi di antara keduanya, dengan kata lain

wanita lebih terbuka dan pria lebih tertutup. Pria lebih hati – hati dalam mengungkapkan apapun, sedangkan wanita lebih terbuka mengenai apapun.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pemaparan yang telah diuraikan diatas, peneliti mendapatkan kesimpulan yaitu *self disclosure* gen Z di sosial media Instagram umumnya melibatkan pengungkapan opini, perasaan pribadi, pencapaian diri, minat, dan kehidupan sehari-hari. Pengguna juga mempertimbangkan bahasa, dan etika dalam berbagi konten. Manfaat yang dirasakan dalam melakukan *self disclosure* ini yaitu manfaat emosional salah satunya rasa puas dan lega. Kepuasan hal ini mempunyai peran yang penting terkait membentuk kebiasaan pengguna media sosial mengenai pemilihan isi konten yang akan di unggah, dalam penelitian ini pengalaman positif berupa perasaan puas serta lega yang didapatkan sesudah membagikan pesan keterbukaan, kemudian pengalaman yang menyenangkan pada individu karena dengan mudah menggunakan fitur yang terdapat di media sosial Instagram. ini berperan penting dalam membentuk kebiasaan pengguna media sosial saat memilih konten untuk diunduh. Informan juga cenderung membuka diri, meskipun tidak saling mengenal. Peneliti juga menemukan bahwa kuadran terbuka teori jendela Johari pada kelima informan memiliki luas dan lebar yang lebih besar dibandingkan ketiga kuadran lainnya. Interaksi antar individu di media sosial Instagram juga menunjukkan sikap terbuka dan menyenangkan. Dalam hal ini informan dapat merasa senang dan orang lain pun mengetahui tentang informan itu sendiri.

PERSANTUNAN

Puji dan Syukur telah penulis panjatkan atas berkat dan rahmat Allah SWT sehingga naskah publikasi ini telah terselesaikan. Rasa terima kasih sebesar-besarnya penulis ungkapkan teruntuk Bapak Yudha Wirawanda, M.A., selaku dosen pembimbing penulis yang selalu senantiasa memberikan bimbingan dan arahan yang sangat membantu hingga naskah publikasi ini dapat terwujud. Terima kasih pula penulis berikan kepada kedua orang tua, kakak serta kerabat dekat saya yang telah membantu peneliti dalam bentuk dukungan, doa yang tak pernah henti serta perhatian agar mendapatkan kelancaran beserta kemudahan peneliti untuk menyelesaikan naskah publikasi ini.

Terima kasih juga diberikan kepada kelima responden yang telah meluangkan waktunya dan berpartisipasi dalam penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, R. (2020). *Riset Ungkap Anak Muda Aktif di Media Sosial Selektif Berkomentar*. 4–9.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media and Society*, 3(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Bazarova, N. N., & Choi, Y. H. (2014). Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites. *Journal of Communication*, 64(4), 635–657. <https://doi.org/10.1111/JCOM.12106>
- Chang, C. W., & Heo, J. (2014). Visiting theories that predict college students' self-disclosure on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 30, 79–86. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.059>
- Chapman, A. (2003). The Johari Window model. *University of Southern California*.
- Claresta, H., & Tamburian, D. (2021). Self-Disclosure of Adolescent Girls on TikTok Social Media. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 800–806. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.126>
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia* No Title. Karisma Publishing Group.
- Dixon, S. (2022). countries With The Most Instagram Users 2022. *Statista, January*, 1–4. <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
- fayaretharatri arkani yz-zahra, nurul hasfi. (2018). *Studi Fenomenologi Online Self Disclosure Melalui Instagram Story*.
- Flanigan, A. E., & Babchuk, W. A. (2015). Social media as academic quicksand: A phenomenological study of student experiences in and out of the classroom. *Learning and Individual Differences*, 44, 40–45. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2015.11.003>
- Him, D. H., Cabosky, J. M., & Meyer, M. (2020). Snapchat vs. Instagram: Social Network Sites and Self-Disclosure Differences Before and After Use. *The Journal of Social Media in Society Fall*, 9(2), 306–318.
- Jacqueline, G. (2019). Self-disclosure individu androgini melalui instagram sebagai media eksistensi diri. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(2), 272. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i2.1497>

- Leite, F. P., Pontes, N., & Baptista, P. de P. (2022). Oops, I've overshared! When social media influencers' self-disclosure damage perceptions of source credibility. *Computers in Human Behavior*, 133(March), 107274. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107274>
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110–115. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- Masaviru, M. (2016). Self-disclosure: Theories and model review. *Journal of Culture, Society and Development*, 18(May), 43–47.
- Miles, M. b., & Huberman, M. (2014). qualitative data analysis: An expanded sourcebook. In *SAGE* (Vol. 43, pp. 89–92).
- Nugriah, I., Rahim, S., & Lannai, D. (2022). Studi Fenomenologi Moralitas Wajib Pajak Profesi Dokter Pada Rumah Sakit Swasta Kota Makassar. *Journal of Accounting Finance (JAF)*, 3(1).
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi - Michael Jibrael Rorong*. 5–6.
- Sladek, B. S., & Grabinger, A. (201 C.E.). The first generation of the 21st Century has arrived! *The First Generation of the 21st Century Has Arrived*, 16. www.xyzuniversity.com
- Utz, S. (2015). The function of self-disclosure on social network sites: Not only intimate, but also positive and entertaining self-disclosures increase the feeling of connection. *Computers in Human Behavior*, 45, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.076>
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). Generasi Z & Revolusi Industri 4.0 Penulis. In *Pena Persada Redaksi* (Issue July). https://www.researchgate.net/publication/343416519_GENERASI_Z_REVOLUSI_INDUSTRI_40
- Wirman, W., & gustina sari, G. (2018). fenomenologi dalam perspektif ilmu komunikasi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wood, J. T. (2016). *Interpersonal Communication: Everyday Encounters*, 8th Edition (8th ed.). Cengage Learning.
- Wood, J. T. (2013). *Komunikasi : teori dan praktik (komunikasi dalam kehidupan kita)*.

