



UN SUSKA RIAU

NOMOR SKRIPSI
7145/KOM-D/SD-S1/2025

**SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI SECOND ACCOUNT
INSTAGRAM (STUDI MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI
ANGKATAN 2021 UIN SUSKA RIAU)**

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

NENA MARIA ULFAH

NIM 12140321214

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2025**



كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

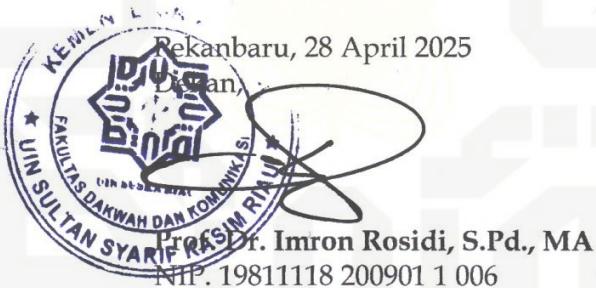
Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Pengaji Pada Ujian Munaqasyah
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini
menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Nena Maria Ulfah
NIM : 12140321214
Judul : Self Disclosure Generasi Z Melalui Second Account Instagram
(Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Uin Suska Riau)

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 17 Maret 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah
dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Tim Pengaji

Ketua/ Pengaji I,

Dr. H. Arwan, M.Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

Pengaji III,

Rusyda Fauzana, S.S., M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011

Sekretaris/ Pengaji II,

Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si
NIP. 19940213 201903 2 015

Pengaji IV,

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19810816 202321 1 012

1. Dakwah
2. Komunikasi

UIN SUSKA RIAU

© Hak ciptaan

Hak cipta
Dilindungi
Undang-
Na

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan menyebutkan sumber.

2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.



UIN SUSKA RIAU

Self Disclosure Generasi Z Melalui Second Account Instagram (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau)

Disusun Oleh:

Nena Maria Ulfah

12140321214

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 10 Maret 2025

Pembimbing

Dra. Atjih Sukaesih., M.Si

NIP. 19691118 19963 2 001

Mengetahui

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si

NIP. 19810313 201101 1 004

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama Nena Maria Ulfah

Nim 12140321214

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

Self Disclosure Generasi Z Melalui Second Account Instagram (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau), adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 12 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



Nena Maria Ulfah
NIM. 12140321214

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang megaungit sebagai jatah sanksi untuk pelanggaran peraturan akademik dan penyebarluasan informasi.
a. Pengutipan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Pengaji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama	:	Nena Maria Ulfah
NIM	:	12140321214
Judul	:	Penggunaan Second Account Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Di Kalangan Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau)"

Telah Diseminarkan Pada:

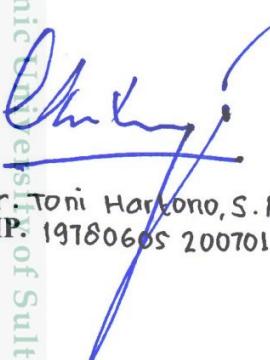
Hari :
Tanggal :

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 September 2024

Pengaji Seminar Proposal,

Pengaji I,


Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si
NIP. 19780605 200701 1024

Pengaji II,


Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880812 202012 2018



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik UIN SUSKA Riau

Pekanbaru, 17 Februari 2025

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di
Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Nena Maria Ulfah
NIM : 12140321214
Judul Skripsi : Self Disclosure generasi Z Melalui Second Account Instagram (Studi Ilmu Komunikasi Aangkatan 2021 UIN Suska Riau)

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing,

Dra. Atjih Sukaesih., M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI SECOND ACCOUNT INSTAGRAM (STUDI MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2021 UIN SUSKA RIAU)

NENA MARIA ULFAH

NIM. 12140321214

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena self-disclosure yang dilakukan oleh Generasi Z khususnya Mahasiswi Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui second account di Instagram. Generasi Z, yang dikenal sebagai pengguna aktif media sosial, sering kali menggunakan akun kedua (second account) untuk berbagi informasi pribadi yang lebih terbuka dan kurang terfilter dibandingkan dengan akun utama mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam kepada beberapa anggota Generasi Z yang aktif menggunakan second account Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa second account memberikan ruang bagi mereka untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas, mengurangi batasan yang ada di akun utama yang lebih publik. Self-disclosure yang terjadi melalui second account dipengaruhi oleh faktor privasi, pengendalian identitas, serta kebutuhan untuk berbagi pengalaman pribadi dengan kelompok yang lebih terbatas.

Kata Kunci: Self-disclosure, Generasi Z, second account Instagram.



UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI SECOND ACCOUNT INSTAGRAM (STUDI MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2021 UIN SUSKA RIAU)

ABSTRACT

NENA MARIA ULFAH
NIM. 12140321214

This research aims to analyze the phenomenon of self-disclosure carried out by Generation Z, especially Communication Science Students Class of 2021, Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau, through a second account on Instagram. Generation Z, who are known as active social media users, often use second accounts to share personal information that is more open and less filtered compared to their main account. This research uses a qualitative approach with in-depth interview techniques with several members of Generation Z who actively use second Instagram accounts. The research results show that the second account provides space for them to express themselves more freely, reducing the limitations that exist on the more public main account. Self-disclosure that occurs through second accounts is influenced by privacy factors, identity control, and the need to share personal experiences with a more limited group.

Keywords: Self-disclosure, Generation Z, second Instagram account.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti hantarkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi syarat untuk mengikuti ujian akhir Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam penulisan skripsi ini, tidak sedikit rintangan yang penulis hadapi, baik dari segi materi maupun nonmateri. Akhirnya, dengan segala perjuangan dan kerja keras serta semangat yang berkobar penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul: ***"SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI SECOND ACCOUNT INSTAGRAM (STUDI MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2021 UIN SUSKA RIAU)"***

Penulis menyadari bahwa penyusunin skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan serta kejanggalan baik dari segi bentuk, susunan, tata bahasa maupun dalam bentuk nilai ilmiahnya, karena itu penulis harapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat lebih sempurna di masa yang akan datang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dukungan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik moril maupun materil. Selain itu, banyak sekali curahan pikiran dan motivasi yang peneliti dapatkan demi kesempurnaan tugas berharga ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini, di antaranya:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag., beserta Wakil Rektor I, Ibu Prof. Dr. Hj. Helmianti, M.Ag., Wakil Rektor II, Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., dan Wakil Rektor III, Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D., atas segala dukungan dan kebijakan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di universitas ini.
2. Prof. Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, beserta para Wakil Dekan: Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag., Bapak Firdaus El Hadi. S.Sos., M.Soc.SC., dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag., atas dukungan dan arahan yang telah membantu penulis dalam perjalanan akademik ini
3. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
4. Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan saran saran kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
6. Bapak Ibu dan Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan untuk menggapai cita cita.
7. Kepada kedua orangtua tercinta, yaitu Superhero dan panutanku, Ayahanda Arfan Lubis, terimakasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Pintu surgaku, Ibunda Hasnizah, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan dukungan serta do'a yang teramat tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Kepada Ulung Azmi, Angah Elsa, Kak Novi, Adik Anggi dan Kak Ipar Alia terimakasih banyak telah memberi dukungan sepenuhnya kepada penulis terimakasih telah menjadi tempat keluh kesah penulis disaat sulitnya mengerjakan skripsi.
10. Terkhusus terimakasih banyak kepada Reski Ananda Putra S.E yang telah menemani penulis di masa masa sulit skripsi. terimakasih telah menemani, memberi semangat, membantu, mendukung, menjadi support system terbaik untuk penulis sehingga penulis berhasil sampai di titik ini.
11. Teruntuk 3NR sahabat Nisa, Nina, Rina terimakasih telah menjadi sahabat terbaik untuk penulis, terimakasih telah membersamai dan saling menguatkan, tujuh tahun persahabatan bukanlah waktu yang singkat untuk kita berbagi cerita sehat selalu dah sukses untuk kita, semoga bisa menjadi sahabat sesurga.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12. Teruntuk teman baik penulis dikampus Nayu, Viona, Nadira, Dewi, Annisa, Jessica terimakasih telah mau sama sama berjuang, ngerjakan tugas bareng, tidur bareng, stres bareng dan melakukan hal-hal random lainnya, sukses terus ya gusy semoga bisa bertemu di lain kesempatan.
13. And last but not least, terimakasih kepada diri saya sendiri "Nena Maria Ulfah" yang tetap kuat dan bertahan sampai sejauh ini. Semoga hal-hal baik selalu menghampiri, selalu punya cara untuk merayakan diri sendiri dan berbahagialah apapun yang terjadi. Semoga diri ini selalu punya ruang untuk selalu merasa cukup dan bersyukur atas diri sendiri tanpa harus membandingkan dengan apapun atau siapapun.

Akhir kata kepada semua pihak yang telah banyak membantu, semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan yang telah diberikan. Semoga apa yang telah di tulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.
Aamiin Ya Rabbal'Alamin

Pekanbaru, 14 Februari 2025
Penulis

Nena Maria Ulfah
NIM. 12140321214

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah.....	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	10
A. Kajian Terdahulu	10
B. Landasan Teori	16
C. Kerangka Pikir.....	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Sumber Data Penelitian.....	27
D. Informan Penelitian	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Validitas Data.....	29
G. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	32
A. Penggunaan Media Sosial Instagram	32
B. Pengungkapan Diri Melalui Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z.....	38
C. Sejarah Singkat Jurusan Ilmu Komunikasi (FDK) UIN Suska Riau	40
D. Visi, Misi, dan Tujuan Visi	42



UN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL PENELITIAN	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan.....	58
BAB VI PENUTUP	64
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data nama informan dan unsurname second account Instagram.....	28
Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021.	43
Tabel 4.2 Daftar Nama Dosen Program Ilmu Komunikasi.....	43

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi Media Sosial Terbanyak.....	2
Gambar 2.1 Model Teori Johari Window	23
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	25
Gambar 4.1 Logo Instagram	32
Gambar 4.2 Unggahan Foto dan Video Aplikasi Instagram	34
Gambar 4.3 Stories Aplikasi Instagram	35
Gambar 4.4 Reals Aplikasi Instagram	36
Gambar 4.5 Like dan Komen Aplikasi Instagram	36
Gambar 4.6 Direct Message Aplikasi Instagram	37
Gambar 4.7 Logo ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.....	40
Gambar 5.1 Instagram Informan @estehavocado.....	47
Gambar 5.2 Instagram Inforan @wia_ii	48
Gambar 5.3 Instagram Inforan @2nd.hh.....	49
Gambar 5.4 Instagram Inforan @deljimjj.....	50
Gambar 5.5 Instagram Inforan @khayrnnnn	51

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mas...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I**PENDAHULUAN****A. Latar Belakang Masalah**

Teknologi komunikasi telah berkembang sangat pesat di era sekarang. Kemunculan media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat umum. Siapapun yang memiliki handphone kemungkinan besar memiliki akun Facebook, Twitter, Instagram, dan platform media sosial lainnya. Facebook memiliki 71,6 juta pengguna dan Instagram memiliki 19,9 juta pengguna sebagai dua platform media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia, menurut riset Asosiasi Penyedia Jasa Internet (APJII). Menurut data APJII, media sosial berperan besar dalam masyarakat dengan memfasilitasi koneksi yang lebih cepat antara individu dan kelompok serta antar individu. Kondisi tersebut dapat mengubah suatu kebiasaan Masyarakat di era digital saat ini.(Martha, 2021)

Hampir setiap ponsel di Indonesia memiliki akses internet. Siapa pun dapat mengakses internet kapan saja dan dari lokasi mana saja. Sangat mudah bagi siapa pun untuk menjelajahi internet dan berkomunikasi dengan teman di situs jejaring sosial. Kemajuan teknologi komunikasi di Indonesia juga memfasilitasi hal ini. Kemajuan internet juga berdampak pada media massa. Banyaknya media online yang baru berkembang menunjukkan hal ini. Pada kenyataannya, hampir semua media massa cetak dan elektronik, termasuk radio dan televisi memiliki kehadiran internet, dengan kata lain, konvergensi media telah terjadi. Kehidupan masyarakat modern kini melibatkan internet. Baik dalam bidang bisnis, pendidikan, militer, kesehatan, maupun urusan pribadi, internet telah ada dan terintegrasi ke dalam kehidupan sosial masyarakat sehari-hari. Sejak pertama kali dikembangkan 67 tahun lalu, internet telah mengalami perubahan.(Nurbaiti & Alfarisyi, 2023)

Kecepatan perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara Masyarakat berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Situs jejaring sosial dengan integrasi jaringan internet memberikan banyak informasi. Di antara bentuk media kontemporer terlihat di situs jejaring sosial adalah media sosial. Alasan media sosial begitu populer adalah karena sangat memudahkan individu untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi secara rutin. Petunjuk nonverbal minimal digunakan dalam komunikasi media sosial yang difasilitasi

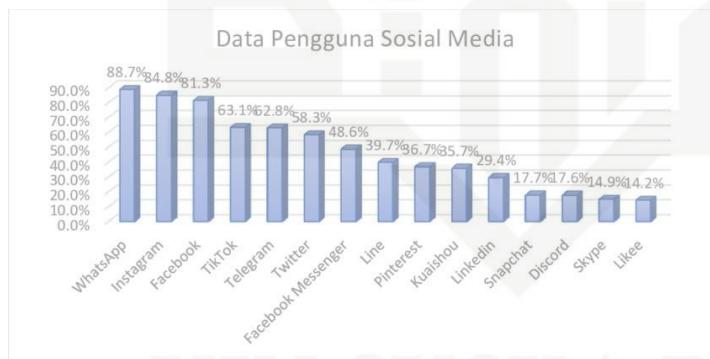
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh internet. Informasi dipertukarkan di media sosial pada tingkat yang bergerak dari permukaan ke tingkat pribadi, sebuah proses yang dikenal sebagai penetrasi sosial(Herna & Sari, 2023).

Salah satu platform media sosial yang populer untuk bertukar informasi adalah Instagram. Aplikasi yang terkenal dengan kemampuan berbagi foto dan video ini berdampak pada perilaku pengguna yang mengedepankan gambar yang menarik dan indah. Di mana konsumen dapat memanfaatkan filter digital bawaan informasi yang dibagikan untuk membuat gambar atau video yang dibagikan menarik secara visual. Salah satu ciri khas Instagram, menurut Wikipedia, adalah kemampuannya untuk memotong foto menjadi format persegi menyerupai keluaran kamera Kodak Instamatic atau Polaroid. Dibandingkan dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9, ini berbeda. Kamera perangkat seluler sering menggunakan ini. Ada juga fitur teman dekat di Instagram. Pengguna Instagram dapat memilih siapa yang dapat melihat postingan dengan mudah berkat fungsi ini.(Suryani & Wiryadigda, 2022) . Instagram merupakan salah satu platform media sosial untuk memperoleh informasi dan komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini. Instagram adalah platform komunikasi yang relatif baru di mana pengguna dapat dengan mudah membagikan cerita atau informasi berupa gambar atau video satu sama lain. Saat menggunakan aplikasi Instagram, pengguna menggunakan Instagram sebagai sumber media dan informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Pemanfaatan Instagram sebagai sumber ilmu Pendidikan melalui media sosial merupakan fenomena yang relatif baru. Faktanya, media sosial menjadi semakin umum di kalangan remaja saat ini.(Sari & Basit, 2020)



Gambar 1.1 pengguna aplikasi media sosial terbanyak Sumber:
<https://databoks.katadata.co.id/>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mas...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Second Account atau akun kedua Instagram umumnya diperuntukkan pada hal hal yang bersifat lebih privasi. Second account digunakan seseorang untuk mengekspresikan diri mereka kembali dengan versi lain dari diri mereka. Second account umumnya memiliki ciri khas seperti akun terkunci, nama akun tidak menggunakan nama asli, dan jumlah pengikut terbilang sedikit karena isinya hanya orang terdekat. Oleh sebab itu pengguna second account akan lebih bebas dan percaya diri untuk mengunggah postingan tanpa takut di nilai buruk oleh orang lain. Meskipun lebih bebas, pengguna tetap memperhatikan privasi dan tidak menampilkan semua sisi buruk dalam diri mereka. Pengguna memiliki dua akun berbeda, masing-masing mewakili diri asli mereka. Pengguna tidak dapat menampilkan dirinya di akun pertamanya karena merasa tidak pantas dan tidak dapat menjadi dirinya sendiri. Dengan kata lain, ia was-was dengan pendapat orang lain terhadap unggahan yang akan mereka posting. Sebaliknya, akun kedua merupakan akun yang menampilkan gambaran kepercayaan diri mereka oleh karena itu, panggung depan adalah tempat akun pertama mewakili diri sendiri untuk menonjolkan citra positif, namun itu bukanlah siapa Anda sebenarnya karena itu adalah unggahan mendalam ke akun utama, di mana pengguna menggunakan panggung belakangnya di akun kedua dengan menjadi diri sendiri dan sisi lain yang dimilikinya.(Pamungkas & Lailiyah, 2019)

Hadiion dkk. (2020) menyatakan bahwa generasi Z lebih mahir menggunakan teknologi, lebih nyaman berinteraksi dan berkomunikasi di media sosial, serta lebih mahir melakukan multitasking, namun umumnya kurang mahir dalam komunikasi verbal. Mereka lebih melek teknologi, mudah beradaptasi, dan menyukai budaya lokal karena mereka lahir pada masa revolusi teknologi. Namun karena sering mempublikasikan detail kehidupannya di media sosial, ia berkembang menjadi sosok yang tidak peka terhadap hakikat dirinya. Generasi Z adalah salah generasi dengan pengguna sosial media terbanyak di seluruh dunia.(Selfilia Arum Kristanti & Eva, 2022) Generasi Z sangat bergantung pada internet, khususnya media sosial. Mereka sangat gembira dengan ketenaran mereka, mengumpulkan suka dan pengikut di setiap postingan media sosial. Jumlah waktu yang dibutuhkan Generasi Z Enam hingga tujuh jam sehari dapat dihabiskan di media sosial, dan 44% pengguna memeriksa akun mereka hampir setiap jam. Kemajuan masyarakat Indonesia, khususnya generasi Z, mengakibatkan mereka dihadapkan pada berbagai konsekuensi terkait media sosial. Tentu saja hal ini akan berdampak positif dalam meningkatkan kesadaran generasi Z terhadap kemajuan globalisasi. Tentu saja, kerugiannya bersifat turun-temurun. Generasi Z akan menjadi generasi yang malas karena ia menghabiskan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seluruh waktunya di media sosial. Tentu saja, dampak lainnya adalah Generasi Z tidak memiliki peluang interaksi sosial, yang pada akhirnya berkontribusi pada perkembangan mereka menjadi generasi warga negara yang angkuh dan tidak dapat dipercaya. Generasi Z merupakan generasi yang bermasalah secara moral akibat kemajuan teknologi. Karena ketergantungan dan kecerobohan mereka dalam memanfaatkan media sosial, Generasi Z mengalami isu-isu baru yang berkaitan dengan bidang sosial, budaya, dan ekonomi.(Liah et al., 2023)

Pencarian remaja terhadap jati dirinya sebagai remaja dan usia sangat muda berdampak pada komunikasi interpersonalnya yang berujung pada berkembangnya rasa percaya diri. Ikatan interpersonal dan komunikasi siswa sangat penting untuk mengembangkan konsep diri dan aktualisasi diri mereka. Diri, untuk bertahan hidup, untuk menemukan kesenangan, dan untuk melepaskan diri dari stres dan ketegangan. Pembentukan identitas mengarah pada rasa percaya diri. Identitas diri yang kuat akan menghasilkan harga diri yang baik. Identitas yang mundur melemahkan harga diri seseorang. Rasa percaya diri berdampak pada kemampuan seseorang dalam berinteraksi dan berkomunikasi interpersonal. Karena kepercayaan diri mempengaruhi komunikasi interpersonal, hal ini juga mempengaruhi bagaimana pelajar dan remaja pada umumnya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi.(Annisa et al., 2020)

Kebiasaan untuk membagikan rutinitas keseharian di media sosial banyak dilakukan oleh kaum perempuan tidak terkecuali mahasiswi. Fakta ini diperkuat dengan hasil survei <https://tekno.kompas.com> sebesar 50,8% pengguna Instagram di dominasi oleh perempuan. Namun tidak semua mahasiswi mau membagikannya di akun utama mereka. Mereka menganggap bahwa akun pertama merupakan akun yang hanya dapat memuat hal-hal baik terkait citra diri mereka. Instagram juga memungkinkan para penggunanya untuk memiliki lebih dari satu akun atau lebih dikenal dengan sebutan akun kedua (second account). Akun kedua ini menjadi sarana alternatif yang strategis bagi mahasiswi agar lebih leluasa dalam membagikan cerita atau pengalaman yang sifatnya lebih pribadi. Pada akun kedua ini pula para mahasiswi dapat memilah teman-teman terdekat yang ingin dijadikan bagian dari akun pribadi mereka ini. Sebagai platform sosial, Instagram dapat menonjol dalam persaingan yang ketat terutama karena positioning aplikasinya yang jelas dan keunggulannya yang luar biasa dibandingkan platform media sosial lainnya (Yang, 2021).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Instagram memiliki banyak fitur yang tidak kalah menarik dari aplikasi sosial media lainnya, diantaranya: Explore, Video, Instagram Direct, IG TV dan Instagram Stories. Instagram juga memungkinkan penggunaannya memiliki lebih dari satu akun Instagram atau disebut juga multiple account. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan generasi Z, terutama Instagram. Dalam penggunaannya, muncul fenomena second account atau yang biasa disebut fake account (akun kedua) sebagai wadah bagi pengguna untuk lebih bebas mengekspresikan diri tanpa tekanan sosial yang ada di akun utama (main account). Salah satu aspek penting dalam penggunaan second account adalah self-disclosure, yaitu keterbukaan individu dalam membagikan informasi pribadi, perasaan, atau pemikiran mereka kepada orang lain.

Multiple Account merupakan sebuah fitur yang memungkinkan para pengguna Instagram membuat dan mengelola lebih dari satu akun pada satu smartphone yang dimiliki. Banyak pengguna Instagram yang memiliki akun lebih dari satu yang biasanya disebut dengan Akun Kedua (Second Account). Menurut Kang dan Wei Second Account merupakan akun yang digunakan untuk membagikan postingan diluar akun utama, dan biasanya digunakan untuk menjalin hubungan sosial dengan pengguna akun lainnya. Bisa diartikan bahwa akun kedua sebuah istilah yang digunakan untuk mengacu pada akun tambahan yang dibuat oleh pengguna di platform media sosial, seperti Instagram (Prihantoro et al., 2020). Akun kedua ini akun yang dibuat oleh seseorang selain akun utama mereka dengan tujuan seperti privasi, ekspresi diri, pengelolaan konten, dan berinteraksi dengan kelompok tertentu.

Generasi Z cenderung menggunakan second account sebagai ruang yang lebih privat dan eksklusif dibandingkan akun utama mereka. Akun ini sering kali diikuti oleh lingkaran pertemanan yang lebih kecil dan dipercaya, sehingga mereka merasa lebih nyaman dalam mengungkapkan hal-hal yang mungkin tidak bisa mereka bagikan di akun utama. Faktor anonimitas parsial dan eksklusivitas inilah yang mempengaruhi pola self-disclosure pada generasi Z.

Keterbukaan diri (self-disclosure) pada media sosial Instagram artinya kegiatan untuk membagi informasi diri kepada orang lain mengenai perilaku, rutinitas, keinginan, serta perasaan yang sedang dirasakan dalam diri individu. Terdapat perbandingan yang bisa dilihat ketika seseorang membuka dirinya melalui media sosial dengan pengungkapannya diri secara langsung melalui tatap muka. Hal-hal yang sangat privasi cenderung dianggap sebagai suatu hal yang layak untuk diungkapkan di media sosial dibanding disimpan untuk pribadi (Lin

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

& Utz, 2017). Biasanya, seseorang akan mengungkapkan informasi mengenai dirinya yang bersifat pribadi ini hanya kepada orang yang sudah dikenal dengan baik. Semakin seseorang mengenal baik orang lain maka akan semakin dalam pula informasi mengenai dirinya yang diungkapkan (Yz-zahra Fayaretharatri Arkani, 2020).

Akun Kedua ini biasanya digunakan untuk berinteraksi sosial dengan pengguna lain, dan pemiliknya dapat mengendalikan siapa yang dapat mengaksesnya serta menjaga privasi mereka. Kehadiran Akun Kedua ini sering dilakukan oleh banyak orang, terutama wanita, sebagai wadah untuk mengungkapkan emosi dan pikiran dengan lebih bebas. Mereka membatasi jumlah pengikutnya dan memilih orang-orang yang mereka percayai. Ini memungkinkan mereka untuk merasa lebih nyaman dalam berbagi informasi pribadi, perasaan, dan pengalaman mereka, yang mungkin tidak mereka bagikan secara terbuka di akun utama mereka. Akun Kedua juga dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam mengatur identitas dan citra yang ingin mereka tampilkan di akun utama mereka. Akibatnya, akun utama sering dijaga dengan baik dan dianggap sebagai representasi diri yang hampir sempurna.

Dengan memahami bagaimana generasi Z memanfaatkan self-disclosure melalui second account Instagram, kita dapat mengeksplorasi lebih lanjut dampak sosial, psikologis, serta batasan yang sebaiknya diterapkan dalam penggunaan akun kedua agar tetap aman dan sehat secara mental.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas untuk mengetahui penggunaan second account Instagram pada generasi Z khususnya mahasiswa, oleh karena itu penulis mengadakan penelitian yang berjudul **“Self Disclosure Generasi Z melalui Second Account Instagram (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angatan 2021 UIN Suska Riau)”**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari ketidakkonsistenan dan kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini, penulis memberikan penjelasan berikut mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Penggunaan Second Account

Second account dalam bahasa Indonesia yaitu akun kedua. Akun kedua merupakan akun lain dari aku pertama. Akun kedua, sering dikenal sebagai akun di mana individu bebas mengekspresikan diri dan melakukan apa pun yang mereka inginkan. Fenomena Second Account sesuai dengan salah satu teori yaitu Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, ia adalah seorang sosiologi ternama. (Selfilia Arum Kristanti & Eva, 2022)

2. Instagram

Instagram berasal dari kata instan, atau insta, yang memiliki arti yang sama dengan kamera foto Polaroid kuno. Meskipun kata "gram" berasal dari kata "telegram", namun menurutnya, telegram dimaksudkan untuk transmisi informasi secara instan. Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah program ponsel pintar yang berfungsi seperti Twitter, tetapi juga memungkinkan pengguna mengambil gambar dan berbagi informasi satu sama lain. Ini adalah perangkat lunak jaringan sosial. Pengguna Instagram dapat terinspirasi dan kreativitas mereka dapat ditingkatkan. Ada fitur-fitur di Instagram yang membantu memperbaiki gambar.(Khatibah, 2011)

3. Self-Disclosure

Self-disclosure merupakan bagian dari komunikasi interpersonal, dimana terdapat keterlibatan individu bersama dengan orang lain didalamnya. Pengungkapan diri yang dilakukan dapat mencapai tahap hubungan interpersonal yang dapat dilihat dari tingkat kedalaman dan keluasan topik pembicaraan. Seringkali apa yang dibagikan mahasiswa pada akun kedua instagramnya tidak difilterisasi terlebih dahulu. Mereka beranggapan bahwa hanya teman-teman terdekatlah yang dapat melihatnya, maka dari itu mereka bebas membagikan apapun perasaan dan pengalaman yang mereka rasakan tanpa perlu takut untuk dihakimi. Padahal kemungkinan-kemungkinan terburuk yang menjadi dampak keterbukaan diri pada teman terdekat sekalipun pasti selalu ada. Individu yang menginformasikan segala hal mengenai dirinya kepada siapapun disebut dengan over disclosure.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Generasi Z

Generasi Z atau Gen Z, Gen Zers, atau generasi pasca-milenial. Generasi internet, yang sering dikenal sebagai Generasi Z, adalah kelompok orang yang menggunakan teknologi secara teratur. Generasi Z lahir dan dibesarkan di dunia yang serba digital dan berteknologi maju. Karena Generasi Z lahir di masa teknologi mulai berkembang pesat, mereka terbiasa menggunakan berbagai platform media sosial saat ini. (Sawitri, 2021)

Menurut Mannheim, konsep "generasi" didasarkan pada teori atau sosiologi generasi di mana anggota dari generasi yang sama berbagi tahun kelahiran yang sama.(Lubis & Mulianingsih, 2019)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana SelfDisclosure Generasi Z melalui Second Account Instagram (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau)?

D. Tujuan Penelitian

Untuk kepentingan penelitian, sangat penting untuk mengetahui titik akhir penelitian agar penelitian jelas dan tidak menyimpang dari objeknya. Maka penelitian ini bertujuan untuk:

Mengetahui SelfDisclosure Generasi Z melalui Second Account Instagram (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau)

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah untuk:

1. Manfaat secara teoritis: penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran, ide-ide, serta sarana untuk memahami Ilmu Komunikasi khususnya di bidang Public Relation.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui penggunaan Second Account Instagram terhadap kepercayaan diri di kalangan Generasi Z bagi mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari pokok pokok permasalahan yang dibahas pada masing masing bab yang diuraikan menjadi beberapa bagian:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Berisikan tentang kajian terdahulu, kajian teori dan kerangka pikir

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informasi penelitian teknik pengumpulan data, validasi data dan Teknik pengumpulan data

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Berisikan gambaran umum mengenai **SelfDisclosure Generasi Z melalui Second Account Instagram** (Studi Mahasiswa UIN Suska Riau Angkatan 2021 Pengguna Second Account Instagram)

BAB V : HASIL PENELITIAN

Berisikan tentang data yang diperoleh dilapangan sesuai dengan judul penelitian

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II**TINJAUAN PUSAKA****A. Kajian Terdahulu**

Beberapa penelitian yang terkait dengan penggunaan Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z. Penulis sudah mencari beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Rujukan pertama yaitu dari Rahmawaty Khoerunnisa, Tasya Maharani Selian, Tiara Nurvikarahmi. Tahun 2021 dengan judul **“Peranan Penggunaan Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Remaja”** Mayoritas peserta mengatakan bahwa penggunaan Instagram untuk media sosial berdampak pada kepercayaan diri mereka. Usia, lama penggunaan, dan penampilan fisik merupakan contoh karakteristik internal yang berkontribusi terhadap rasa percaya diri. Pengalaman hidup dan lingkungan sekitar merupakan contoh variabel eksternal. Motivasi masyarakat untuk menggunakan Instagram dan memposting gambar atau video semakin berkurang seiring bertambahnya usia. Beberapa orang takut membagikan film atau gambar mereka; yang lain tidak cukup berani untuk melakukannya. Perubahan psikososial dalam diri mereka menjadi penyebabnya. Tingkat kepercayaan diri dipengaruhi oleh perubahan psikososial. Orang yang menggunakan Instagram untuk berkomunikasi tidak akan menghabiskan terlalu banyak waktu untuk itu. Sebaliknya, mereka yang menggunakan Instagram untuk browsing konten atau mencari informasi akan lebih banyak menghabiskan waktunya di sana. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan materi Instagram yang tidak terbatas. Pengguna lama Instagram secara otomatis dihadapkan pada sejumlah besar konten yang diposting pengguna, termasuk foto selfie dan OOTD. Pengguna mungkin mulai membandingkan diri mereka dengan pengguna lain saat mereka melihat lebih banyak hal. Hal ini tentu akan menurunkan tingkat kepercayaan dirinya. Sementara itu, pengguna.(Khoerunnisa et al., 2021)
2. Rujukan kedua yaitu dari Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, Noviawan Rasyid Ohorella. Tahun 2020 dengan judul **“SelfDisclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram”** Temuan penelitian ini memperjelas bahwa meskipun generasi milenial memiliki rata-rata tingkat keterbukaan yang bervariasi, hal ini dapat dikaitkan dengan fakta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

bahwa setiap individu memiliki kepribadian yang unik. Mereka dapat mengekspresikan diri dan membagikan apa pun yang mereka inginkan di akun kedua. Memiliki akun kedua dapat membantu Anda mengatasi rasa tidak aman dan mendapatkan kepercayaan diri untuk tampil lebih baik di akun pertama Anda. Karena akun kedua ditutup dan hanya orang terdekat yang bisa mem-follow Anda, komunikasinya lebih personal. Temuan penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan baru yang mendorong generasi milenial secara keseluruhan untuk selalu bersikap autentik dan percaya diri. Generasi milenial bisa mengekspresikan diri secara efektif di Instagram dengan akun kedua. Materi yang ditawarkan kepada kaum milenial adalah tentang perasaan diri mereka serta emosi dan situasi yang mereka lalui. Mereka lebih terbuka pada akun kedua karena bersifat pribadi dan hanya teman dekat serta keluarga yang dapat melihat informasi yang mereka posting.(Prihantoro et al., 2020)

3. Rujukan ketiga yaitu dari Herna, Annisa Alifya Sari. Tahun 2023 dengan judul **“Komunikasi Dalam Pengembangan Hubungan Antarpribadi Melalui Second Account Instagram”** Temuan penelitian menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya pelajar, memanfaatkan akun Instagram sekunder untuk membangun hubungan dan menemukan pasangan angkah. Keterbukaan diri sangat penting dalam pembentukan hubungan karena hal ini memungkinkan angkah an kehadiran secara bertahap serta kedalaman dan keluasan. Tingkat keterbukaan diri bervariasi tergantung pada masing-masing pengguna. Tergantung pada apakah hubungan tersebut menghasilkan imbalan, komunikasi dapat berkembang dari tahap eksplorasi ke tahap yang lebih pribadi. Sebaliknya, jika pengguna tidak merasa puas atau mendapat manfaat dari hubungannya dengan seorang pengikut, mereka akan menghapus pengikut tersebut dari fitur teman dekat atau menyembunyikannya dari fitur teman dekat sama sekali. Jika pengguna merasa mendapat manfaat dari hubungan tersebut, maka informasi yang dibagikan akan menunjukkan keintiman (saling pengertian dan dukungan). Pengguna akun kedua, yang besar adalah generasi muda, memilih siapa yang ingin mereka ikuti dan memastikan orang tersebut adalah orang yang sering berinteraksi dengan mereka. Melalui keterbukaan diri, mereka membangun hubungan dan menemukan pasangan asmara melalui akun Instagram keduanya. Pemegang akun kedua secara bertahap membangun kehadiran dan membocorkan informasi pribadi yang lebih mendalam dan luas. Tingkat keterbukaan pengguna bervariasi berdasarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

kepribadian unik mereka. Pengguna dapat terhubung secara ekspresif dan berani satu sama lain dan berbagi konten yang ingin mereka bagikan ketika mereka memiliki akun Instagram kedua. Tingkat keterbukaan diri bervariasi tergantung pada masing-masing pengguna. Proses komunikasi dimulai secara offline dan berlanjut ke tahap investigasi, yang diakhiri dengan percakapan yang emosional atau ekstensif. (Herna & Sari, 2023) Rujukan keempat yaitu dari I Putu Hendika Permana, I Dewa Made Sutedja. Tahun 2021 dengan judul **“Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua Di Media Sosial Instagram”** Menurut temuan akhir penelitian, pengguna Instagram pada dasarnya membuat akun kedua di media sosial karena 15 alasan terkait data. 15 alasan data tersebut meliputi: aktivitas berbagi yang hanya dapat dilihat oleh teman terdekat Anda dan beberapa orang terpilih; mengikuti akun Instagram toko online; memposting konten secara bebas dalam jumlah yang lebih besar; mengawasi akun orang lain; memisahkan jabatan pribadi dari jabatan profesional; memiliki banyak akun Instagram; menyembunyikan identitas asli Anda sehingga Anda dapat memposting konten dengan bebas; menguji feed postingan akun sebelum memposting di akun utama; dan memiliki lebih banyak kebebasan untuk mengekspresikan diri di akun kedua. Mengiklankan barang atau jasa yang sedang dijual, mencari teman baru di luar akun utama Anda, mengurangi jumlah pengikut untuk membantu Anda fokus pada lingkaran pertemanan yang lebih kecil, menyukai lebih banyak kiriman dan mendapatkan lebih banyak pengikut di akun utama Anda, dan menunjuk cadangan akun jika akun utama mengalami masalah.

4. Rujukan kelima yaitu dari Ananda Putri Fitriyani Husain, Julius Lodewijk Kaunang Randang, Lingkan E. Tulung. Tahun 2023 dengan judul **“Dramaturgi Pengguna Second Account Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat Manado)”** Temuan penelitian menunjukkan bahwa popularitas Instagram di kalangan pelajar dapat dikaitkan dengan berbagai fitur menariknya, yang mencakup kemampuan untuk berbagi gambar dan video serta reels, IGTV, Instagram Stories, dan banyak lagi. Peneliti mengamati dan berbincang dengan sejumlah pengguna media sosial kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi yang mempelajari ilmu komunikasi pada Oktober 2021. Dari mereka, 10 orang mengaku memiliki akun Instagram, dan lima orang di antaranya mengaku memiliki dua akun. Banyak orang membuat dua akun Instagram karena merasa lebih nyaman membagikan postingannya kepada teman terdekat dan keluarga dibandingkan dengan publik. Hal ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

memungkinkan mereka untuk memilih siapa yang dapat mengikuti akun kedua mereka. Ini menjelaskan mengapa banyak orang memiliki dua akun. Melalui Akun Kedua, pengguna Instagram bisa menjadi asli. Pengguna Instagram memiliki kesempatan untuk membatasi profil publik mereka dengan menggunakan Akun Kedua. Akun kedua, menurut peneliti, adalah ekspresi diri sejati yang hanya dapat dilihat oleh anggota keluarga dekat atau terpercaya. Para peneliti telah menemukan bahwa dua faktor Tahap Depan dan Tahap Belakang mempengaruhi keputusan seseorang untuk membuat Akun Kedua. Pertimbangan panggung depan antara lain menyembunyikan dan menghindari topik-topik yang dianggap pribadi untuk diketahui publik, seperti kehidupan sehari-hari yang tidak perlu dilihat publik, dan memiliki Akun Kedua untuk memiliki tempat pribadi yang hanya berisi orang-orang terdekatnya. Dalam upaya mencegah dan mengurangi spelecehan atau penghinaan pada saat hendak berekspresi. Dikatakan bahwa memiliki akun kedua memberi Anda kebebasan untuk mengekspresikan diri dan tidak khawatir dihakimi.(Husain et al., 2023)

5. Rujukan keenam yaitu dari Alex Mohammad L. Haqqi, Muhammad Kharisul Ilmi. Tahun 2023 dengan judul **“Pengaruh Second Account Instagram Terhadap Self-Disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”** Ditemukan bahwa tingkat keterbukaan diri pengguna di Instagram dipengaruhi secara positif oleh seberapa aktif mereka di akun Instagram kedua. Namun perlu diingat bahwa penggunaan akun Instagram kedua bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi keterbukaan diri. Sejumlah variabel lain, termasuk kualitas sifat, usia, budaya, efek diadik, ukuran kelompok sosial, sentimen kepercayaan atau kesukaan, serta minat dan percakapan yang sama, mungkin juga signifikan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Self-Disclosure seseorang di situs media sosial agar mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Temuan ini menambah pengetahuan kita tentang bagaimana interaksi sosial dan keterbukaan diri di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat terdampak oleh fenomena Second Account Instagram. Konsekuensi praktis penelitian ini terbukti bermanfaat dalam bidang pendidikan dan penerapan etika komunikasi media sosial. Pengungkapan Diri adalah komponen penting dalam komunikasi interpersonal. Istilah “self-disclosure” menggambarkan kecenderungan seseorang untuk bersikap transparan dan membocorkan informasi pribadi kepada orang lain. Memberikan informasi kepada orang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- lain dan mendapatkan tanggapan dari mereka adalah dua komponen dari prosedur ini. Salah satu perkembangan yang menarik dalam dinamika keterbukaan diri di era digital adalah munculnya “akun Instagram kedua”. Mengingat beberapa hal harus tetap dirahasiakan, penggunaan akun kedua dapat dilihat sebagai upaya untuk mengelola dan menjaga identitas terpisah secara online. (Haqqi & Ilmi, 2023)
6. Rujukan ketujuh yaitu dari Retno Dwi Dayanti, Yulianita. Tahun 2020 dengan judul **“Hubungan Intimate Friendship dan Harga Diri dengan Keterbukaan Diri Pengguna Second Account di Media Sosial Instagram Pada Pelajar Kelas VIII SMP 287 Jakarta Timur”** Persahabatan intim dan keterbukaan diri berkorelasi positif pada siswa kelas VIII SMP 287 Jakarta Timur yang memiliki akun Instagram kedua. Oleh karena itu, derajat keterbukaan diri meningkat dengan adanya persahabatan yang erat. Sebaliknya, derajat keterbukaan diri menurun seiring dengan intensitas persahabatan yang erat. Keterbukaan diri dan harga diri berkorelasi positif pada siswa kelas VIII SMP 287 Jakarta Timur yang menggunakan Instagram sebagai platform media sosial kedua. Oleh karena itu, derajat keterbukaan diri meningkat seiring dengan harga diri. Sebaliknya, semakin rendah tingkat keterbukaan diri maka semakin rendah pula harga diri. Di kalangan siswa kelas VIII SMP 287 Jakarta Timur, terdapat korelasi positif yang patut diperhatikan antara persahabatan erat dengan harga diri, terbukti dengan keterbukaan diri pengguna akun kedua di Instagram. Dinyatakan bahwa derajat keterbukaan diri meningkat dengan adanya hubungan yang erat dan harga diri. Sebaliknya, tingkat keterbukaan diri menurun seiring dengan menurunnya tingkat hubungan dekat dan harga diri. (Dayanti & Yulianita, 2024)
 7. Rujukan kedelapan yaitu dari Selviana, Sari Yulinar. Tahun 2020 dengan judul **“Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram”** Harga diri mempengaruhi kepercayaan diri karena seseorang dengan harga diri yang positif juga akan memiliki rasa diri yang positif, sehingga memungkinkan mereka untuk bertindak dan terlibat dengan orang lain dan masyarakat sendiri. Citra diri positif remaja mengembangkan rasa percaya diri yang positif melalui kemampuannya bertindak mandiri untuk menyelesaikan tugas tanpa bantuan, rasa percaya diri untuk melakukan perbuatan baik seperti membantu orang lain, dan kemampuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

menghormati teman, keluarga, dan orang lain. Individu. Citra diri yang buruk akan menimbulkan rendahnya harga diri dan perasaan tidak mampu, sehingga menghambat kemampuan seseorang untuk berubah baik secara pribadi maupun sosial. Meskipun perbedaan fisik membuat orang terlihat lebih diinginkan, hal itu juga membuat orang merasa rendah diri. Gangguan fisik apa pun menyebabkan rasa malu dan menurunkan kepercayaan diri seseorang. Menurut penelitian ini, kepercayaan diri diartikan sebagai keyakinan seseorang terhadap bakatnya yang ditunjukkannya dalam tindakan sehari-hari dan tidak membiarkan orang lain memengaruhinya. (Selviana & Yulinar, 2022)

8. Rujukan kesembilan yaitu dari Nur Saputrian. Tahun 2020 dengan **judul “Motif Penggunaan Second Account Instagram DI Kalangan Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau”** Misalnya, dalam penelitian ini, keinginan kognitif ditunjukkan oleh akun Instagram kedua informan, di mana mereka mempublikasikan konten yang mereka inginkan dan sukai tanpa khawatir menerima feedback, sehingga memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Dalam penelitian, kebutuhan afektif dilihat melalui kacamata pandangan kedua. Kebutuhan batin informan terpuaskan karena apapun bisa diungkapkan di Instagram. Menurut penelitian, perlunya integrasi pribadi membantu orang-orang terdekat seseorang seperti teman dekat, keluarga, atau sahabat untuk memahami jati diri mereka dengan lebih baik. Misalnya, dalam penelitian ini, keinginan kognitif ditunjukkan oleh akun Instagram kedua informan, di mana mereka mempublikasikan konten yang mereka inginkan dan sukai tanpa khawatir menerima feedback, sehingga memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Dalam penelitian, kebutuhan afektif dilihat melalui kacamata pandangan kedua. Kebutuhan batin informan terpuaskan karena apapun bisa diungkapkan di Instagram. Menurut penelitian, perlunya integrasi pribadi membantu orang-orang terdekat seseorang seperti teman dekat, keluarga, atau sahabat untuk memahami jati diri mereka dengan lebih baik. Dalam penelitian ini, para informan memanfaatkan akun utama sebagai front stage yakni akun pencitraan dan formalitas yang ditujukan terutama untuk khalayak dan akun kedua sebagai back stage, yakni akun dengan kebebasan tak terbatas dalam melakukan apa pun. Hasil wawancara dan observasi para informan, serta pemeriksaan aktivitas mereka pada akun kedua dan pemeriksaan langsung terhadap pola perilaku mereka digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Enam informan hadir sesuai dengan

konsep penelitian yang akan diteliti, sesuai dengan hasil penelitian.(Saputriyan, 2022)

9. Rujukan kesepuluh yaitu dari Safina Rahma. Tahun 2021 dengan judul **“Pengaruh Motif Penggunaan Second Account Instagram Terhadap Kepuasan Hidup”** Temuan penelitian menunjukkan bahwa, karena ukuran sampel yang kecil yaitu 0,2%, tidak ada hubungan antara kepuasan hidup dan alasan membuat akun Instagram kedua. Empat faktor pengetahuan tentang orang lain, kesejukan, hubungan sosial, dan hiburan ditentukan berdampak positif terhadap kebahagiaan hidup berdasarkan analisis yang dilakukan pada setiap komponen. Faktor lain yang menurunkan kepuasan hidup adalah mendokumentasikan dan bereksperimen dengan media dan hiburan baru. Sementara itu, ekspresi kreatif, ekspresi pendapat, dan ekspresi diri visual tidak berhubungan dengan kesenangan hidup. Motivasi memiliki akun Instagram kedua mungkin bisa diartikan sebagai alasan atau bahkan tujuan memanfaatkan media sosial secara umum. Kepuasan hidup, sebaliknya, adalah tingkat kebahagiaan seseorang yang dinilainya menggunakan standar yang ia tetapkan untuk dirinya sendiri dan dapat diukur dengan skala. Kepuasan hidup tidak dipengaruhi oleh alasan menggunakan akun Instagram kedua. Setiap indikasi kemudian dianalisis, menghasilkan serangkaian temuan terpisah. Terdapat dua indikator yang mempunyai pengaruh sedikit negatif terhadap kepuasan hidup, tiga indikator tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan hidup, dan empat indikator mempunyai pengaruh positif yang lemah. (Rahma & Suwarto, 2019)

B. Landasan Teori

1. Self Disclosure

Berbagi informasi pribadi dengan orang lain dikenal sebagai keterbukaan diri.(Mu'tia, 2021). Pengungkapan diri menurut West dan Turner (2008) dapat menumbuhkan keintiman dengan orang lain. Oleh karena itu, keterbukaan diri adalah hal yang penting mengungkapkan informasi pribadi dalam upaya membangun hubungan dengan orang lain.

Menurut Floyd (2009), self-disclosure adalah tindakan menyampaikan informasi tentang diri sendiri dengan sengaja dan kita yakin bahwa informasi tersebut benar, tetapi orang lain belum mengetahuinya. Dalam berkomunikasi, ada dua syarat yang harus dipenuhi sebagai self-disclosure,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yaitu individu harus dengan sengaja memberikan informasi tentang dirinya sendiri dan individu yang membaca harus percaya dengan informasi tersebut.

Menurut Wood (2012) self-disclosure adalah pengungkapan informasi mengenai diri sendiri yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain. Individu membuka diri ketika individu tersebut membagikan informasi pribadi mengenai diri sendiri, seperti harapan, ketakutan, perasaan, pikiran dan pengalaman. Membuka diri cenderung mengundang orang lain untuk membuka diri juga. Hal ini dikarenakan adanya sikap saling percaya satu sama lain sehingga individu yang mengetahui informasi pribadi orang lain akan membuka diri juga kepada orang tersebut.

Menurut DeVito (1997) self-disclosure adalah jenis komunikasi di mana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya kita sembunyikan. Informasi tersebut berupa pikiran, perasaan, dan perilaku. Selfdisclosure menyangkut informasi pribadi yang biasanya dan secara aktif disembunyikan. Artinya, informasi yg diungkapkan adalah informasi yang dirahasiakan tentang diri sendiri.

Penjelasan para ahli di atas membawa kita pada kesimpulan bahwa keterbukaan diri adalah kesengajaan membagikan informasi pribadi kepada orang lain yang tidak menyadarinya, seperti pikiran, perasaan, dan perilaku.

Altaman dan Taylor (Gaianu, 2009) mengungkapkan lima dimensi selfdisclosure, yaitu;

a. Ketepatan

Ketepatan mengacu pada apakah individu mengungkapkan informasi pribadinya dengan relevan dan apakah individu terlibat langsung dengan peristiwa tersebut. Dalam hubungan yang spesifik, jika selfdisclosure yang dilakukan individu tidak sesuai dengan norma-norma, maka hal tersebut akan dianggap menyimpang dan individu tersebut harus bertanggung jawab terhadap resikonya. Jika self-disclosure dilakukan dengan tetap dan sesuai, maka akan meningkatkan reaksi yang positif dari partisipan atau pendengar.

Motivasi

Yang memotivasi seseorang untuk menunjukkan dirinya kepada orang lain berkaitan dengan motivasi. Dukungan itu datang baik dari dalam maupun dari luar orang tersebut. Meskipun dukungan eksternal berasal dari keluarga, tempat kerja, dan lingkungan pendidikan, dorongan internal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mas-
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



dikaitkan dengan aspirasi atau tujuan keterbukaan diri seseorang.

c. Waktu

Kemungkinan keterbukaan diri cenderung bertambah seiring dengan banyaknya waktu yang dihabiskan bersama seseorang. Orang harus memilih saat yang tepat untuk mengungkapkan informasi pribadi dengan tetap memperhatikan keadaan orang lain. Misalnya, ketika seseorang merasa lelah atau depresi, mereka cenderung tidak mau terbuka pada orang lain; sebaliknya, ketika momennya tepat, seperti saat mereka gembira atau puas, mereka cenderung mengungkapkan diri mereka.

d. Keintensifan

Keintensifan seseorang dalam melakukan self-disclosure tergantung kepada siapa seseorang mengungkapkan diri, seperti teman dekat, orang tua, teman biasa, atau orang yang baru dikenal.

e. Kedalaman dan Keluasan

Ada dua kategori kedalaman pengungkapan diri: dangkal dan dalam. Topik informasi yang diungkapkan dalam keterbukaan diri yang dangkal umumnya luas, dan biasanya ditujukan kepada orang asing. Mengenai keterbukaan diri yang mendalam, informasi topikal bersifat khusus dan pribadi, memberikan rincian pribadi kepada orang-orang yang mengenalnya atau mempunyai hubungan dekat dengannya, seperti orang tua, teman dekat, teman sejenis tertentu, dan pacar.(Melati, 2024)

Dimensi keluasan dalam self-disclosure berkaitan dengan siapa individu individu mengungkapkan dirinya (target person), seperti orang yang baru dikenal, teman biasa, orang tua/saudara, dan teman dekat.

Leung (2002) mengungkapkan 5 aspek self-disclosure, yaitu:

a. Control of depth

Orang-orang mengakui bahwa mereka menghabiskan banyak waktu untuk mendiskusikan diri mereka sendiri di media sosial, mengungkapkan informasi pribadi atau sensitif, dan mengekspresikan emosi mereka sepenuhnya.

b. Accuracy

Berkaitan dengan bersikap jujur, transparan, dan terbuka tentang sentimen, emosi, dan pengalaman diri sendiri saat memanfaatkan media sosial.

c. Amount of disclosure

Berkaitan dengan sejauh mana orang menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri.

Valence

Berkaitan dengan isi ekspresi seseorang, apakah ekspresi tersebut lebih negatif dan tidak diinginkan atau lebih positif dan menarik.

Intent of disclosure

khawatir tentang apakah orang memahami apa yang mereka posting di media sosial. (Nath, 2020)

Dari dimensi-dimensi di atas, dapat disimpulkan bahwa keterbukaan diri mencakup dimensi-dimensi berikut: motivasi atau dorongan untuk mengungkapkan informasi diri, waktu dan frekuensi keterbukaan diri yang tepat, kesadaran terhadap apa yang diungkapkan, informasi yang positif atau negatif, kedalaman dan luas keterbukaan diri, individu yang melakukan keterbukaan diri, dan informasi pribadi yang diungkapkan.

Faktor Faktor Self Disclosure

Faktor-faktor yang mempengaruhi self-disclosure (DeVito, 1997) antara lain:

a. Besar kelompok

Dalam pertemuan kecil dibandingkan pertemuan besar, keterbukaan diri lebih sering terjadi. Jika hanya ada satu pendengar (dalam kelompok yang terdiri dari dua orang), orang yang mengungkapkan dirinya dapat mempertimbangkan jawabannya dengan cermat.

b. Perasaan menyukai

Orang tidak akan membuka dirinya terhadap orang yang tidak mereka sukai, namun mereka akan membuka diri terhadap orang yang mereka cintai atau sukai. Hal ini karena individu yang mereka sukai dan bahkan mungkin mereka sukai sebagai balasannya akan memberi semangat dan membantu.

Efek diadik

Orang akan melakukan keterbukaan diri jika mereka mengetahui bahwa orang lain juga melakukan hal yang sama. Ketika keterbukaan diri dilakukan sebagai reaksi terhadap keterbukaan diri orang lain, hal itu menjadi lebih intim.

Kompetensi

Keterbukaan diri lebih banyak dilakukan oleh orang-orang yang mempunyai keterampilan dibandingkan dengan orang-orang yang kurang kompeten. Hal ini karena orang yang berkompeten adalah orang yang

percaya diri dan mempunyai banyak hal baik untuk dibagikan.

Kepribadian

Orang yang supel dan suka berteman cenderung lebih mengekspresikan diri dibandingkan orang yang introvert dan kurang suka berteman. Demikian pula, mereka yang takut berbicara dengan orang lain cenderung kurang jujur tentang diri mereka sendiri dibandingkan orang yang lebih nyaman berbicara.

Topik

Informasi yang lebih bersifat pribadi, termasuk seks atau kondisi keuangan, serta hal-hal yang tidak menyenangkan, seringkali lebih kecil kemungkinannya untuk diungkapkan, sehingga mendorong orang untuk membicarakannya dengan lebih bebas.

Jenis kelamin

Elemen paling signifikan yang mempengaruhi keterbukaan diri adalah gender. Namun perbedaan gender ini didasarkan pada perbedaan gender, bukan perbedaan biologis. Misalnya, dibandingkan dengan laki-laki dan perempuan

dengan skala maskulinitas rendah, perempuan yang bersifat maskulin kurang terbuka. Dibandingkan dengan laki-laki yang mendapat skor lebih rendah pada skala feminitas, perempuan mengungkapkan lebih banyak tentang diri mereka sendiri. (Rifky Hasan, 2022)

2. Generasi Z

Generasi termuda di dunia saat ini dikenal dengan sebutan Generasi Z atau generasi postmillennial. Tahun lahir mereka berkisar antara tahun 1996 hingga 2010. Berbeda dengan generasi Milenial atau generasi Y, Generasi Z adalah generasi yang memiliki target, bersemangat untuk berbagi, dan cenderung menghargai keberagaman, berdasarkan sejumlah survei demografi.(Taliwuna et al., 2024). Menurut penelitian Grail, Generasi Z adalah generasi Internet sejati pertama sejak Generasi Z lahir ketika teknologi Internet lahir. Berkat ini, Gen Z menyukai teknologi, lebih pintar, mentolerir perbedaan budaya dan agama serta lebih fleksibel, hanya saja Generasi Z tidak menyukai budaya instan dan terus-menerus memposting aktivitasnya di jejaring sosial.(Zabryna & Farihah, 2024)

Menurut para ahli, Generasi Z berbeda dengan pendahulunya, Generasi Y, karena mereka berkomunikasi lebih langsung melalui berbagai teknologi,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

termasuk pesan teks, pesan instan, dan email. Generasi milenial lahir dan besar di era internet. Sebaliknya, Generasi Z lebih terhubung secara sosial karena adanya dunia maya. Sebagai generasi kreatif dan awal mengadopsi teknologi, Generasi Z fasih dalam smartphone.(Pangestu et al., n.d.)

Menurut survei Harris Poll tahun 2020, hingga 63% Generasi Z tertarik untuk terlibat dalam berbagai aktivitas kreatif setiap hari. Selain itu, hal ini sesuai dengan jajak pendapat yang dilakukan oleh Tirto.id mengklaim media sosial menjadi sumber berita dan informasi utama bagi Generasi Z. (Conference et al., 2024)

Nama lain dari Generasi Z adalah iGeneration, atau Generasi Internet. Hal ini dikarenakan mereka selalu berinteraksi dengan ponsel pintar dalam kehidupan sehari-hari dan memanfaatkannya untuk berkomunikasi, khususnya di media sosial. Berdasarkan temuan penelitian Bencsik & Machova, generasi Z berbeda secara signifikan dengan generasi sebelumnya. Kemampuan menguasai informasi dan teknologi menjadi pembeda utama. Informasi dan teknologi memegang peranan penting dalam kehidupan Generasi Z.(Nurfadilah et al., 2024)

Menurut studi yang dilakukan oleh McKinsey (2018), ada 4 pengelompokan Generasi Z, yaitu:

a. The Undefined ID

Generasi Z menghormati ekspresi unik setiap orang tanpa memberi mereka gelar tertentu. Gen Z sangat reseptif dalam menghargai individualitas setiap orang karena kebutuhannya akan identifikasi.

b. The Communaholic

Menurut sebagian lainnya, Gen Z merupakan generasi yang sangat terbuka dan bersemangat serta ingin terlibat dalam banyak kelompok dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan manfaat yang ingin mereka berikan.

c. The Dialoguer

Kelompok Gen Z berpandangan bahwa diskusi sangat penting dalam penyelesaian masalah dan transformasi. Selain itu, Gen Z senang berinteraksi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan menerima pendapat semua orang.

d. The Realistic

Dalam hal pengambilan keputusan, Generasi Z biasanya lebih analitis dan realistik dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Gen Z puas dengan otonomi dalam pendidikan dan pencarian informasi, yang memungkinkan mereka menentukan pilihan sendiri. Pentingnya

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

stabilitas keuangan bagi masa depan disadari oleh Generasi Z. Hal ini sejalan dengan penelitian Boomer yang menunjukkan bahwa generasi Milenial merupakan generasi yang lebih idealis, terutama dalam hal ketenagakerjaan.(ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA, 2022)

3. Second Account Instagram

Second account atau akun kedua di Instagram adalah akun tambahan yang digunakan oleh pengguna selain akun utama mereka. Akun ini sering dibuat dengan tujuan tertentu, seperti menjaga privasi, berbagi hobi, atau mengekspresikan diri lebih bebas tanpa tekanan sosial dari lingkungan utama (Fhauziah & Rohani, 2024). Dalam era digital, media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Namun, banyak pengguna merasa terbebani dengan ekspektasi sosial di akun utama mereka. Oleh karena itu, second account menjadi solusi untuk mengatasi tekanan tersebut dengan memberikan ruang lebih pribadi dan autentik. (Kalam, 2025)

Second account Instagram adalah akun kedua atau tambahan yang dibuat oleh seorang pengguna Instagram selain akun utamanya. Akun ini biasanya digunakan untuk tujuan tertentu yang berbeda dari akun utama, seperti berbagi konten lebih pribadi, lebih bebas mengekspresikan diri, atau menghindari perhatian dari orang-orang tertentu.

Second account sering kali bersifat lebih privat, dengan jumlah pengikut yang lebih sedikit dan biasanya hanya terdiri dari teman dekat atau orang-orang terpercaya. Akun ini juga digunakan untuk berbagai tujuan, seperti:

- a. Privasi dan Kebebasan Ekspresi, Pengguna dapat lebih leluasa berbagi perasaan, opini, atau aspek kehidupan yang tidak ingin ditampilkan di akun utama.
- b. Konten Spesifik, Beberapa orang membuat second account untuk fokus pada tema tertentu, seperti hobi, bisnis kecil, atau fandom tertentu.
- c. Menghindari Tekanan Sosial, Dengan second account, pengguna bisa menghindari ekspektasi atau penilaian dari keluarga, rekan kerja, atau publik yang mengikuti akun utama mereka.

Dalam konteks penelitian tentang self-disclosure, second account sering menjadi wadah bagi individu, khususnya Generasi Z, untuk lebih terbuka dalam berbagi pengalaman dan emosi tanpa takut dihakimi oleh

audiens yang lebih luas.

4. Teori Jendela Johari (*Johari Window*)

Teori self-disclosure atau teori pengungkapan diri sering disebut dengan teori “Johari Window” atau Jendela Johari. Teori ini dikaji dan dikemukakan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham pada tahun 1955. Self-disclosure adalah kondisi dimana seseorang mampu mengungkapkan perasaan dan pikirannya secara terbuka kepada orang lain. Menurut Person dalam (Gainau, 2020) “self-disclosure sebagai tindakan seseorang dalam memberikan informasi yang bersifat pribadi pada orang lain secara sukarela dan disengaja dengan maksud memberi informasi yang akurat tentang dirinya”. Terdapat 5 aspek informasi diri yang dapat diungkapkan oleh individu diantaranya, perilaku, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide. Kelebihan dari teori ini adalah kita mendapat pandangan baru mengenai pengalaman hidup orang lain dan juga mengetahui gambaran tentang diri kita. Namun teori self-disclosure tidak luput dari kekurangan, yaitu orang lain telah mengetahui tentang diri kita, sehingga orang lain dapat memanfaatkan kelemahan yang mereka ketahui. Teori jendela Johari digambarkan memiliki 4 bingkai yang merepresentasikan proses pengungkapan diri individu dan memahami diri sendiri dalam kaitannya dengan orang lain.



Gambar 2.1 Model Teori Johari Window

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Johari mengasumsikan bahwa setiap individu bisa memahami diri sendiri maka bisa mengendalikan sikap dan tingkah lakunya di saat berhubungan dengan orang lain:

- a. Bingkai 1, “open area” atau area terbuka menunjukkan bahwa area tersebut merupakan bagian yang dapat dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Kedua belah pihak sama-sama mengetahui informasi terkait perilaku, sikap, perasaan, pemikiran dan semua hal yang menyangkut tentang diri. Johari menyebut bahwa pada area terbuka ini merupakan bingkai yang paling ideal dalam sebuah hubungan dan komunikasi antarpribadi.
- b. Bingkai 2, area ini disebut dengan “blind area” atau area buta. Dimana artinya pada bingkai ini menunjukkan bahwa individu tidak dapat mengetahui atau memahami informasi terkait dirinya, namun orang lain lebih mengetahui banyak hal tentang dia.
- c. Bingkai 3, disebut sebagai “hidden area” atau area yang tersembunyi/ter tutup. Bingkai ini menunjukkan bahwa informasi mengenai diri seorang individu hanya dapat dipahami oleh dirinya sendiri dan tidak dapat diketahui oleh orang lain.
- d. Bingkai 4, disebut sebagai “Unknown area” seperti namanya bingkai ini menunjukkan bahwa informasi terkait diri tidak dapat diketahui baik oleh diri sendiri maupun orang lain.

Pada keempat bingkai diatas, yang paling berkenaan dengan proses pengungkapan diri seseorang melalui media sosial adalah bingkai 1 atau area yang terbuka. Semua orang secara sadar dan atas kemauannya sendiri mengekspresikan informasi mengenai dirinya ke hadapan publik atau pengikutnya di media sosial. Namun bagi individu yang menggunakan akun kedua pada aplikasi Instagramnya adalah bentuk keterbukaan diri yang ia lakukan secara personal dengan orang-orang terdekatnya saja. Dalam artian, mereka hanya mampu membuka diri kepada orang-orang terdekat yang sudah dirasa memiliki hubungan secara personal dan mampu menjaga privasi.

C. Kerangka pemikiran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

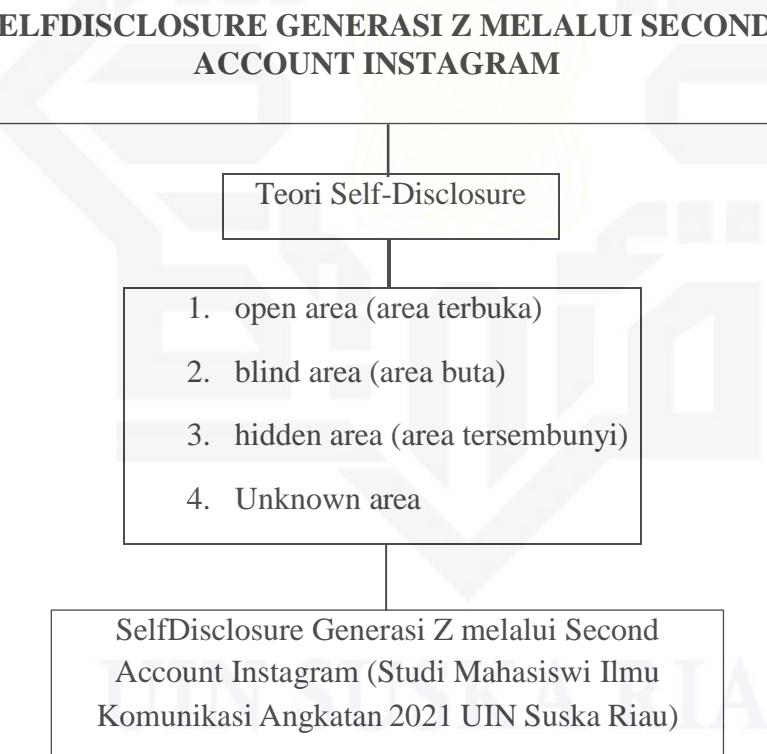
Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kerangka kerja adalah model konseptual tentang bagaimana teori-teori berhubungan dengan berbagai aspek yang dianggap penting yang signifikan. (KARYADI, 1967) Kerangka pemikiran digunakan untuk mengetahui SelfDisclosure Generasi Z melalui Second Account Instagram (Studi kasus mahasiswa pengguna second account Instagram)

Peneliti percaya bahwa diperlukan lebih banyak definisi dari ide atau variabel penelitian. Variabel penelitian yang lebih spesifik. Hal ini menggambarkan hubungan antara variabel-variabel serta variabel-variabel itu sendiri. Selain secara mental berfokus pada variabel penelitian, peneliti harus membuat hubungan antara topik penelitian dalam konteks yang lebih besar.

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti membuat kerangka berpikir yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif. Penelitian kualitatif, yang sering dikenal sebagai penelitian alamiah atau organik, adalah jenis penelitian yang berfokus pada makna dan proses, bukannya dikuantifikasi atau diuji secara ketat menggunakan statistik deskriptif. Terutama ketika menyangkut data deskriptif. Pada Penelitian ini melaporkan pengalaman yang dirasakan, didengar, dan diekspresikan dalam bentuk narasi atau kata-kata deskriptif. Pernyataan-pernyataan yang bersifat deskriptif. Alamiah atau setting apa adanya dari fenomena yang terjadi di lapangan yang menekankan pada kualitasnya merupakan hal yang membedakan bentuk penelitian ini. Alamiah atau berlatar apa adanya dari kejadian-kejadian yang terjadi di lapangan yang menitikberatkan pada kualitasnya adalah yang membedakan bentuk penelitian ini.(Hoffman, n.d.) Penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif digunakan untuk menjelaskan peristiwa yang terjadi dan untuk memahami makna di balik data yang muncul. Di mana para peneliti berusaha untuk mengkarakterisasi dan menghitung berbagai keadaan, keadaan, atau kejadian yang menjadi fokus investigasi mereka. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif karena pendapat informan sulit untuk diukur secara kuantitatif dan membutuhkan pemeriksaan dan interpretasi yang cermat oleh peneliti. Hal ini membutuhkan peneliti untuk memberikan kajian dan interpretasi yang menyeluruh.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dikarenakan penelitian ini bersifat analisis, maka penelitian ini tidak memiliki tempat yang tetap karena peneliti harus meneliti pengguna akun second account Instagram dikalangan generasi Z khususnya mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau yang menggunakan second account Instagram.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini ada 2, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama.(Pramiyati et al., 2017) Sumber data primer yakni mahasiswa pengguna second account Instagram dengan melakukan wawancara dan observasi terhadap informan yang hendak diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah Peneliti dapat mengumpulkan data sekunder secara tidak langsung dengan menggunakan bahan perantara yang telah diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. (Yuniati, 2021) sumber data sekunder yang peneliti mencari tambahan informasi dan data mengenai penggunaan second account Instagram dikalangan generasi Z khususnya mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau melalui Jurnal Online, Buku, dan Skripsi terdahulu.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah Partisipan penelitian yang bersedia berbagi pengetahuan tentang isu atau fenomena yang sedang diteliti.(Heryana, 2015). Purposive sampling adalah yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memilih informan yang dipilih secara khusus berdasarkan kriteria atau pertimbangan yang telah ditentukan. Informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau yang bersedia dilihatkan sebagai informan pada penelitian ini. Yang memiliki kesamaan yakni sama sama menggunakan second account Instagram.



No.	Nama Informan	Nama Pengguna Second Account Instagram Pengguna
1.	Nur Indah	@estehavocado
2.	Dewi Anggraini	@wia_ii
3.	Indah Mawadhani	@2nd.ahh
4.	Deliatul Asfhahani Pane	@delcimjj
5.	Novita Khairani	@khayrnnnn

Tabel 3.1
Data nama informan dan unsurname second account Instagram

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah peneliti menggunakan strategi pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dari sumber data, seperti sampel dan subjek penelitian.((2020), 1990) Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data kualitatif yang melibatkan pengamatan langsung di lapangan. Peneliti melakukan observasi, yang melibatkan partisipasi dalam lingkungan sosial sebagai peneliti dan mengamati perilaku secara langsung di dalam atau di antara komunitas penelitian tertentu. Komunitas penelitian. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi dengan cara Untuk mengumpulkan informasi mengenai masalah yang diteliti dan membuat gambaran yang jelas, maka dilakukan kunjungan ke informan dan observasi. Yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas.(Hasanah, 2021). Melakukan observasi kepada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2021 UIN Suska Riau yang bersedia menjadi responden, observasi dilakukan dengan mengamati contoh unggahan yang mencerminkan self disclosure, melakukan checklist observasi untuk mencatat jenis jenis unggahan dan pola komunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Wawancara

Wawancara dimaksudkan untuk menghasilkan informasi yang lebih akurat karena peneliti dapat meminta agar informasi yang diperlukan ditafsirkan selama wawancara. Data yang terkait dengan topik penelitian diperoleh dengan menggunakan metode ini. Wawancara dilakukan oleh dua orang: orang yang mengajukan pertanyaan dan orang yang menjawab pertanyaan.(Ummah, 2021). Wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam alasan, motivasi, dan pola self-disclosure yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 UIN Suska Riau melalui second account Instagram. Wawancara yang dilakukan yaitu Wawancara semi-terstruktur, yaitu wawancara dengan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan, tetapi tetap fleksibel untuk eksplorasi lebih lanjut sesuai dengan jawaban informan dan dilakukan secara tatap muka.

3. Dokumentasi

Para peneliti mengumpulkan data dan dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian, selain informasi tentang foto. Dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian. Peneliti dapat menggunakan instrumen atau gambar dari subjek penelitian yang terkait untuk mengambil foto secara langsung.(FERNANDA, n.d.) Dokumentasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mendukung data hasil observasi dan wawancara dengan bukti konkret mengenai praktik self-disclosure di second account Instagram mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 UIN Suska Riau. Dengan cara Tangkapan layar (screenshot) unggahan second account yang mencerminkan self-disclosure.

F. Validasi Data

Keabsahan data perlu dilengkapi, diperiksa, dan diverifikasi setelah studi penelitian. Triangulasi data adalah strategi keabsahan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Triangulasi data adalah pendekatan validasi data yang membandingkan atau mengecek data dengan menggunakan sumber eksternal.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber data, triangulasi sumber data adalah Menginvestigasi kebenaran suatu informasi dengan menggunakan berbagai teknik dan sumber pengumpulan data. Untuk menghasilkan bukti atau data yang berbeda yang akan memberikan sudut

pandang yang berbeda tentang topik yang diteliti, triangulasi sumber data digunakan dalam penelitian ini. Sudut pandang yang berbeda pada subjek investigasi. Berbagai aspek ini memberikan kedalaman pemahaman yang diperlukan untuk mendapatkan temuan penelitian yang asli, dengan sumber-sumber tertentu yang memungkinkan untuk membandingkan temuan dan hasil wawancara dengan temuan dari sumber informasi lainnya. Mengintegrasikan berbagai sumber informasi untuk mendapatkan data yang tepat.(Sutriani & Octaviani, 2019)

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang telah dikumpulkan secara metodis dengan menggunakan berbagai strategi. Diperoleh secara metodis melalui berbagai metode pengumpulan data prosedur pengumpulan data, termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi melalui gambar, video, dan suara, yang diikuti dengan identifikasi dan analisis yang paling signifikan. Gambar, rekaman audio dan video, serta memutuskan apa yang penting, dan sampai pada temuan yang dapat dipahami. Membuat kesimpulan yang logis dan dapat dimengerti oleh diri sendiri dan orang lain.(Fatmawati, 2021)

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif sebagai metode analisis data, yang dibagi menjadi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan analisis data. Analisis kualitatif merupakan proses multi-tahap yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi di bagian akhir. Tujuan dari langkah analisis data adalah untuk menentukan apakah data yang terkumpul sesuai dengan tujuan akhir dari fenomena yang diteliti. Langkah terakhir dalam teknik analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan pengecekan ulang data untuk memastikan bahwa hasil reduksi data masih berkaitan dengan tujuan akhir dari fenomena yang diteliti. Metode analisis data kualitatif untuk memastikan bahwa hasil reduksi data masih relevan dengan hasil yang diinginkan dari penelitian.

a. Reduksi Data

Pada laporan penelitian data yang diperoleh jumlahnya cukup banyak, maka dari itu perlu untuk dicatat secara teliti dan rinci. Merediksi data yaitu proses pemilihan, pemasatan, penelitian, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dilapangan. Dalam hal ini peneliti mencatat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hasil wawancara serta mengumpulkan data berupa dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian dari narasumber yang telah dipilih.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan data kesimpulan serta cara yang utama bagi analisis kualitatif. Penyajian data penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, agar mempermudah peneliti melihat gambaran keseluruhan bagian-bagian tertentu dari data penelitian, kemudian data-data tersebut disusun menurut kategori dan sejenisnya.

c. Concluding Drawing (Penarikan Kesimpulan)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas berupa hubungan kausal dan interaktif, hipotesis, atau teori (Sugiyono, 2019:252-253)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV**GAMBARAN UMUM****A. Penggunaan Media Sosial Instagram**

Gambar 4.1
Logo Instagram

Salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan orang adalah Instagram. Mereka menggunakan media ini untuk mengungkapkan hal-hal yang selama ini mereka sembunyikan sekaligus untuk mengisi waktu.(Martha, 2021) Instagram adalah platform media sosial yang populer untuk komunikasi. Instagram telah mendapatkan banyak popularitas sejak diluncurkan dan menarik pengguna dari berbagai demografi. Mahasiswa termasuk di antara pengguna Instagram. Tentu saja pemilihan Instagram sebagai alat komunikasi tidak bisa dilepaskan dari fitur-fitur yang ditawarkan oleh Instagram. Pengguna dapat mengunduh aplikasi Instagram ke ponselnya dan berbagi konten dengan pengguna Instagram lainnya dengan menggunakan perangkat seluler yang terhubung ke internet. (Syahreza & Tanjung, 2020).

Penggunaan Instagram oleh mahasiswa terkait erat untuk memotivasi diri. Tidak ada keraguan bahwa setiap orang menggunakan Instagram untuk alasan yang berbeda-beda. Meningkatnya minat mahasiswa terhadap Instagram mengarah pada kebutuhan untuk memahami cara terbaik untuk mendorong mereka menggunakan platform ini dalam kehidupan sehari-hari.



Ada banyak kegunaan unik Instagram oleh mahasiswa, dan penting diingat bahwa mahasiswa memegang posisi strategis di ruang publik. Mahasiswa yang sebagian besar waktunya bermain media sosial Instagram tentu akan memiliki lebih sedikit waktu untuk melakukan aktivitas lain yang juga sangat penting. Namun jika Instagram dimanfaatkan dengan tema dan pola yang positif dan konstruktif, maka akan memberikan manfaat bagi para mahasiswa.

Penggunaan second account oleh mahasiswi, khususnya yang sedang dalam masa pembentukan identitas dan pencarian jati diri seperti mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2021 UIN Suska Riau, mencerminkan berbagai dinamika sosial, emosional, dan psikologis. Second account menjadi ruang di mana mereka lebih bebas, lebih jujur, dan lebih autentik dalam menampilkan siapa diri mereka sebenarnya.

Beberapa motivasi utama yang mendorong mahasiswi untuk menggunakan second account meliputi:

- 1) Kebutuhan akan Privasi, Mahasiswi membutuhkan ruang di mana mereka bisa berbagi pikiran, perasaan, atau aktivitas tanpa tekanan sosial dari keluarga besar, dosen, atau rekan profesional yang mungkin mengikuti akun utama mereka. Second account memberikan kebebasan tersebut dengan audiens yang lebih terbatas dan terkendali.
- 2) Autentisitas Diri, Di akun utama, sering kali terjadi proses self-censorship untuk mempertahankan citra positif atau "ideal" di mata publik. Sebaliknya, di second account, mahasiswi merasa lebih bebas untuk menampilkan sisi diri yang kurang 'sempurna' seperti rasa insecure, kegagalan, keresahan, dan kekhawatiran sehari-hari.
- 3) Keterhubungan Emosional, Second account menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan sekelompok kecil teman dekat. Melalui berbagi pengalaman pribadi atau cerita yang lebih intim, hubungan antar pengguna menjadi lebih erat dan suportif.
- 4) Pelarian dari Tekanan Sosial, Mahasiswi menghadapi berbagai tekanan, baik akademik maupun sosial. Second account menjadi medium untuk "melarikan diri" sejenak dari tuntutan pencitraan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan mereka ruang untuk bersantai dan mengekspresikan beban emosional mereka tanpa takut dihakimi secara luas. (Nathania & Nurhaqiqi, 2024)

Penggunaan second account oleh mahasiswi memperlihatkan pola-pola tertentu yang menarik untuk diamati:

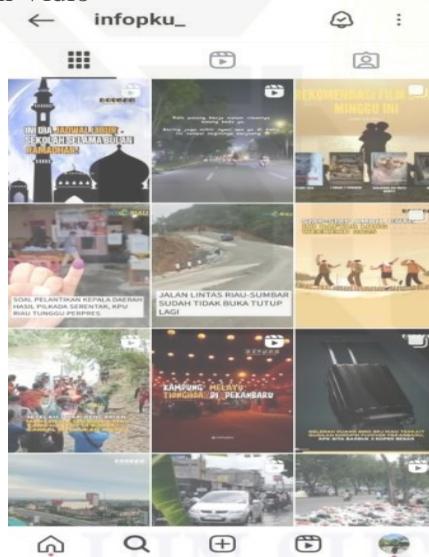
Frekuensi Aktivitas, Mahasiswi cenderung lebih aktif di second account dibandingkan akun utama dalam hal berbagi cerita spontan (misalnya lewat fitur Story) karena tidak merasa perlu menjaga impresi.

Pengelolaan Followers, Followers second account umumnya dipilih dengan sangat selektif hanya teman dekat, sahabat, atau individu yang benar-benar dipercaya. Ini memberi rasa aman dan kontrol lebih terhadap siapa saja yang dapat mengakses konten pribadi.

Gaya Bahasa, Bahasa yang digunakan di second account lebih santai, penuh slang, bahkan campuran antara Bahasa Indonesia, daerah (seperti Bahasa Melayu Riau), dan Bahasa Inggris tidak formal. Hal ini menunjukkan keterbukaan dan keautentikan ekspresi. (Herna & Sari, 2023)

Macam macam fitur dalam aplikasi instagram:

- a. Berbagi Foto Dan Vido



Gambar 4.2

Unggahan Foto Dan Vido Aplikasi Instagram
Sumber: Instagram.com

Fitur utama Instagram adalah kemampuan pengguna untuk berbagi kenangan melalui foto dan video. Pengguna dapat merekam langsung dari kamera Instagram atau menambahkan foto dari galeri ponselnya. Setelah itu, mereka dapat membagikan foto tersebut kepada pengikutnya, mengubahnya, dan menerapkan filter.(Antasari & Pratiwi, 2022)

b. Stories



Gambar 4.3

stories aplikasi instagram

Sumber: Instagram.com

Fitur Cerita Instagram memposting gambar dan video dalam format cerita berdurasi 24 jam. Untuk menambah kreativitas, Pengguna bisa menambahkan stiker, teks, musik, filter, GIF, polling, kuis, hingga tautan (link) ke dalam Story mereka untuk membuatnya lebih interaktif dan menarik pada konten yang di posting di Stories. Agar momen lebih meriah dan cepat, juga bisa berbagi cerita secara langsung dengan teman atau seluruh pengikut(Martha, 2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

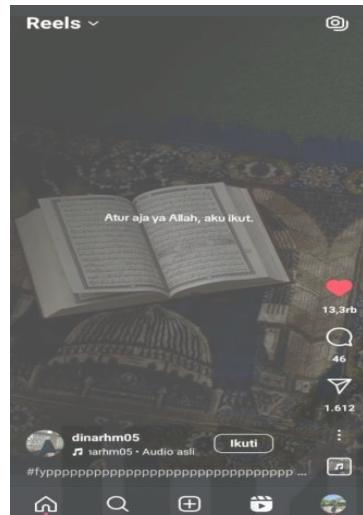
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Reels

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan akademik.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin.



Gambar 4.4

reals aplikasi instagram

Sumber:Instagram.com

Reels adalah fitur yang membuat video singkat dengan teks, musik, dan efek kreatif yang hanya berdurasi 15 hingga 60 detik. Tampaknya cocok untuk orang yang senang bereksperimen dan ingin segera menghibur. Reels juga dapat meningkatkan jumlah orang yang melihat video di situs Jelajahi dan di feed pengikut

d. Likes dan Comment



Gambar 4.5

Like Dan Comment Aplikasi Instagram

Sumber: Instagram.com

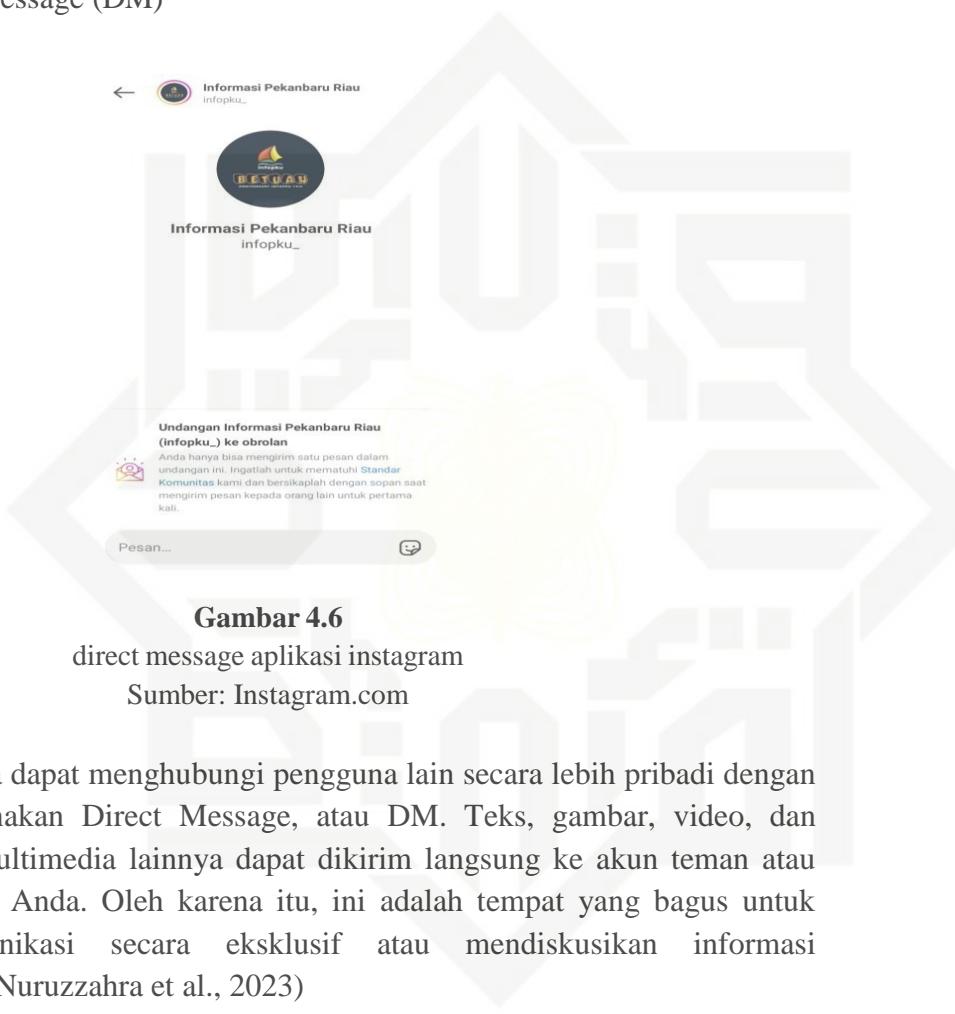
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Anda dapat mengungkapkan suka atau komentar Anda pada gambar atau video yang Anda sukai dengan menggunakan alat Suka dan Komentar. Komentar memungkinkan lebih banyak interaksi dengan netizen atau pengikut lainnya, suka memungkinkan Anda mengungkapkan rasa terima kasih. Ada yang mungkin berpendapat bahwa hal itu hanya meningkatkan kehebohan di dunia Instagram. (Yudha Amriel & Ariescy, 2022)

d. Direct Message (DM)



Gambar 4.6

direct message aplikasi instagram

Sumber: Instagram.com

Anda dapat menghubungi pengguna lain secara lebih pribadi dengan menggunakan Direct Message, atau DM. Teks, gambar, video, dan pesan multimedia lainnya dapat dikirim langsung ke akun teman atau pengikut Anda. Oleh karena itu, ini adalah tempat yang bagus untuk berkomunikasi secara eksklusif atau mendiskusikan informasi pribadi.(Nuruzzahra et al., 2023)

e. Eksplor

Fitur Jelajahi Instagram membantu Anda menemukan konten segar dan menawan. Explore akan menyajikan berbagai konten dari akun-akun yang saat ini mungkin tidak Anda ikuti berdasarkan minat dan aktivitas Anda. Seseorang mungkin menggambarkan ini sebagai cara cepat untuk menjelajahi dan menemukan hal-hal yang menarik minat Anda.(ALEMAYEHU, 2023)

f. Live

Anda dapat melakukan streaming video langsung yang dapat ditonton pengikut Anda secara real-time menggunakan fungsi Live. Oleh karena itu, siaran langsung, komentar, dan bahkan kolaborasi dua arah langsung dapat dilakukan. Dengan demikian, ini memperdalam keterlibatan Anda dengan koneksi. (Herbawani et al., 2021)

g. Hastags

Mirip dengan kata kunci, hashtag dimulai dengan tanda pagar (#). Anda dapat mencari dan menemukan konten yang berkaitan dengan minat atau tren tertentu dengan menggunakan hashtag. Untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau audiens yang lebih luas, Anda dapat menyertakan hashtag di postingan Anda.

Selain itu, hashtag sering kali digunakan untuk melacak tren, sehingga memungkinkan lebih banyak orang dengan minat serupa melihat materi Anda. Jadi, Anda mungkin mengatakan bahwa ini adalah cara untuk masuk ke komunitas yang Anda sukai. (Hayati & Lintangdesi Afriani, 2023)

h. Follow

Follow atau Pengikut adalah pengguna dari pengguna Instagram yang mengikuti atau berteman dengan pengguna lain menggunakan Instagram.(Wahyuni & Damayanti, 2019)

i. Mentions

Gunakan ini untuk menambahkan lebih banyak pengguna dengan menambahkan Arroba (@) dan memasukkan akun Instagram pengguna tersebut.(Mafiroh, 2019)

B. Pengungkapan Diri Melalui Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z

Keterbukaan diri (self-disclosure) pada media sosial instagram artinya kegiatan untuk membagi informasi diri kepada orang lain mengenai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mas
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

perilaku, rutinitas, keinginan, serta perasaan yang sedang dirasakan dalam diri individu. Terdapat perbandingan yang bisa dilihat ketika seseorang membuka dirinya melalui media sosial dengan pengungkapan diri secara langsung melalui tatap muka. Hal-hal yang sangat privasi cenderung dianggap sebagai suatu hal yang layak untuk diungkapkan di media sosial dibanding disimpan untuk pribadi(Lin & Utz, 2017). Biasanya, seseorang akan mengungkapkan informasi mengenai dirinya yang bersifat pribadi ini hanya kepada orang yang sudah dikenal dengan baik. Semakin seseorang mengenal baik orang lain maka akan semakin dalam pula informasi mengenai dirinya yang diungkapkan.

Self-disclosure merupakan bagian dari komunikasi interpersonal, dimana terdapat keterlibatan individu bersama dengan orang lain didalamnya. Pengungkapan diri yang dilakukan dapat mencapai tahap hubungan interpersonal yang dapat dilihat

dari tingkat kedalaman dan keluasan topik pembicaraan. Seringkali apa yang dibagikan mahasiswa pada akun kedua instagramnya tidak difilterisasi terlebih dahulu. Mereka beranggapan bahwa hanya teman-teman terdekatlah yang dapat melihatnya, maka dari itu mereka bebas membagikan apapun perasaan dan pengalaman yang mereka rasakan tanpa perlu takut untuk dihakimi. Padahal kemungkinan-kemungkinan terburuk yang menjadi dampak keterbukaan diri pada teman terdekat sekalipun pasti selalu ada. Individu yang menginformasikan segala hal mengenai dirinya kepada siapapun disebut dengan over disclosure.

Membentuk rasa percaya dan rasa aman terhadap informasi yang dibagikan oleh mahasiswa khususnya hal-hal yang berkaitan dengan ranah pribadi memang cukup sulit. Sehingga dengan perkembangan media sosial saat ini dan keberadaan akun kedua pada aplikasi instagram tersebut menjadi sarana strategis yang dapat dimanfaatkan demi kenyamanan dalam proses pengungkapan diri di media sosial. Dikutip dari (Widjajanto & Kenmada, 2013:143) Williamson menyatakan bahwa media sosial adalah media yang di desain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan teknik teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar.

C. Sejarah Singkat Jurusan Ilmu Komunikasi (FDK) UIN Suska Riau



Gambar 4.7 Logo Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Cikal bakal Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska) adalah dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa), didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 tahun 1970. Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri dari tiga fakultas, yaitu Fakultas Tarbiah, Fakultas Syariah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak 1998/1999, IAIN Susqa telah mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, meskipun secara yuridis formal baru lahir pada tahun akademik 1998/1999, tetapi secara historis fakultas ini telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari Jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin IAIN Susqa Riau.

Peningkatan status Jurusan Ilmu Dakwah menjadi sebuah fakultas tersendiri telah direncanakan sejak lama. Usaha-usaha yang lebih intensif ke arah itu telah dimulai sejak tahun akademik 1994/1995. Setahun kemudian pada 1995/1996, Jurusan Ilmu Dakwah dikembangkan menjadi dua jurusan, yaitu Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI). Kedua jurusan tersebut sampai dengan tahun akademik 1997/1998 telah berusia lebih kurang tiga tahun. Kemudian pada tahun akademik 1996/1997 dilakukan penjajakan dan konsultasi kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (Unpad) Bandung dalam rangka mempersiapkan dan memperluas jurusan pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerja sama antara IAIN Susqa Riau dengan Unpad yang direalisasikan dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Memorandum of Understanding (MoU) pada Januari 1998 dengan Nomor : IN/13/R/HM.01/164/1998 dan 684//706/1998, yang pelaksanaan teknisnya dipercayakan kepada Fakultas Ushuluddin (pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Sebagai tindak lanjut dari MoU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Pers dan Grafika, untuk melengkapi jurusan yang sudah ada (PMI dan BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan.

Untuk mewujudkan pendirian Fakultas Dakwah pada IAIN Susqa Pekanbaru, dilakukan berbagai upaya untuk mendapatkan pengukuhan secara yuridis formal dari berbagai pihak terkait seperti Departemen Agama, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, dan Kementerian Pendayagunaan Aparat Negara. Hasilnya, dikeluarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia tentang pendirian Fakultas Dakwah IAIN Sultan Syarif Qasim Pekanbaru Nomor 104 tahun 1998 tanggal 28 Februari 1998.

Berbekal surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 104 tahun 1998 tersebut, maka secara *de jure* Fakultas Dakwah IAIN Susqa Pekanbaru telah lahir dan terpisah dari Fakultas Ushuluddin, tetapi secara *de facto* baru terealisasi pada September 1998, dalam acara Stadium General Pembukaan Kuliah Tahun Akademik 1998/1999.

Sementara itu, penyelenggaraan Program Studi Ilmu Komunikasi berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Kementerian Agama Nomor E/3/98 tanggal 6 Januari 1998 tentang penyelenggaraan jurusan baru salah satunya Jurusan Ilmu Komunikasi/ Program Studi Ilmu Komunikasi (Lampiran: SK Dirjen Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor: E/3/98). Berdasarkan SK tersebut maka dapat diketahui bahwa Program Studi Ilmu Komunikasi lahir pada Tanggal 6 JANUARI 1998. Hingga saat ini, Program Studi Ilmu Komunikasi berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Prodi Ilmu Komunikasi hingga saat ini merupakan Prodi Ilmu Komunikasi merupakan anggota aktif Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), yaitu organisasi kemitraan antar pengelola program studi untuk mencapai pendidikan komunikasi di Indonesia yang berkualitas. Prodi ilmu komunikasi juga merupakan anggota Asosiasi Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Islam (ASIKOPTI) yaitu asosiasi program

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



studi ilmu komunikasi yang berada di perguruan tinggi Islam.

D. Visi, Misi, Dan Tujuan Visi

Terwujudnya program studi yang unggul, inovatif, dan kolaboratif dalam keilmuan komunikasi di Asia pada tahun 2025

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran keilmuan komunikasi untuk melahirkan sumber daya manusia yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
2. Menyelenggarakan penelitian berbasis publikasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni bidang komunikasi.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
4. Menyelenggarakan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
5. Menyelenggarakan tata kelola program studi yang baik (*good department governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.

Tujuan

6. Menghasilkan lulusan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
7. Menghasilkan penelitian berbasis publikasi nasional atau internasional dalam bidang ilmu komunikasi.
8. Menghasilkan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan dakwah dan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
9. Menghasilkan kerja sama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
10. Menghasilkan tata kelola program studi yang baik (*good department governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 UIN Suska Riau
Tabel 4.1

No.	Program studi	Jumlah Mahasiswa
1.	Ilmu Komunikasi	207

Daftar Nama Dosen Ilmu Komunikasi
UIN Suska Riau Tabel 4.2

No.	Nama Dosen	No.	Nama Dosen
1.	Dr. Nurdin, M.A	16.	Yudi Martha Nugraha, S.Sn., M.Ds
2.	Dr. Muhammad Badri, S.P.,M.Si	17.	Dewi Sukartik, M.Sc
3.	Dr. Elfiandri, S.Ag., M.Si	18.	Edison, S.Sos., M.I.Kom
4.	Dr. Musfialdy, S.Sos., M.Si	19.	Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
5.	Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si	20.	Artis, S.Ag., M.I.Kom
6.	Dr. Toni Hartono, M.Si	21.	Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
7.	Dr. Sudianto, S.Sos., M.I.Kom	22.	Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
8.	Dr. Usman, S.Sos., M.I.Kom	23.	Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom.,M.A
9.	Febby Amelia Trisakti, M.Si	24.	Julis Suriyani, S.I.Kom., M.I.Kom
10.	Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc.S	25.	Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
11.	Yantos, S.I.P., M.Si	26.	Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom
12.	Dra. Atjih Sukaesih., M.Si	27.	Umar Abdurrahim, S.Sos.I., M.A
13.	Mardhiah Rubani, M.Si	28.	Suardi, S.Sos., M.I.Kom
14.	Intan Kemala, S.Sos., M.Si	29.	Rusyada Fauzana, SS., M.Si
15.	Rafdaedi, S.Sos.I., MA		

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa generasi Z, khususnya mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau, memanfaatkan second account Instagram sebagai sarana untuk melakukan self-disclosure atau pengungkapan diri yang lebih terbuka dan bebas. Penggunaan second account ini memberikan ruang yang lebih aman bagi mereka untuk berbagi informasi pribadi, emosi, dan pengalaman yang tidak ingin dibagikan di akun utama mereka.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks second account Instagram, terdapat dimensi-dimensi tertentu dari diri mereka yang dieksplorasi lebih dalam melalui pengungkapan yang lebih terbuka. Meningkat seiring dengan semakin banyaknya informasi yang mereka bagikan kepada orang lain, namun tetap dalam lingkup yang lebih terkontrol dan terbatas pada pengikut atau teman-teman tertentu.

fenomena second account, di mana banyak aspek pribadi yang tidak ingin diekspos di akun utama namun tetap ingin dibagikan di akun lain dengan level kenyamanan yang lebih tinggi. Penelitian ini juga menemukan bahwa faktor kepercayaan, rasa aman, dan kontrol terhadap audiens merupakan aspek penting dalam self-disclosure yang terjadi di second account Instagram.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan second account Instagram merupakan salah satu bentuk strategi self-disclosure yang digunakan oleh generasi Z, khususnya mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau, dalam menjaga keseimbangan antara privasi dan kebutuhan untuk berbagi pengalaman serta identitas pribadi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka saran-saran yang dapat diberikan dengan judul Self Disclosure Generasi Z Melalui Second Account Instagram sebagai berikut:

- a. Penggunaan Media Sosial yang Bijak: Diharapkan agar mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, lebih bijak dalam menggunakan second account Instagram, dengan menyadari dampak dari setiap pengungkapan diri yang mereka lakukan, baik itu terhadap privasi pribadi maupun dampak jangka panjang terhadap reputasi di dunia maya.
- b. Peningkatan Pemahaman tentang Privasi: Meskipun second account memberikan ruang lebih pribadi, penting bagi mahasiswa untuk selalu mengingat bahwa informasi yang dibagikan di media sosial tetap dapat tersebar dan dapat mempengaruhi citra diri mereka. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kesadaran mengenai manajemen privasi di media sosial.
- c. Penyuluhan Mengenai Teori Komunikasi: Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, mereka diharapkan untuk lebih memahami konsep-konsep komunikasi, seperti teori Jendela Johari, dan menerapkannya dalam praktik penggunaan media sosial, dengan tujuan meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal dan membangun hubungan yang lebih sehat di dunia maya.
- d. Penelitian Lanjutan: Penelitian lebih lanjut bisa dilakukan untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang faktor-faktor lain yang mempengaruhi self-disclosure generasi Z melalui media sosial, seperti pengaruh budaya, lingkungan sosial, dan perkembangan teknologi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- © *Humaniora: Jurnal Sosial Humaniora* *University of Sultan Syarif Kasim Riau*
- Hak Cipta Diunggah Untuk Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- ALEMA YEHU, A. (2023). pemanfaatan fitur instagram eksplor. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). *Generasi Z*. 9, 356–363.
- Annisa, A. S. A. N., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Wacana*, 12(1), 86–109. <https://doi.org/10.13057/wacana.v12i1.170>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Budiani, A. N., Fauzi, F., Bantar, G. Y., & Vioga, M. (2023). Gambaran Self disclosure Pengguna Second account Instagram (Studi Fenomenologi Self disclosure Pengguna Second account Instagram Pada Dewasa Awal). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17238–17243.
- Burhanuddin, A. H., Suryanto, S., Alqadri, A. R., & Novianti, L. (2024). Pengalaman Pengungkapan Diri Di Akun Kedua Instagram. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 6(2), 252–270. <https://doi.org/10.36269/psyche.v6i2.2579>
- Conference, P. N., Education, C., Theme, T., & Theological, C. (2024). *Membangun Strategi Misi Kontekstual Bagi Generasi Z: Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. 2(2), 45–57.
- Damayanti, A. D., & Sugandi. (2024). Analisis Komunikasi Keterbukaan Diri Melalui Akun Kedua Instagram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mulawarman. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 48–65. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.427>
- Dayanti, R. D., & Yulianita, Y. (2024). Hubungan Intimate Friendship dan Harga Diri dengan Keterbukaan Diri Pengguna Second Account di Media Sosial Instagram Pada Pelajar Kelas VIII SMP 287 Jakarta Timur. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Humaniora*, 8(1), 47–56. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraithumaniora/article/download/3379/2538>
- Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. 12(1).
- Fatmawati. (2021). Metode Penelitian. *Pendidikan Dan Kebudayaan* Fatmawati. “Metode Penelitian.” *Pendidikan Dan Kebudayaan* 5 (2013): 27–42. File:///D:/SRI AGUSTINA/Wisuda Thn 2020 , Sidang Tahap Awal/Wisuda 2020/1984.Pdf., 5, 27–42.
- Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2), 1–10. <https://doi.org/10.52447/mmj.v9i2.5555>

- Fhauziah, S., & Rohani, L. (2024). Pengaruh Aktualisasi Konsep Diri dalam Self - Disclosure Gen Z terhadap Second Account pada Aplikasi Instagram di Kota Medan. *Jurnal Satwika*, 8(April), 1–9. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JICC/article/view/33098> file:///D:/SRI AGUSTINA/Wisuda thn 2020 , sidang tahap awal/wisuda 2020/1984.pdf
- Haqqi, A. M. L., & Ilmi, M. K. (2023). *Pengaruh Second Account Instagram Terhadap Self- Disclosure Mahasiswa Ilmu Pengaruh Second Account Instagram Terhadap Self- Disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. December, 0–12
- Hayati, K., & Lintangdesi Afriani, A. (2023). Pemanfaatan Fitur Instagram Hashtag (#) Di Era Konvergensi. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(1), 46–61. <https://doi.org/10.31599/komaskam.v5i1.2265>
- Herbawani, C. K., Ruthin, Z. G., Ramadhania, L., Situmeang, A. M. N., & Karima, U. Q. (2021). Pemanfaatan Instagram Live sebagai Sarana Edukasi Kesehatan Masyarakat di masa Pandemi COVID-19. *Warta LPM*, 24(2), 196–206. <https://doi.org/10.23917/warta.v24i2.12067>
- Herna, H., & Sari, A. A. (2023). Komunikasi Dalam Pengembangan Hubungan Antarpribadi Melalui Second Account Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(2), 272–282. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.311>
- Heryana, A. (2015). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif.
- Hoffman, D. W. (n.d.). *penelitian kualitatif*. <https://www.unhcr.org/publications/manuals/4d9352319/unhcr-protection-training-manual-european-border-entry-officials-2-legal.html?query=excom 1989>
- Husain, A. P. F., Randang, J. L. K., & Tulung, L. E. (2023). Dramaturgi Pengguna Second Account Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat Manado). *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 5(1), 1–6.
- Jurnal Registratie*, 1(1), 21–36. <https://www.bkkbn.go.id/detailpost/bonus-Kalam>
- A. L. (2025). *PENGARUH SECOND ACCOUNT INSTAGRAM TERHADAP KARYADI*. (1967). Pengaruh Perhatian Orang Tua. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Khatibah, K. (2011). Jurnal Perpustakaan dan Informasi. *Iqra'*, 2275(Penelitian Kepustakaan), 36–39.
- Khoerunnisa, R., Selian, T. M., & Nurvikarahmi, T. (2021). Peranan penggunaan instagram terhadap kepercayaan diri remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8723–8731.
- Liah, A. N., Maulana, F. S., Aulia, G. N., Syahira, S., & Nurhaliza, S. (2023). Pengaruh media sosial terhadap Degradasi Moral Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 68–73

- Lubis, B., & Mulianingsih, S. (2019). Keterkaitan Bonus Demografi dengan Teori Generasi.
- Mafiroh, F. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH AKUN
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26–32. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.67>
- Melati, P. (2024). *Hubungan Antara Self-Disclosure Di Dunia Maya Dengan Kecenderungan Cyber Romance Pada Remaja*. I(1), 257–271. <https://repository.unair.ac.id/106819/0Ahttps://repository.unair.ac.id/106819/3/3. BAB I.pdf>
- Mu'tia, R. B. (2021). Self Disclosure: Definisi, Operasionalisasi, Dan Skema Proses. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 1–41. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI>
- Natih, N. . (2020). Penerapan konseling rasional emotif dengan teknik role playing untuk meningkatkan keterbukaan diri (self disclosure) siswa kelas x MIA 3 SMA negeri 2 singaraja. *Journal Konseling Indonesia*, 2(1), <https://media.neliti.com/media/publications/247623>.
- Nurbaiti, N., & Alfarisyi, M. F. (2023). Sejarah Internet di Indonesia. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 2336–2344. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/view/5985>
- Nurfadilah, A., Harahap, F. H., & Althafullayya, M. R. (2024). Tangible Generasi Z Meretas Jalan Melalui Prinsip Sumbang Duo Baleh. *Cakra Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 1(1), 24–32.
- Nuruzzahra, F., Azura, S. Z., Hyoga, D., & Shaputra, A. (2023). Pola Komunikasi Generasi Z Melalui Direct Massage (DM) Intagram Kepada Idola. *Prosiding Seminar Nasional, Dm*, 1516–1529.
- Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. (2019). Presentasi diri pemilik dua akun instagram di akun utama dan akun alter. *Interaksi Online*, 7(4), 371–376. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24960>
- Pangestu, R. A., Hamidah, S. N., & Lutfiyati, S. (n.d.). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN BAGI GENERASI Z THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA USE IN MARKETING FOR GENERATION Z*. 2(4), 341–349.
- Pokhrel, S. (2024). Hubungan Antara Kepercayaan Interpersonal Diri Pada Pengguna Second Account Instagram. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 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>
- Rahma, S., & Suwarto, D. H. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Second Account Instagram Terhadap Kepuasan Hidup. *Lektor: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3). <https://doi.org/10.21831/lektur.v2i3.16310>
- Rifky Hasan, M. (2022). Motif Diversi Dan Self-Disclosure Pada Mahasiswa
- Saputriyan, N. (2022). Motif Penggunaan Second Account Instagram di Kalangan Generasi Z (Studi kasus mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN Suska Riau). *Skripsi UIN SUSKA RIAU*. <http://repository.uin-suska.ac.id/60785/>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Sawitri, D. R. (2021). Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul. *Angewandte Chemie International Edition*, 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Selfilia Arum Kristanti, & Eva, N. (2022). Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 10–20. <https://doi.org/10.29080/jpp.v13i1.697>
- Selviana, & Yulinar, S. (2022). Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1), 37–45.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, CV.
- Suryani, C., & Wiryadigda, P. (2022). Keterbukaan Diri Generasi Z dalam Second Account. *Seminar Nasional Psikologi*, 2022(November), 327–340. <https://prosiding.stekom.ac.id/index.php/SEMNASTEKMU/article/view/79/77>
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif dan pola penggunaan media sosial program studi pendidikan ekonomi unimed. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.
- Taliwuna, M., Tinggi, S., Yerusalem, T., & Manado, B. (2024). *Strategi Pendidikan Moral Dalam Menghadapi Tantangan Digitalisasi Bagi Generasi Z Moral Education Strategy in Dealing with Digitalization Challenges for Generation Z*. 3(2), 45–64. <https://ejournal.stt-erusalembatu.ac.id/index.php/SHAMAYIM>
- Universitas Esa Unggul, December, 1–14.
- Wahyuni, S. N., & Damayanti, D. (2019). Digital Branding Menggunakan Instagram Follower. *INFOS Journal*, 1(4), 31–35. <http://www.expressionengine.com>
- Yudha Amriel, E. E., & Ariescy, R. R. (2022). Analisa Engagement Rate Di Instagram :

Yuniati, U. (2021). Data Sekunder Penelitian Kualitatif. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.

Zabryna, F. A. E., & Farihah, I. (2024). the Relevance of Stoicism Philosophy To the Social and Religious Life of Generation Z. *Kanz Philosophia: A Journal for Islamic Philosophy and Mysticism*, 10(1), 79–94. <https://doi.org/10.20871/kpjpm.v10i1.320>

(2020), T. L. M. J. (1990). Tehnik pengumpulan data. BUDIDAYA AYAM RAS PETELUR (Gallus Sp.), 21(58), 99–104. @tamanwisatagenilagit SEBAGAI MEDIA PROMOSI. Etheses IAIN Ponorogo, 20. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/7716>

Arinta Widya Hapsari, Triyono Lukmantoro, N. H. (2018). Instagram Sebagai Media Ekspresi Hasrat Seksual Perempuan. *Advanced Optical Materials*, 10(1), 1–9.

Bertaglia, T., Goanta, C., Spanakis, G., & Iamnitchi, A. (2024). *Influencer Self-Disclosure Practices on Instagram: A Multi-Country Longitudinal Study*. <http://arxiv.org/abs/2407.09202>

Comission, E. (2024). *ANALISIS SELF-DISCLOSURE PADA AKUN KEDUA INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA*. 4(1), 1–23.

FERNANDA, M. (n.d.). *Jurnal-MUH FERNANDA-1642041010*.

Habil, M. (2023). Instagram Stories Sebagai Media Pengungkapan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unib. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 69–82. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.7.1.69-82>

Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>

Herna, H., & Sari, A. A. (2023). Komunikasi Dalam Pengembangan Hubungan Antarpribadi Melalui Second Account Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(2), 272–282. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.3111>

Kalam, A. L. (2025). *PENGARUH SECOND ACCOUNT INSTAGRAM TERHADAP Departemen Ilmu Komunikasi Univesitas Hasanuddin*. 12(1).

LINTAS, A. (2023). PENERAPAN TEORI SELF DISCLOSURE PADA GENERASI MILENIAL (PEMILIK SECOND ACCOUNT INSTAGRAM). *Academia.Edu*, 4(November), 74–83. <https://www.academia.edu/download/82788909/321.pdf>

Malonda, A. V., Samratson, J., Sinolungan, V., Edmay, L., David, V., Studi, P., Dokter, P., Kedokteran, F., & Ratulangi, U. S. (2025). *Gambaran Self-Disclosure pada Mahasiswa Kedokteran Pengguna Instagram di Sulawesi Utara*. 2, 1–14.

Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media

Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26–32.
<https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.67>

Meilia, I. E., & Kedua, A. (2024). *Self-Disclosure Pada Second Account Instagram Generasi Z Kabupaten Tulungagung Self-Disclosure on the second Instagram Account of Generation Z, Tulungagung Regency*. V(1), 58–77.

Nathania, D., & Nurhaqiqi, H. (2024). Second Account Instagram Sebagai Sarana Pengungkapan Diri pada Generasi Z Laki-Laki. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9601–9609. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5079>

Oleo, H., Managemen, C. P., & Disclosure, S. (2024). *PRIBADI PADA PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT*. 9(3), 795–809.

Rafiq. (2021). . *Pengguna media sosial sering membandingkan dirinya dengan penampilan, kemampuan, popularitas, dan keterampilan sosial orang lain*. 1–11.

RAHMAWATI, L. (2025). *SELF-DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI SECOND ACCOUNT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.

Ridwan, M. S., & Damaiyanti, V. P. (2025). *Fenomena Akun Alter sebagai Privacy Life-Seseorang dalam Bermedia Sosial Instagram*. 3(1), 53–62.

Saragih, R. P., & Malik, M. S. (2024). Self-Disclosure Generasi Z pada Media Sosial Instagram (Pengungkapan Diri melalui Instagram pada Peserta Homeschooling di Jakarta). *Jurnal Arunika*, 1(2), 7–16.

Suryani, C., & Wiryadigda, P. (2022). Keterbukaan Diri Generasi Z dalam Second Account. *Seminar Nasional Psikologi*, 2022(November), 327–340.
<https://prosiding.stekom.ac.id/index.php/SEMNASTEKMU/article/view/79/77>

Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Topik: Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data. *INA-Rxiv*, 1–22.

Ummah, M. S. (2021). tenik pengupulan data kualitatif wawancara. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM-PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Widodo, T. F., Wangi, M. S., & Rizqi, F. M. (2024). Analisis Self Disclosure Pada Penggunaan Second Account Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi (Unisri). *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN TRANSKIP WAWANCARA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

1. Apa alasan utama Anda membuat akun kedua di Instagram?
2. Sejauh mana Anda membedakan antara akun pertama dan akun kedua di Instagram?
3. Apa yang Anda pilih untuk dibagikan di akun kedua, yang tidak Anda bagikan di akun pertama?
4. Bagaimana Anda mendeskripsikan perasaan Anda ketika membagikan informasi pribadi di akun kedua?
5. Apakah Anda merasa lebih bebas untuk berbagi pemikiran dan perasaan pribadi di akun kedua dibandingkan dengan akun utama? Mengapa?
6. Apa batasan yang Anda terapkan dalam membagikan informasi di akun kedua?
7. Apakah Anda merasa akun kedua memungkinkan Anda untuk lebih "menjadi diri sendiri"? Mengapa atau mengapa tidak?
8. Adakah tipe konten tertentu (misalnya: foto, status, cerita) yang lebih Anda pilih untuk dibagikan di akun kedua? Mengapa?
9. Siapa saja yang Anda izinkan untuk mengikuti akun kedua Anda? Apakah ada perbedaan antara audiens akun pertama dan akun kedua?
10. Apakah Anda merasa lebih aman berbagi hal-hal pribadi dengan audiens yang berbeda di akun kedua? Mengapa?
11. Apakah Anda cenderung berbagi lebih banyak atau lebih sedikit di akun kedua dibandingkan dengan akun utama? Mengapa?
12. Apakah Anda merasa bahwa akun kedua membantu Anda menjaga privasi atau melindungi identitas tertentu?
13. Bagaimana perasaan Anda setelah membagikan informasi pribadi di akun kedua?
14. Apakah tujuan utama Anda dalam menggunakan akun kedua untuk self-disclosure (misalnya: untuk mengekspresikan diri, mencari dukungan, atau sekadar berbagi tanpa penilaian)?
15. Bagaimana Anda memastikan bahwa informasi yang Anda bagikan di akun kedua tetap aman dan tidak tersebar ke audiens yang tidak diinginkan?

DOKUMENTASI

Wawancara bersama informan Novita Khairani



Wawancara bersama informan Dewi Anggraini



© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara bersama informan Indah Mawadhani



Wawancara bersama informan Deliatul Asfhahani Pane



© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara bersama informan Nur Indah



© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultan Syarif Kasim Riau.