



Konsep Diri dan Pengungkapan Diri Laki-Laki dalam Multi Account Instagram

Self-Concept and Self Disclosure of Male in Multi Accounts Instagram

Miladia Arifa¹ dan Ratna Permata Sari^{2*}

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi

Author's email:

¹ 18321117@uii.ac.id

² ratna.permatasari@uii.ac.id

Keywords:

*Instagram, male,
self-concept, self-disclosure*

Abstract: Male Instagram users are considered to have minimal self-concept and expression compared to women. This phenomenon is rarely studied. This research was conducted to determine the formation of self-concept and self-disclosure of men on multiple Instagram accounts. This study uses a qualitative method. Data was collected through in-depth interviews with five informants who were male and had more than one account. This study found that multiple accounts have several functions for their users. First accounts are more likely to be used to build a positive professional image. On the other hand, in the second account, the informant tried to appear more confident, comfortable and expressive. The informant's self-disclosure is also greater in the second account. This is because the second account involves the closest people who know the informant directly.

Abstrak: Laki-laki pengguna Instagram dianggap lebih minim membentuk konsep diri dan berekspresi dibandingkan perempuan. Fenomena ini jarang dikaji. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pembentukan konsep diri dan *self disclosure* laki-laki pada *multi account Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap lima informan berjenis kelamin laki-laki dan mempunyai lebih dari satu *account*. Penelitian ini menemukan bahwa *multi account* mempunyai beberapa fungsi bagi penggunanya. *First account* lebih cenderung digunakan untuk membangun citra profesional yang positif. Sebaliknya, dalam *second account*, informan berusaha untuk tampil lebih percaya diri, nyaman, dan ekspresif. *Self disclosure* informan juga lebih besar di *second account*. Hal itu karena *second account* melibatkan orang-orang terdekat yang mengenal informan secara langsung.

Kata kunci:

*Instagram, konsep diri,
laki-laki, pengungkapan diri*

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah pengakses *platform* jejaring media interaksi sosial kian melonjak setiap tahun. Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan fakta bahwa pada 2021-2022 Indonesia mengalami peningkatan jumlah pengguna internet mencapai 210,03 juta penduduk hanya dalam rentan waktu satu tahun (Riyanto, 2022). Salah satu media sosial populer yang digunakan saat ini adalah *Instagram*. Pada rentang waktu Januari-Mei 2020, *Instagram* semakin banyak digunakan oleh pengguna di Indonesia yang mencapai jumlah 69,2 juta pengguna (Iman, 2020).

Instan-telegram atau lebih dikenal dengan *Instagram* bekerja sebagai media sosial media untuk mengunggah beberapa foto dan video secara instan seperti dalam bentuk polaroid. Berdasarkan data Napoleon Cat, para pengguna *platform Instagram* digemari oleh pengguna perempuan maupun laki-laki (Iman, 2020). Pengguna *Instagram* yang berjenis kelamin perempuan lebih rendah terpaut selisih 2% oleh pengguna laki-laki pada rentang usia 20-25 tahun. Menurut Sakti & Yulianto (2013), apabila dibandingkan dengan media sosial yang hanya menyajikan tulisan, *Instagram* menjadi aplikasi unggulan dikarenakan media foto dan video lebih efektif dalam meningkatkan citra dan membangun hubungan *reciprocal*. Sakti & Yulianto (2013) menemukan bahwa pembentukan karakter diri remaja diproyeksikan secara kontradiktif antara dunia maya dengan dunia nyata (*real life*). Remaja mampu mengreasikan citra dirinya melalui *Instagram* secara ekstrem demi menunjukkan eksistensinya.

Artikel jurnal dengan berjudul *Self Disclosure And Social Media: Motivations, Mechanisms And Psychological Well Being* (Luo & Hancock, 2020) menemukan bahwa ketika seseorang memiliki keinginan untuk melepaskan pikiran dan perasaan yang terpendam, maka hal tersebut akan memicu adanya motif secara interpersonal demi

mengekspresikan diri melalui media sosial. Jika menilik fitur *Instagram* sebagai media interaktif, maka *Instagram* juga dapat dikatakan sebagai medium pembentukan konsep diri dan *self disclosure*.

Untuk memuaskan diri, para pengguna *Instagram* kini tidak hanya memiliki satu akun (*first account*), tetapi lebih dari satu akun (*multi account*). Baik perempuan dan laki-laki memanfaatkan *multi account Instagram* untuk memenuhi hasrat dan tujuan-tujuannya. Dalam hal ini, perempuan memiliki tingkat *self-disclosure* lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki (Dindia & Allen, 1992). Saat ini, muncul fenomena di mana para pengguna *Instagram* yang berjenis kelamin laki-laki juga membuat *multi account* “akun ganda”. Fenomena tersebut memberikan banyak kesempatan bagi seseorang untuk menuangkan emosi, hasrat, dan ide secara bebas di dalam *second account* miliknya. Berbeda dengan akun utama (*first account*), fenomena kemunculan akun ganda atau *multi account* hanya diikuti oleh beberapa *followers* yang dipilih oleh pemilik akun secara khusus. Dalam *first account*, postingan dikemas dalam bentuk yang sudah dipersiapkan dan dipilih untuk disampaikan pada khalayak (*audience*) secara umum. Hal tersebut bertujuan agar pemilik akun memberikan kesan dan identitas seperti apa yang mereka inginkan pada *audience*. Fenomena ini juga berhubungan dengan *self disclosure*.

Pengertian *self disclosure* (keterbukaan diri), menurut DeVito (2007), adalah tentang bagaimana seseorang memberikan informasi tentang dirinya sendiri pada *audience*. Dalam praktiknya, *self disclosure* sebelumnya diketahui hanya dikemas dalam bentuk komunikasi verbal secara langsung (Littlejohn & Foss, 2009).

Seiring perkembangan teknologi dan media sosial, *self disclosure* menjadi sangat mungkin untuk dipraktikkan melalui bentuk tulisan bahkan gambar. Hal tersebut ditunjang

oleh *Instagram* yang mampu berperan sebagai alat penyampai pesan pada audiens berupa gambar, video, *caption*, dan komentar sesuai dengan perasaan dan pengalaman pengguna. Selain sebagai media penyalur informasi, media sosial juga dikenal sebagai alat yang efektif untuk mengekspresikan diri yang erat kaitannya dengan upaya membuka diri pada orang lain (*self disclosure*) secara sengaja (Sagiyanto & Ardiyanti, 2018). Hal tersebut membawa pada salah satu fenomena pengungkapan diri melalui *multi account Instagram*.

Seperti telah disinggung dalam paparan sebelumnya, keberadaan media sosial dan hubungannya dengan pengungkapan diri telah dikaji banyak sarjana (Chu et al., 2023). Beberapa peneliti yang telah mengkaji media sosial yang dihubungkan dengan pengungkapan diri di antaranya dilakukan oleh Prihantoro et al (2020) mengkaji pengungkapan diri pada *second account* pada generasi *mileneal*, (Dindia & Allen (1992) mengkaji perbedaan seks dan pengungkapan diri di media sosial, (Stefany, Stella, Nurbani (2017) yang berusaha mengkaji literasi digital dan hubungannya dengan pengungkapan diri. Lainnya bahkan fokus pada pengungkapan diri dan privasi di media sosial (Liang et al., 2017; Trepte, 2015; Tsay-Vogel et al., 2018).

Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini fokus pada pengguna laki-laki dalam mengungkapkan diri pada *Instagram* melalui *double account*. Dengan fokus pada kajian ini, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan bagi kajian-kajian pengguna media sosial yang dihubungkan dengan pengungkapan diri.

KERANGKA TEORI

Konsep Diri

Konsep diri diartikan sebagai persepsi diri seseorang atas sikap, penilaian, dan anggapan orang mengenai dirinya (Rakhmat, 2007). Konsep persepsi yang dimaksud adalah

sekumpulan unsur kepercayaan, emosi dan perlakuan orang lain pada diri sendiri (Rakhmat, 2007), sedangkan yang dimaksud penilaian orang lain adalah sebuah evaluasi dari diri individu dan orang lain dalam berbagai aspek kehidupan. Terdapat tiga aspek yang dapat membentuk konsep diri seseorang. *Pertama, perceptual and physical self concept*, ialah prespektif individu mengenai penampilan terhadap dirinya (kemenarikan tubuhnya), misalnya: paras wajah, tinggi tubuh, atau kemenarikan tubuhnya. *Kedua, conceptual atau psychological self concept*, sebuah konsep individu tentang kemampuan (kelebihan) dan tidak mampuan (kekurangan) dirinya, emosi, percaya diri, dan kejujuran yang menyangkut dengan diri individu. *Ketiga, attitudinal*, yang menyangkut diri individu dan bersinggungan dengan pembentukan keberhargaan, kebanggaan, dan keterhinaannya (Rakanda et al., 2020).

Konsep diri dikategorikan menjadi konsep diri positif dan konsep diri negatif (Rakhmat, 2007). Ketika seseorang mampu mencapai *ideal self* atau kepribadian seperti yang dirinya idamkan maka akan tercipta sebuah konsep diri yang positif, sedangkan konsep diri negatif akan tercipta ketika terdapat ketidaksesuaian *ideal self* atau diri idaman dengan kenyataan sikap orang tersebut. Terbentuknya konsep diri yang positif akan berpengaruh pada sikap komunikasi interpersonal seseorang. Ketika pola perilaku komunikasi berlangsung dengan baik, maka seseorang akan mempersepsikan dirinya dengan cermat dan lebih terbuka (Rakhmat, 2007).

Pengungkapan diri (*self-discourse*)

Untuk konsep *self-disclosure*, peneliti menggunakan Johari Window (Rakhmat, 2007). *Open Area* yang dilambangkan dengan Q1 (kuadran 1) adalah sekumpulan informasi yang diketahui oleh orang lain dan juga diketahui oleh diri sendiri. Hal tersebut dapat meliputi emosi, motivasi, dan karakter yang

dengan sengaja ingin diperlihatkan pada orang lain. Dalam praktiknya di *Instagram*, *area open* (Q1) adalah nama akun, foto, biodata, dan caption dalam akun utama (*first account*). Pada

tahap ini, apabila seseorang secara intens melakukan interaksi maka area (kuadran 1) akan semakin bergeser ke kanan dan bawah.

<p>Q1</p> <p>Open Area</p>	<p>Q2</p> <p>Blind Area</p>
<p>Q3</p> <p>Hidden Area</p>	<p>Q4</p> <p>Unknown Area</p>

Gambar 1. Johari window

Sumber: Rakhmat (2007)

Blind Area atau area buta yang dilambangkan dengan Q2 (kuadran 2) adalah sekumpulan informasi yang diketahui individu lain, tetapi tidak diketahui oleh diri sendiri. Dalam praktiknya di *Instagram*, *area blind* (Q2) adalah ketika seseorang mengunggah postingan kemudian followers menyimpulkan bahwa terdapat sifat atau emosi yang diungkapkan melalui postingan yang diunggah, namun pemilik akun tidak menyadari emosi dan sifat tersebut.

Hidden Area atau area tersembunyi yang dilambangkan dengan Q3 (kuadran 3) adalah sekumpulan informasi yang hanya diketahui oleh diri sendiri, tanpa orang lain tahu tentang informasi tersebut. Hal tersebut dapat meliputi pengalaman atau informasi yang dianggap tabu bagi masyarakat. Dalam praktiknya di *Instagram*, *hidden area* (Q3) dapat berupa postingan yang tidak dimunculkan dalam *first account*. Misalnya, ketika laki-laki yang malu untuk menunjukkan hobinya maka tidak akan mengunggah apapun yang berkaitan dengan hobinya. Kuadran 3 tidak akan membesar apabila individu mengunggah informasi terkait dirinya sendiri.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Informan penelitian ini adalah laki-laki berjumlah lima orang yang memiliki dua akun *Instagram* aktif. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk mendalami teori, memahami isu, kasus, orang, dan lembaga sebagai objek penelitian maupun subjek penelitian agar dapat mendapat jawaban berdasarkan fakta ilmiah (Sugiyono, 2015). Peneliti mendapatkan data melalui teknik wawancara mendalam secara luring dan daring. Melalui metode wawancara, sumber informasi dari informan akan digali oleh peneliti guna menjawab permasalahan penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan selama November 2021- September 2022. Adapun peneliti memanfaatkan teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan lima informan dalam penelitian ini, tetapi dengan kriteria khusus, yaitu: (1) Informan memiliki lebih dari satu akun *Instagram* (2) berjenis kelamin laki-laki dengan usia 20-25 tahun yang masuk dalam rentang usia generasi milenial (3) Jumlah postingan dalam setiap akun minimal 10 post (4) Rutin mengakses *Instagram* minimal satu

kali dalam sehari (5) Setiap akun minimal terdapat 10 *followers*. Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti mendapatkan lima informan yang disamarkan menjadi informan X1 (22 tahun), X2 (23 tahun), X3 (22 tahun), X4 (23 tahun), dan X5 (23 tahun).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Diri

Informan dalam penelitian ini umumnya membentuk konsep diri secara berbeda dalam *first account* dan *second account* miliknya. Meskipun begitu, beberapa informan berhasil membentuk konsep diri secara positif melalui *Instagram*. Uraian berikut menjelaskan dalam tiga aspek, yakni aspek fisik, aspek psikologis, dan *attitudinal*.

Aspek Fisik

Pada aspek fisik, konsep yang ditampilkan adalah sebuah citra yang terkonstruksi oleh pandangan seseorang mengenai diri sendiri berdasarkan segi penampilan dan paras yang melekat dalam tubuh informan. Pada konteks kajian penelitian ini, informan memiliki konsep persepsi fisik yang beragam. Aspek kemenarikan diri diwujudkan dalam postingan yang menunjukkan fisik informan.

Informan X1 mengunggah dua postingan yang serupa, tetapi dikemas secara berbeda pada masing-masing dua akun *Instagram* miliknya. Tidak seperti dalam *first account* miliknya, informan X1 tidak terlalu menganggap penampilan fisik menjadi fokus utamanya dalam *second account Instagram*. Informan X1 menganggap *second account* justru sebagai media penyaring sebelum dia mengunggah dalam *first account*, juga sebagai media yang digunakan untuk mengunggah foto yang random.

Informan X2 menuturkan bahwa foto yang ada dalam *first account* adalah postingan yang secara sadar diunggah tanpa

memperhatikan estetika fotografi, melainkan lebih fokus kepada penampilan fisiknya yang menurut persepsi informan terlihat tampan dan tinggi. Upaya mengunggah foto yang dianggap menarik dilakukan untuk meningkatkan komunikasi interpersonal (Rakhmat, 2007). Selain itu, informan X2 juga ingin memberikan identitas baru terhadap dirinya sendiri sebagai sosok individu yang berbeda dengan masa lalunya. Informan X2 mempersepsi masa lalu dirinya secara fisik sebagai individu yang tidak menarik sehingga informan enggan mengunggah dalam media sosial

Fenomena serupa juga dilakukan oleh informan X3. *First account* dimanfaatkan menjadi media untuk menarik perhatian lawan jenis. Berdasarkan penuturannya, pada mulanya, informan mengunggah foto dan video yang menampilkan fisiknya. Hal tersebut ditujukan untuk memperlihatkan gaya berpakaian informan pada lawan jenis. Namun kini, *first account* ditampilkan sebagai media rebranding diri melalui *feeds Instagram* yang rapih secara visual. Berbeda dengan *first account*, informan merasa lebih percaya diri terhadap fisiknya ketika mengunggah pada *second account*. Hal tersebut dikarenakan informan merasa nyaman dengan para pengikut akun *Instagram* yang sudah dikenalnya. Maka dari itu, menurut penuturan informan, kehadiran *second account* memberikan wadah bagi informan untuk menciptakan kepercayaan diri terhadap fisiknya.

Aspek Psikologis

Pada aspek psikologis, konsep yang ditampilkan dapat berupa kelebihan atau kekurangan diri seseorang, kenyamanan, kejujuran, dan hal-hal yang menyangkut aspek psikologis lainnya. Dalam konteks kajian ini, masing-masing informan memiliki konsep aspek psikologis yang beragam. Kenyamanan dapat diartikan sebagai kondisi individu yang merasa aman dan bebas ketika memposting dalam media sosial.

Informan X3 memanfaatkan *Instagram* sebagai media untuk berekspresi. Hal tersebut merupakan salah satu fungsi media baru yang dimanfaatkan oleh informan, yaitu fungsi *diversion*. Fungsi *diversion* adalah media daring yang digunakan sebagai wadah untuk pelepasan energi dan emosi secara psikologis. Namun, informan cenderung menampilkan ekspresi kesedihan dalam *first account* dan menampilkan ekspresi kebahagiaan melalui *second account*. Hal tersebut dikarenakan informan memiliki citra yang ramah, mudah bergaul, dan seru. Hal ini sesuai dengan penuturan informan

Informan X4 merasa kurang berekspresi dalam *first account*. *Feeds* dan *Story* yang diunggah hanya sebatas untuk menunjukkan eksistensi diri dan kebutuhan *self branding*. Informan juga tidak membuat *caption* yang mengutarakan perasaannya dalam setiap unggahan foto *first account*. Sedangkan dalam *second account*, informan X4 sangat ekspresif dalam menunjukkan emosinya.

Informan X5 kerap mengekspresikan dirinya melalui puisi maupun karya tulis lainnya. Sama halnya dalam *first account*, informan juga kerap menulis puisi dalam *second account* sebagai bentuk kebebasannya dalam berekspresi. Namun, dalam *second account*, informan menggunakan objek lain seperti fenomena sosial untuk berekspresi. Sebaliknya, pada *first account*, informan menggunakan dirinya sendiri sebagai objek untuk menulis puisi.

Aspek Attitudinal

Aspek *attitudinal* dalam pembentukan konsep diri menyangkut perasaan seseorang terhadap dirinya, sikapnya terhadap keberhargaan, dan keterhinaannya. Dalam penelitian ini, menyangkut unggahan *Instagram* yang berkaitan dengan cara pandang informan mengenai status, harga diri, rasa bangga atas dirinya sendiri, serta kemampuan informan melakukan komunikasi dan adaptasi dengan lingkungannya.

Informan X2 secara terbuka berbagi cerita pada teman-temannya melalui akun *second account* tanpa khawatir karyanya akan disalahgunakan oleh followers-nya. Berbeda dengan *first account*, informan merasa dirinya tidak perlu mengendalikan dirinya agar dapat berekspresi dan lebih bisa diterima dalam *second account*. Hal ini menunjukkan adanya indikasi bahwa informan lebih menerima dirinya sendiri secara positif dalam *second account*.

Berdasarkan pengamatan aspek *attitudinal* pada informan X5, ditemukan bahwa informan membentuk konsep diri yang berbeda antara *second account* dan *first account*. Dalam *first account*, informan menuliskan bio "*Just for fun*" yang bermakna bahwa *first account* milik informan X5 merupakan akun yang berfungsi sebagai hiburan dan media untuk bersosialisasi dengan pengguna *Instagram* lain. Sebaliknya, *second account* merupakan akun yang digunakan untuk mempublikasikan hasil karya sastra berupa puisi.

Hasil wawancara menemukan bahwa terdapat perbedaan pada setiap pembentukan konsep diri dalam *multi account Instagram*. Individu yang memiliki konsep diri positif yang mampu menerima kritik, mampu memperbaiki diri, dan merasa setara dengan orang lain akan lebih dapat berkomunikasi secara terbuka pada pengguna *Instagram* lain. Umumnya, konsep diri positif akan ditemukan dalam *second account*. Hal ini dikarenakan para *followers* dalam *second account* terdiri dari *significant others* atau *affective others*, yaitu sekumpulan orang terdekat seperti kerabat, kekasih, keluarga, saudara, atau orang yang memiliki kedekatan emosional dengan pengguna *Instagram*. Menurut George Herbert (Rakhmat, 2007), orang yang paling berpengaruh dalam pembentukan konsep diri adalah orang-orang terdekat dengan individu itu sendiri. Komentar pujian, apresiasi, ejekan, dan cemoohan dari *followers second account* akan lebih diperhatikan oleh pemilik akun. *Feedback* dari *followers* tersebut yang akan mempengaruhi

proses terbentuknya konsep diri. Sebaliknya, pada *first account*, laki-laki para pengguna *Instagram* juga dapat menciptakan sebuah konsep diri yang ideal sesuai dengan ekspektasinya. Dapat dikatakan, *first account* *Instagram* dapat menjadi sebuah media *self-branding*. Melalui unggahan foto dan video yang telah disunting sedemikian rupa, terdapat citra diri yang ingin disampaikan kepada para pengguna *Instagram* seperti orang yang menilai dirinya sebagai individu yang pandai fotografi akan mengunggah hasil-hasil karyanya dalam *first account*.

Self Disclosure

Beberapa informan memiliki tingkat keterbukaan diri yang berbeda-beda. Jika menggunakan Johari Window, tingkat

keterbukaan diri informan akan disimbolkan dengan gambar jendela yang terdiri dari empat kuadran. Masing-masing kuadran akan berubah berdasarkan tingkat pengungkapan diri dan informasi privasi seseorang yang ditunjukkan dalam *multi account Instagram*.

Fenomena keterbukaan diri yang dialami oleh informan X1, peneliti menemukan data bahwa konten yang dibagikan dalam *first account* dan *second account* memiliki perbedaan yang signifikan. *Open area* membesar menunjukkan bahwa informan X1 merupakan individu yang cukup terbuka. Namun, informan lebih sering mengunggah foto dan video yang menarik berdasarkan standar orang lain di media sosial. Terdapat informasi lain yang tidak dibagikan oleh informan sehingga membuat kuadran lain turut membesar.

Q1 Open Area	Q2 Blind Area
Q3 Hidden Area	Q4 Unknown Area

Gambar 2. Johari window informan x1 pada *first account*

Sumber: Hasil Olah Peneliti 2022

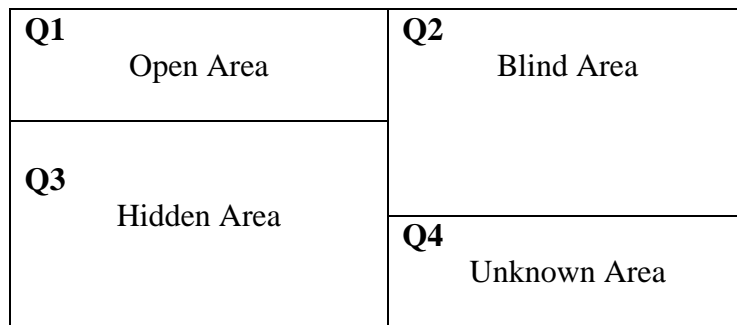
Q1 Open Area	Q2 Blind Area
Q3 Hidden Area	Q4 Unknown Area

Gambar 3. Johari window *second account* informan X1

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Pada gambar 2, *second account* menunjukkan bahwa informan X1 lebih terbuka. Informan cenderung memposting hal-hal random seperti materi personal,

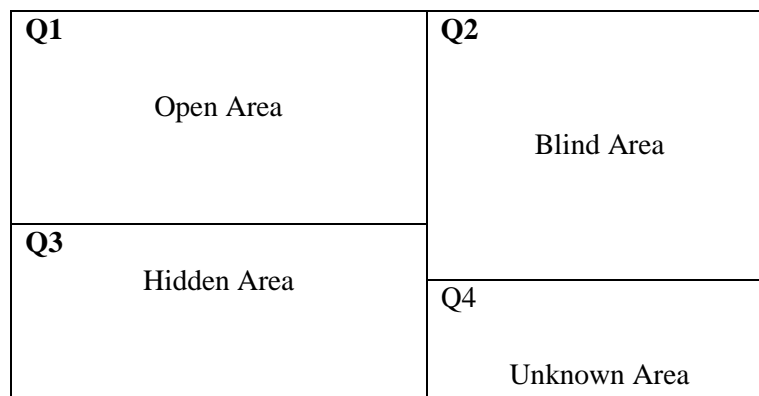
mengungkapkan perasaan, pemikiran atau gagasan terhadap sesuatu, serta interaksi interpersonal dengan teman-teman dekat.



Gambar 4. Johari window *first account* informan X2
Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Pada informan X2, area *Open Self* dalam *first account* dan *second account* menunjukkan perbedaan. Awalnya, informan X2 sering mengunggah foto dan video yang memperlihatkan aktivitas dan hobinya dalam *first account*. Hal ini membuat *open area* (kuadran 1) informan X2 membesar. Namun,

setelah membuat *second account*, informan menghapus postingan dalam akun *first account*-nya. Alasan privasi dan kurang percaya diri menjadi penyebab informan lebih aktif dalam *second account* dibandingkan *first account*.



Gambar 5. Johari window *second account* informan X2
Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Berbeda dengan *first account*, dalam *second account*, informan X2 hanya memiliki 42 *followers* yang terdiri dari teman-teman dekatnya. Setiap postingan *story* dalam *second*

account cenderung bebas dan sangat ekspresif. Unggahan terdiri dari kegiatan santai bersama teman dekat, cerita sehari-hari, keluarga, dan postingan *random*.

Q1 Open Area	Q2 Blind Area
Q3 Hidden Area	Q4 Unknown Area

Gambar 6. Johari window *first account* informan x5
Sumber: olahan data primer, 2022

Informan X5 secara terbuka membagikan identitas terkait dirinya. Postingan diunggah secara aktif setiap hari melalui *Instagram Story*. Informan juga tidak

menggunakan fitur *private account* karena menurut informan tidak ada informasi terkait dirinya yang perlu disembunyikan.

Q1 Open Area	Q2 Blind Area
Q3 Hidden area	Q4 Unknown Area

Gambar 7. Johari window *second account* informan X5
Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Open area (kuadran 1) pada *second account* informan X5 bergeser mengecil. Hal ini dikarenakan informan hanya mengunggah postingan karyanya. Sedangkan informasi terkait identitas dirinya tidak diungkapkan dalam *second account*. Akun tersebut hanya berisi publikasi puisi yang menceritakan fenomena sosial sehingga menyebabkan informan X5 dinilai kurang terbuka dalam *second account*.

Peneliti menemukan bahwa keterbukaan diri dalam *first account* cenderung lebih minim. Dalam kaitan ini, terdapat kesenjangan antara realitas dan dunia maya

terkait bagaimana individu menampilkan dirinya dalam *first account*. Misalnya, seseorang dengan kepribadian yang ceria dan humoris justru mempresentasikan dirinya dalam *first account* sebagai orang yang tertutup dan misterius. Hal ini tentu menghambat proses terjadinya komunikasi interpersonal yang efektif.

Pemanfaatan *multi account Instagram* dapat menghadirkan konsep diri dan *self disclosure* yang berbeda dalam satu individu. Media sosial dapat memberikan ruang seluas-luasnya bagi para penggunanya dalam menciptakan ruang komunikasi yang bebas dan

tak terbatas. Untuk itu, *Instagram* mampu menciptakan dimensi yang berbeda untuk setiap konsep diri yang terbentuk. Seseorang dengan konsep diri negatif akan berubah menjadi positif ketika berada dalam dimensi ruang media sosial yang lain. Begitu juga dengan tingkat *self disclosure* seseorang yang dapat lebih terbuka ketika berada dalam akun *Instagram* yang lain.

Multi account Instagram menjadi sebuah ruang virtual tempat terjadinya proses komunikasi interpersonal. Fitur-fitur di dalamnya mampu dimanfaatkan sebagai media untuk menghubungkan keterikatan emosional antara penggunanya. Ketika seorang laki-laki yang dulunya sulit untuk mengungkapkan emosi, gagasan, dan kemampuannya menjadi berubah semakin ekspresif dan terbuka saat menggunakan *Instagram*. Selain itu, *multi account* juga dapat meningkatkan kepercayaan diri bagi penggunanya. Namun, hal tersebut bisa terjadi dengan catatan apabila penggunanya berhasil menciptakan konsep diri yang positif. Begitu juga sebaliknya, merujuk Maltz, *multi account Instagram* justru akan mengurangi kepercayaan diri seseorang apabila orang tersebut memiliki konsep diri yang negatif (Rakhmat, 2007).

Instagram menjadi media sosial yang mempunyai kelebihan berbagi foto dan video sehingga dapat menampilkan gambar audio visual. *Instagram* memiliki *visual power* sehingga masyarakat mampu tertarik dan terpicu untuk memberikan atensi lebih dibandingkan dengan *platform* lain. Saat ini, *Instagram* tidak hanya digunakan sebagai platform berbagi foto diri sendiri, tetapi *Instagram* juga semakin berkembang menjadi media yang berfungsi sebagai wadah untuk meningkatkan personal branding, eksistensi seseorang, dan membagikan karya atau *skill* seseorang. Oleh karena itu, untuk memenuhi keinginan tersebut, seseorang mampu membuat lebih dari satu akun *Instagram*. Kehadiran *Instagram* menjadikan para penggunanya mampu berekspresi dan mengungkapkan

dirinya secara terbuka. Keterbukaan itulah yang dapat menciptakan kesadaran bagi seseorang untuk mengenali kemampuan dirinya, sehingga terciptalah konsep diri yang lebih dekat dengan kenyataan, lebih bebas, dan lebih positif.

KESIMPULAN

Kehadiran *multi account* membuat informan memiliki konsep diri yang positif. Hal ini dikarenakan informan mampu mencapai *ideal self* atau mampu mengkonsep diri sesuai dengan impian dan keinginan masing-masing. Selain itu, hasil tersebut juga didukung oleh tiga aspek, yaitu aspek fisik, aspek psikologi, dan aspek attitudinal. Berdasarkan aspek fisik, empat dari lima informan memiliki kecenderungan lebih percaya diri untuk memperlihatkan penampilan fisik yang apa adanya dalam *second account* daripada *first account*. Berdasarkan aspek psikologis, informan memiliki tingkat kenyamanan, kejujuran, dan ekspresif yang lebih tinggi dalam *second account* daripada *first account*.

Berdasarkan aspek attitudinal, informan menampilkan eksistensinya sebagai orang yang lebih profesional dalam *first account*. Sebaliknya, pada *second account*, informan cenderung menampakkan dirinya sebagai pribadi yang apa adanya.

Tingkat keterbukaan diri informan lebih besar pada *second account*. Hal ini ditinjau berdasarkan dari hasil Johari Window yang menunjukkan *open area* pada *second account* lebih besar dibandingkan *open area* dalam *first account*. Empat dari lima informan merasa bebas dan terbuka untuk membagikan informasi pribadi dalam *second account* karena dalam akun tersebut terdiri dari orang-orang terdekat yang mengenal informan secara langsung. Selain itu, informan lebih memilih untuk membuat *multi account Instagram* dibandingkan memanfaatkan fitur *close friend* karena kehadiran *multi account* mampu memberikan ruang lebih untuk berekspresi dan menunjukkan eksistensi diri bagi para informan.

Kelemahan riset ini adalah terbatasnya informan. Oleh karena itu, penelitian dengan banyak informan dengan latar belakang yang jauh lebih beragam perlu dilakukan. Dengan begitu, gambaran yang lebih mendalam mengenai peran *Instagram* dalam

penyingkapan diri dapat digambarkan dengan lebih baik. Dengan informan yang lebih banyak, faktor-faktor penyingkapan diri dan melalui akun yang mana juga lebih mudah digambarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chu, T. H., Sun, M., & Crystal Jiang, L. (2023). Self-disclosure in social media and psychological well-being: A meta-analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, 40(2), 576–599. <https://doi.org/10.1177/02654075221119429>
- DeVito, J. A. (2007). *The Interpersonal Communication Book* (14th edisi). Pearson Educations, Inc.
- Dindia, K., & Allen, M. (1992). Sex differences in self-disclosure: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 112(1), 106–124. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.106>
- Iman, M. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. Goodnewsfromindonesia.Id/. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Liang, H., Shen, F., & Fu, K. W. (2017). Privacy protection and self-disclosure across societies: A study of global Twitter users. *New Media and Society*, 19(9), 1476–1497. <https://doi.org/10.1177/1461444816642210>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Salemba Humanika.
- 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>
- 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. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Rakanda, D. R., Rochayanti, C., & Arofah, K. (2020). Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan*, 24(1), 478. <https://doi.org/10.31315/paradigma.v24i1.5020>
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi* (Firts). Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, G. P. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>
- Sagiyanto, A., & Ardiyanti, N. (2018). Self Disclosure melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak (Journal of Communication)*, 2(1), 81–94. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i1.687>

- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Remaja. *Interaksi-Online*, 6(4), 1–12.
- Stefany, Stella, Nurbani, B. (2017). Literasi Digital dan Pembukaan Diri: : Studi Korelasi Penggunaan Media Sosial Pada Pelajar Remaja di Kota Medan. *SosioGlobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2(1), 10–31. <https://doi.org/10.24198/jsg.v2i1.15268>
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 28).
- Trepte, S. (2015). Social Media, Privacy, and Self-Disclosure: The Turbulence Caused by Social Media's Affordances. *Social Media and Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2056305115578681>
- 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 and Society*, 20(1), 141–161. <https://doi.org/10.1177/1461444816660731>