

## PENGUNGKAPAN DIRI DAN PENGELOLAAN INFORMASI PRIBADI PADA PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM MAHASISWA DI KOTA KENDARI

Putri <sup>1,\*</sup>; Jumrana <sup>2</sup>; Sirajuddin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia; p06592420@gmail.com<sup>1</sup>, jumrana@uho.ac.id<sup>2</sup>

\*Correspondence : p06592420@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif *self disclosure* di *Second account* Instagram dan pengelolaan batasan privasi *Second account* Instagram mahasiswa di Kota Kendari. Penelitian ini menggunakan teori *Communication Privacy Management* Sandra Petronio. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan penelitian pada media sosial Instagram dan wawancara pada pemilik akun. Oleh karena itu teknik pengumpulan data melalui observasi isi media sosial, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Informan pada penelitian ini terdiri atas sembilan orang yang terdiri dari 8 perempuan dan 1 laki-laki. Teknik analisis data dilakukan dengan model analisis data yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Motif mengekspresikan diri adalah motif utama dalam penggunaan second account karena motif ini memicu timbulnya motif-motif lainnya seperti berbagi informasi diri, mendapatkan kepuasan dan kesenangan, serta menginspirasi orang lain. Kekhawatiran pada resiko penolakan, pengkhianatan, dan kehilangan kontrol pada informasi diri membuat pengguna menerapkan batasan privasi di *Second account*. Batasan ini dilakukan dengan membuat pengaturan pribadi pada akun untuk mengendalikan informasi dan menggunakan fitur *close friends*, dan membuat *Third account* untuk menyaring pengikut ke lingkaran yang lebih kecil dalam berbagai informasi yang sangat pribadi. Ada tiga kriteria yang dijadikan acuan dalam menyebarkan informasi diri, yaitu: membatasi pengikut berdasarkan gender, mengunggah informasi diri dengan pertimbangan untuk motivasi, manfaat dan resiko, serta kontekstual.

### Kata kunci

*Communication Privacy Management, Privasi, Second account, Self Disclosure*

### ABSTRACT

The aim of this research is to determine the motives for self-disclosure on Second Instagram accounts and the management of privacy boundaries for students' Second Instagram accounts in Kendari City. This research uses Sandra Petronio's Communication Privacy Management theory. This research uses qualitative methods by conducting research on Instagram social media and interviews with account owners. Therefore, data collection techniques involve observing social media content, documentation and in-depth interviews. The informants in this study consisted of nine people, eight women and one man. The data analysis technique is carried out using a data analysis model consisting of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research show that the motive for expressing oneself is the main motive for using a second account because this motive triggers the emergence of other motives such as sharing personal information, getting satisfaction and pleasure, and inspiring other people. Concerns about the risk of rejection, betrayal, and loss of control over personal information make users implement privacy restrictions on Second accounts. This limitation is done by creating personal settings on the account to control information and using the close friends feature, and creating a Third account to filter followers into a smaller circle for very

personal information. There are three criteria that are used as a reference in disseminating personal information, namely: limiting followers based on gender, uploading personal information with consideration for motivation, benefits and risks, and contextual

#### Keywords

*Communication Privacy Management, Privacy, Second account, Self Disclosure*

### Pendahuluan

Data yang diperoleh dari Napoleon Cat Tahun 2023 menunjukkan 111,19 juta pengguna Instagram yang ada di Indonesia pada September 2023. Jika dibandingkan dengan setahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 9,7%. Spetember 2022 jumlah pengguna Instagram dalam negeri tercatat sebanyak 101,32 juta. Pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh perempuan dengan proporsi sebesar 55,4%. Sementara itu, presentase laki-laki pengguna Instagram sebesar 44,6%. (Bahar, 2018)

Penelitian Valiant, (2020), yang berjudul "Instagram sebagai media eksistensi diri", menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang selalu mengalami pembaharuan dan sebagai tempat penyebaran informasi. Dalam perkembangannya platform media sosial Instagram terus mengembangkan fitur-fiturnya. Ketika pertama kali diluncurkan, Instagram hanya dapat digunakan untuk mengunggah tulisan dan foto, kemudian pengembangan fitur selanjutnya dapat mengunggah video, story, dan reels. Tahun 2024 beberapa fitur terbaru, yaitu fitur notes dan video, Avatar Instagram, *Haptic swipe carousel*, pemilihan audiens pada *feed*, *polling* Instagram, *Instagram made for you* pada *reels*, *public collection* pada *save*, *friends map* dan lain-lain (Nawangwulan, 2024). Pengembangan fitur ini membuat Instagram semakin populer. Survey APJII (Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia) Indonesia menempati posisi ke - 4 pengguna Instagram terbanyak dengan rata-rata penggunaanya berusia 18 - 24 tahun. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia mayoritas adalah generasi milenial atau dikalangan mahasiswa (Ayuwuragil, 2018).

Hasil observasi awal peneliti menunjukkan bahwa Instagram memberikan kemudahan bagi penggunaanya untuk berbagi informasi dalam bentuk foto, video, *chatting*, maupun captions serta dilengkapi dengan fitur pendukung lainnya seperti membuat *instastory*, *Reels*, IGTV, membuat feeds, stiker, dan lainnya. Fitur-fitur tersebutlah yang menjadikan Instagram memiliki daya tarik tersendiri sehingga semakin banyak dan sering digunakan oleh pengguna. Daya tarik dan kemudahan dalam membuat akun Instagram menciptakan fenomena baru, yaitu seseorang bisa mempunyai lebih dari satu akun Instagram, dimana akun kedua populer disebut sebagai *Second account*, yang berbeda dari akun Instagram pertama (*first account*). Hal ini terjadi karena munculnya fitur baru yaitu *multiple account*. Sesuai dengan namanya, fitur *multiple account* ini berguna untuk menciptakan dua akun Instagram sekaligus dan juga berganti-ganti akun dengan mudah tanpa harus *sign out*.

Pada *first account* Instagram pengguna akan lebih menampilkan sesuatu hal menarik tentang dirinya yang layak diketahui banyak orang sebagai alat eksistensi diri. Pada akun pertama seseorang lebih cenderung menyusun profil yang menunjukkan "*ideal self*" mereka sendiri. Berbeda dengan *first account* yang selalu menunjukkan *image* mereka yang *ideal*, *Second account* justru menunjukkan hal-hal yang sangat pribadi dan informasi yang diberikan tidak selalu menggambarkan sisi baik pemilik akun. Foto atau video yang diposting pun seringkali memiliki kualitas rendah (seperti foto dengan

ekspresi aneh atau buram). Konten yang biasa diposting di *Second account* biasanya berupa cerita sehari-hari tentang perjuangan tumbuh menjadi dewasa, kisah asmara, selfie yang tidak terkendali, tangkapan layar obrolan grup, gosip, candaan, jedag-jedug, foto yang memalukan dan berbagai hal lainnya (Rahayu & Riauan, 2022). Dengan demikian *Second account* merupakan ruang untuk menyatakan keterbukaan diri. Hal tersebut diperkuat oleh hasil observasi awal peneliti yang dilakukan pada awal September 2023 pada beberapa mahasiswa pengguna Instagram di Kota Kendari, menyebutkan bahwa mereka memiliki lebih dari satu akun Instagram dan lebih sering aktif menggunakan *Second account* Instagram dibandingkan *first account* Instagram. Mereka memiliki alasan tersendiri mengapa memilih membuat dua akun Instagram. Salah satunya, seorang wanita berinisial AS berusia 19 tahun, mempunyai alasan menggunakan *Second account* dapat menjadikannya lebih bebas dan leluasa untuk berbagi cerita dan mengupload instastory berupa foto video dengan kepada pengikutnya karena yang menjadi pengikutnya hanya orang terdekat saja. Temuan observasi awal memberikan gambaran bahwa *Second account* merupakan tempat bagi pengguna Instagram dalam membagikan informasi tentang dirinya kepada orang-orang yang dianggap dekat dan memiliki hubungan yang lebih akrab.

Pengungkapan informasi diri terkait dengan *self disclosure*, yang menurut (Devito, 2011) adalah proses dimana seseorang secara sukarela mengungkapkan informasi pribadi tentang diri mereka kepada orang lain. Informasi yang diungkapkan bisa berupa pikiran, perasaan, pengalaman atau bahkan hal-hal yang bersifat rahasia atau intim. Pengungkapan diri yang tadinya hanya dilakukan telah berubah dengan adanya media sosial, salah satu media sosial yang banyak dipakai masyarakat yaitu Instagram. Namun dalam melakukan pengungkapan diri melalui Instagram tidak semua penggunanya mampu melakukan pengelolaan terhadap batasan publik dan privat. Batasan ini ada di antara informasi yang ingin diutarakan dan informasi yang ingin disimpan. Pada kenyatannya, beberapa pengguna begitu mudah mengunggah hal-hal yang sifatnya pribadi di media sosial. Sedangkan, terdapat resiko-resiko yang dapat timbul akibat pengungkapan diri di media sosial yang tidak diikuti dengan adanya pengetahuan dan kesadaran akan perilaku di dunia maya. Ada kecenderungan para pengguna Instagram tidak menyadari bahwa adanya resiko tersebut (Al-Kandari dkk., 2016).

Walaupun pengikut di *Second account* merupakan orang-orang terdekat dan kepercayaan tetap ada kemungkinan terjadi kebocoran informasi yang dilakukan oleh pengikut. Pengungkapan informasi yang terlalu banyak pada orang yang salah dan diwaktu yang kurang tepat akan menimbulkan berbagai resiko bagi diri sendiri. Adapun beberapa kasus yang peneliti temukan salah satunya dikutip dari website suara.com pada tanggal 01 Agustus 2021 mengenai tersebar luasnya konten dari *Second account* Instagram selebriti Adisthya Zara bersama pacarnya yaitu Niko Al Hakim (Halidi & Pangesti, 2021). Selain itu ada kasus viral di media sosial twitter dalam akun @ciroffle yang membahas dan menyebarkan isi-isi konten dalam *Second account* Instagram milik Alea Malika yang menuangkan tentang keterbukaan dirinya dan keluarganya (Mutmainnatun, 2022).

Penelitian ini tak hanya fokus pada *Second account* saja, Tetapi juga fokus pada *first account*, dimana terdapat perbedaan isi konten dan *self disclosure* dengan *Second account*. Pengguna lebih menonjolkan identitas dirinya yang asli di *Second account* dibandingkan *first account*. Untuk itu peneliti memfokuskan penelitian ini pada

mahasiswa di kota kendari yang memiliki lebih dari satu akun, serta bagaimana mereka melakukan pengungkapan diri mereka di setiap akun tersebut.

Penelitian tentang fenomena penggunaan *Second account* ini dikaji dengan teori *Communication Privacy Management* oleh Petronio (2002). Teori ini membahas tentang bagaimana seseorang mengelola privasi atau informasi pribadi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. CPM menjelaskan proses bagaimana seseorang mengelola hubungan antara penyembunyian dan pengungkapan informasi (West & Turner, 2007). Teori CPR memiliki lima prinsip penting dalam pengelolaan informasi diri yang dapat menjadi panduan dalam mengkaji penggunaan *Second account* dalam membagi informasi yang bersifat pribadi, yaitu kepemilikan informasi pribadi, pengendalian informasi pribadi, aturan informasi pribadi, kepemilikan bersama dan penjagaan informasi pribadi, dan turbulensi batas informasi pribadi.

Penelitian ini juga menggunakan konsep *self disclosure* untuk menjelaskan kecenderungan keterbukaan diri pengguna *Second account* dengan membagikan informasi pribadi di Instagram. Beberapa peneliti sebelumnya juga menggunakan *self disclosure* dalam penelitiannya seperti yang dilakukan oleh Ayu, (2022), fokus penelitiannya lebih kepada *Self disclosure* melalui fitur Instagram *Stories*. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa aspek terbesar *self disclosure* mahasiswa KPI adalah area terbuka (*open area*), kemudian terdapat juga area tersembunyi (*hidden area*), area buta (*blind area*), dan area tidak diketahui (*unknown area*). Penelitian mengenai *self disclosure* pada *Second account* Instagram juga dilakukan oleh Yolanda (2022) pada Mahasiswa Fikom Universitas Islam Riau. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *self disclosure* yang cenderung ditonjolkan adalah kepribadian di wilayah terbuka (*open Area*), dan wilayah buta (*hidden Area*). *Second account* dijadikan sebagai tempat melakukan *self disclosure* karena dianggap sebagai akun sosial media ternyaman untuk menjadi diri sendiri. Perbedaan antara penelitian ini dengan kedua penelitian terdahulu adalah penelitian ini utamanya dikaji dengan menggunakan Teori *Communication Privacy Management* (CPM) sementara kedua penelitian sebelumnya tidak menggunakan teori tersebut.

Penelitian lainnya yang meneliti tentang *Second account* di Instagram dilakukan oleh (Rahayu & Riauan, 2022), yang berjudul *Dramaturgi dalam sosial media: Penggunaan Second account Instagram pada kalangan mahasiswa/i Forum Studi Islam (FSI) Universitas Islam Riau* dengan hasil penelitian terdapat perbedaan penggunaan pada panggung depan *Second account* bila dibandingkan dengan panggung depan akun utama walaupun tidak terjadi keseluruhan, secara umum *Second account* digunakan sebagai berdakwah, berkarya maupun ekspresi dirinya dalam sisi berbeda. Hal ini sesuai dengan Teori *Geoffman*.

Rizky (2022) meneliti tentang motif sebab (*because of motive*) yang melatar belakangi mahasiswa IPS menggunakan *Second account*, hasil penelitian menunjukkan penyebabnya adalah pengalaman masa lalu yang kurang menyenangkan dalam menggunakan akun Instagram, misalnya seperti tidak percaya diri, komentar negative dan tuntutan personal branding yang mereka bangun. Sedangkan motif tujuan (*in order to motive*) yaitu agar mereka bisa lebih bebas berekspresi. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi.

Penelitian Sholihah (2020) berfokus pada Manajemen privasi komunikasi pengguna Instagram dewasa dalam menggunakan fitur *Instastory*, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengelolaan privasi yang dilakukan berdasarkan lima kriteria

*Communication Privacy Management* seperti risiko dan manfaat, motivasi, kontekstual, gender, dan budaya. Di sisi lain mereka juga mempunyai strategi tersendiri dalam melakukan pengaturan privasinya melalui fitur *instastory*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ayu (2022), (Rizky, 2022), dan Rahayu & Riauan (2022) terdapat pada teori yang digunakan dan objek yang diteliti. Sementara itu penelitian Sholihah (2020) meskipun menggunakan teori yang sama namun objek yang diteliti dalam penelitian berbeda, yaitu meneliti manajemen privasi komunikasi pada fitur *Instastory*.

## Metode

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan subjek penelitian mahasiswa di beberapa perguruan tinggi di Kota Kendari yang memiliki *Second account* Instagram. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan tehnik purposive sampling. Yaitu tehnik penentuan sampel yang ditentukan dengan maksud tujuan tertentu. Adapun kriterianya (1) Mahasiswa yang berkuliah di Kota Kendari, (2) Berumur 19-23 Tahun, (3) Memiliki *Second account* Instagram, (4) Aktif mengupload konten di *Second account* Instagram. Informan dalam penelitian ini berjumlah 9 orang, berikut datanya:

**Tabel 1.** Informan Penelitian

Nama	Usia	Jenis Kelamin	Universitas
WSM	21 Tahun	L	UHO
AS	19 Tahun	P	Poltekes Kendari
ALZ	21 Tahun	P	IAIN Kendari
JA	19 Tahun	P	STIE 66 Kendari
DA	21 Tahun	P	UHO
WOW	21 Tahun	P	UHO
H	19 Tahun	P	Poltekes Kendari
SM	20 Tahun	P	UMK
CP	21 Tahun	P	Universitas Mandala Waluya

Sumber : olahan peneliti

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan wawancara mendalam (*in depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh di analisis melalui tahapan: (1) reduksi data, dengan menyederhanakan, mengelompokkan, dan menghilangkan elemen yang tidak relevan dalam penelitian. Reduksi data melibatkan proses mengurangi kompleksitas data agar dapat lebih dipahami, meliputi: mengidentifikasi pola penggunaan *Second account*, mengelompokkan informasi tentang penggunaan *Second account*, dan membuang elemen yang tidak relevan; (2) penyajian data, dibuat secara sistematis dengan mengorganisasikan hasil reduksi data agar mudah dipahami oleh pembaca atau peneliti lain. Penyajian data dalam penelitian ini berupa narasi, tabel dan gambar. Tujuannya adalah agar informasi tentang penggunaan *Second account* Instagram sebagai bentuk self

disclosure pada mahasiswa dapat diakses dengan jelas dan efisien: (3) Penarikan kesimpulan, dilakukan dengan mengevaluasi temuan dan mengambil kesimpulan berdasarkan data yang telah dianalisis. Kesimpulan didasarkan pada bukti yang ada dan mengacu pada tujuan penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

### *Self Disclosure di Second account Instagram*

#### *Motif self disclosure di Second account Instagram*

Setiap orang yang melakukan pengungkapan diri biasanya mempunyai alasan. Bahkan apabila pengungkapan diri tersebut dilakukan di media sosial yang bersifat publik. Pada dasarnya pengungkapan informasi diri yang sifatnya pribadi tidak selalu mudah untuk dilakukan. Oleh karena itu seringkali di media sosial, orang-orang memiliki *Second account* untuk mengungkapkan informasi dirinya dengan maksud dan tujuan tertentu. Hal ini terungkap dalam hasil wawancara dengan informan AS bahwa :

*"saya kan orangnya suka memposting segala sesuatu tentang kehidupanku, jadi ketika saya mau mengupload itu di akun pertama saya, saya merasa bahwa followers saya akan menjudge saya sebagai anak alay, anak narsis dll. Maka dari itu saya lebih memilih untuk mengungkapkan informasi pribadiku di Second account, karena disana saya merasa bisa dengan bebas mengupload dengan semauku tanpa ada perasaan takut dijudge. Karena followers di Second account hanya orang-orang terdekatku" (Wawancara 19 Januari 2024).*

Hasil wawancara tersebut memaparkan bahwa motif informan AS melakukan pengungkapan diri di *Second account* agar bisa dengan bebas mengupload berbagai informasi pribadi tentang dirinya tanpa perlu mengkhawatirkan penilaian orang lain. Sebab pengikut pada *Second account* adalah orang-orang yang akrab dan kenal baik dengannya. Menyebarkan informasi diri yang bersifat pribadi di first account dapat menimbulkan penilaian sebagai pribadi yang berlebihan dan narsistik oleh pengikutnya. Hal yang sama juga diungkapkan oleh WSM, DA, dan SM pada kesempatan wawancara yang berbeda. WSM dan DA, Keduanya bahkan mengaku bahwa memerlukan *Second account* untuk sebagai ruang untuk mengekspresikan diri, karena di first account tidak membagikan informasi diri apa adanya sebab digunakan untuk membranding diri secara positif. Sementara SM menambahkan bahwa menggunakan *Second account* juga karena fomo mengikuti trend secont account, dan untuk mengikuti akun artis atau *influencer* tertentu.

Pernyataan WSM dan DA yang menyatakan *Second account* sebagai saran untuk mengekspresikan diri juga diungkapkan oleh AJA dan ALS, keduanya menyebutkan faktor tidak percaya diri yang membuat keduanya mengekspresikan diri di *Second account* karena pengikutnya terbatas. Mereka memiliki *Second account* karena ingin menjadi diri sendiri. Sebagaimana disampaikan oleh ALS dalam wawancara berikut:

*"saya cenderung introvert kalau sama orang baru dan yang saya tidak kenal, dan di first accountku followersnya lumayan banyak maka dari itu saya jadi tidak PD dan selalu berfikir mau mengupload di first account jadinya tidak bebas. Makanya saya buat Second account agar saya bisa jadi diriku sendiri dan followersnya itu hanya teman dekatku saja". (wawancara 25 januari 2024)*

Berbeda dengan semua informan, H menggunakan *Second account* karena terbentur aturan kampus dimana ia tidak boleh memposting berbagai aktifitas kegiatan

di kampus dan tempat magang, sehingga ia menggunakan *Second account* untuk memposting aktifitas keseharian. Sementara CP mengemukakan bahwa *Second account* dibuat untuk kepuasan dan kesenangan semata. Semua informan sepakat bahwa *Second account* diatur secara pribadi (*Private setting*) dan pengikutnya dibatasi untuk orang dekat dan terpercaya.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa *Second account* dibuat untuk pengungkapan diri (mengekspresikan diri dan menjadi diri sendiri) menghindari penilaian negatif orang lain, dan kepuasan diri.

### **Frekuensi informasi diri**

Di Instagram kita dapat mengetahui seseorang yang sedang melakukan *self disclosure* melalui unggahan mereka dan dapat juga melihat sejauh mana mereka mengungkapkannya dengan cara melihat seberapa banyak yang mereka unggah atau melihat jumlah unggahan *self disclosure* yang telah dilakukannya (Al-Kandari dkk., 2016). Penelitian ini berusaha mengungkap seberapa sering seseorang mengunggah informasi tentang dirinya, dan hal apa yang membuat mereka sering melakukannya. Informan WSM dalam wawancara menjelaskan sebagai berikut:

*“dalam sehari itu (mengunggah postingan) tidak menentu tergantung kegiatan apa yang saya lakukan, misalnya hari ini saya keluar dengan teman-temanku berarti akan banyak story Instagramku, bisa sampai 8 kali mengupload. Tapi kalau hanya dirumah berarti hanya sedikit story yang saya upload”.*  
(wawancara 19 januari 2024).

Hasil wawancara tersebut senada dengan yang disampaikan oleh WSM, WOW, AS, dan DA yang menyatakan bahwa postingan mereka di Instagram tidak menentu jumlahnya dalam sehari. Biasanya frekuensi informasi diri yang diunggah bergantung pada beberapa hal; WSM dan JA menyebut bila berkumpul bersama teman, WOW dan AS menyebut banyaknya postingan di Instagram jika ada kegiatan, bila tidak ada momen khusus bersama teman atau kegiatan tertentu, jumlah informasi diri yang disebar juga sedikit. Sementara NA dan DA memposting konten yang banyak dalam suatu waktu tanpa alasan khusus. Berikut wawancara dengan DA:

*“Frekuensi postingan saya tidak menentu sih, yang jelas setiap harinya itu selalu ada yang saya upload walaupun yang saya upload adalah hal-hal yang tidak penting seputar diri saya pribadi”* (wawancara 19 januari 2024).

Sebagian besar responden mengaku frekuensi postingannya tidak menentu dalam sehari. Responden menyebut 8, 9, 10, hingga 14 kali mengunggah postingan di *Second account* dalam sehari untuk mengidentifikasi tingginya frekuensi menyebarkan identitas pribadi di Instagram. Sementara frekuensi rendah dalam menyebarkan informasi diri pada responden diidentifikasi dengan 2 atau 3 kali. Frekuensi tersebut dipengaruhi oleh ada tidaknya kegiatan, dan momen berkumpul bersama teman untuk diabadikan.

### **Valensi diri**

Valensi diri bisa ditunjukkan dengan berupa sesuatu hal positif atau negatif. Responden dapat mengungkapkan diri mengenai sesuatu yang menyenangkan atau tidak menyenangkan mengenai dirinya (Devito, 2011). Sesuatu yang menyenangkan bagi diri tentu saja tidak selalu positif tetapi aktifitas bermanfaat tentu akan bernilai positif dan dapat menginspirasi. Dalam wawancara WSM menyatakan sebagai berikut :



*"karena kegiatanku akhir-akhir ini kebanyakan mengajar anak-anak SMP drums crops jadinya saya abadikan saja kegiatanku siapa tahu teman-temanku yang lihat ada yang minat untuk bergabung". (wawancara 19 januari 2024)*

**Gambar 1.** *Self Disclosure* dalam *Second account*



Sumber : *Screenshot Story* Instagram WOW, H, dan CP

Pengungkapan diri WSM menunjukkan valensi positif dimana ia kerap membagikan kegiatan positif untuk menginspirasi. Sama seperti unggahan H dan DA di *Second account* mereka. Dalam postingannya H banyak membagikan informasi diri dalam berbagai aktifitas kampus dan magang, berbeda dengan DA yang memposting tugas matakuliahnya di *Second account* karena merasa malu untuk mengunggahnya di *First account*. Valensi diri dalam bentuk berbeda juga kadang-kadang ditunjukkan oleh CP dengan mengunggah quotes (kutipan-kutipan kalimat dari seseorang yang terkenal atau memiliki pengaruh) di insta story, atau NA yang mengunggah kalimat *self reminder* (Kalimat bijak untuk mengingatkan diri sendiri).

Valensi diri dapat pula ditunjukkan dengan mengungkapkan ekspresi senang terhadap diri sendiri (*self love*) melalui postingan foto atau video tentang diri. Seperti yang dilakukan oleh CP dan WOW. Berikut kutipan wawancara dengan WOW:

*"di Second account saya sering mengupload foto yang saya nda berhijab, karena saya merasa cantik disitu, dan saya senang saja kalau lihat fotoku makanya saya memilih untuk menguploadnya selain untuk dilihat orang ya untuk arsipku juga bisa dilihat dimasa tua nanti". (wawancara 25 januari 2024).*

Keduanya berhijab tetapi kerap kali memposting foto diri tanpa hijab untuk ditampilkan pada *Second account* agar dilihat oleh pengikutnya. Dari pengalaman mengunggah foto dan video seperti itu, keduanya mendapatkan tanggapan dari pengikut seperti pujian dan kalimat-kalimat positif.

Valensi diri dalam bentuk lainnya ditunjukkan oleh ALZ yang mengaku bahwa seringkali pula mengunggah "foto atau video aib dirinya", dan juga teman-temannya. Misalnya foto baru bangun tidur atau foto lainnya yang memperlihatkan kekurangannya. Tanggapan pengikut di *Second account*-nya beragam tapi cenderung menertawakan,



mengejek, dan bahkan membully dengan verbal, semua respon tersebut sesuai dengan harapan ALZ.

Valensi diri biasanya terkait dengan nilai diri yang tumbuh salah satunya dari pengalaman. Itulah sebabnya postingan-postingan yang menampilkan prestasi, kegiatan bermanfaat, pengalaman seru, ekspresi diri yang sebenarnya mendapatkan tanggapan dan komentar yang sesuai dengan harapan dapat membangun valensi diri. Respon positif akan memperkuat valensi diri.

### **Kejujuran informasi**

Kejujuran dalam membagikan informasi diri merupakan salah satu dimensi dalam pengungkapan diri, termasuk mengunggahnya di media sosial. *Self disclosure* akan berbeda tergantung pada kejujuran, individu bisa saja dapat jujur atau melebih-lebihkan cerita dan bisa saja berbohong (Al-Kandari dkk., 2016). Mengenai kejujuran informasi diri di Second account Instagram diakui oleh sebagian besar informan. Seperti yang diungkap oleh WOW :

*“semua yang saya posting di Second account entah dalam bentuk foto, video, caption, itu semua jujur apa adanya tanpa settingan, karena gunanya Second account itu yah untuk lebih terbuka, jadi buat apa lagi mau di lebih-lebihkan”.  
(wawancara 29 januari 2023).*

Dalam *Second account*, para informan menyajikan informasi diri apa adanya, foto dan gambar diri pun diunggah tanpa filter, seperti yang diungkap oleh ALZ bahwa di *first account* itu semuanya akan tampak keren dan cantik, tetapi dalam *Second account* yang ditampilkan wajah asli tanpa filter. Hal yang sama diungkap CP dan JA, bahwa pengungkapan diri dilakukan secara sadar dengan memberikan informasi diri apa adanya tanpa peduli tanggapan pengikut. Hal tersebut seperti yang disampaikan JA pada saat wawancara seperti dalam penjelasannya :

*“kalau di Second account itu apapun yang kita mau upload bisaji bebas, tidak perlu lagi pikirkan image, atau pikirkan tanggapannya orang lain jadi apa adanya saja dirinya kita bisaji di tampilkan di Second account itulah gunanya punya Second account”. (Wawancara 26 januari 2024)*

Informasi diri yang jujur diunggah secara sadar oleh para informan karena pengikut di *Second account* jumlahnya terbatas dan terpilih. Sehingga tidak merasa ragu untuk membagikan informasi diri dan pandangan pribadi yang mungkin berbeda dengan lainnya, serta tidak khawatir mendapatkan respon yang tidak sesuai harapan.

### **Kedalaman informasi diri**

Kedalaman *self disclosure* terbagi menjadi dua dimensi yaitu dangkal dan yang dalam. Dalam *Second account*, *self disclosure* yang mendalam dibagikan oleh informan dibandingkan dengan informasi di *first account*. Hal ini disetujui oleh WSM, ALZ, dan JA. Dalam kutipan wawancara dengan ALZ terungkap berikut:

*“saya melakukan self disclosure di Second account itu secara mendalam, karena orang-orang di Second account-ku itu orang-orang terpercaya, seperti teman-teman se-circle ku dan yang saya sama-sama sekarang ini, dan hal-hal yang saya ungkapkan juga terkait diriku yang biasa tidak berhijab, kegiatan sehari-hariku, dan curhat-curhatan yang random saja” (wawancara 19 januari 2024).*

ALZ percaya diri dalam membagikan informasi diri yang mendalam karena pengikut dalam Second accountnya adalah orang yang terpercaya. Ini berbeda dengan informan lainnya, CP misalnya yang mengaku tidak pernah curhat masalah pribadi, atau AS yang tidak terlalu mengumbar informasi diri yang mendalam di *Second account*. Keduanya melakukan self disclosure yang dangkal. Untuk mensiasati adanya respon yang tidak terduga, WOW dan DA mengaku menggunakan fitur *close friends* saat membagikan informasi diri yang sifatnya sensitif, seperti misalnya foto atau video yang memperlihatkan diri mereka tidak memakai jilbab, hal ini dilakukan untuk menghindari cibiran dan penilaian dari pengikut lainnya. Sementara AS memilih untuk menggunakan *third account* untuk mengunggah informasi diri yang sifatnya mendalam.

Hasil wawancara dengan para informan menunjukkan bahwa tidak semua melakukan pengungkapan informasi diri mendalam karena ternyata beberapa informan memiliki pengikut yang tidak teridentifikasi sebagai pengikut yang memiliki hubungan dekat dengan mereka. Seseorang dapat menginformasikan dirinya secara mendalam hanya dilakukan kepada orang yang betul-betul akrab dengan dirinya. Semakin akrab hubungan seseorang dengan orang lain, semakin terbuka ia kepada orang tersebut (Al-Kandari dkk., 2016).

### **Pengelolaan Batasan Privasi Di *Second account* Instagram Mahasiswa Kota Kendari**

#### ***Kepemilikan informasi pribadi***

Tujuan pembuatan Second account dimaksudkan sebagai ruang pribadi pengguna bersama teman-temannya untuk berbagi informasi pribadi. Kecenderungan tersebut merupakan cara pengguna menunjukkan kepemilikan informasi. Pernyataan SM cukup menggambarkan situasi ini, “tidak semua orang bisa tahu dan mau tahu tentang kehidupanku, oleh karena itu saya menggunakan *Second account* untuk berbagi informasi diri yang lebih pribadi”. Orang-orang percaya mereka memiliki informasi tentang diri mereka sendiri dan mereka dapat mengelolanya sebagaimana yang mereka inginkan. (West & Turner, 2007).

Kepemilikan informasi sangat penting bagi mereka yang berinteraksi di media social khususnya dalam *Second account*. Beberapa informan mengaku bahwa di *first account*, mereka tidak merasa memiliki dan bisa mengelola informasi diri dengan bebas karena terbatas oleh hal-hal yang sifatnya (1) psikologis, seperti kurang percaya diri, khawatir pada penghakiman dan penilaian, (2) personal, ketidakmampuan menyusun caption yang tepat, konten yang tidak menarik (3) social, hubungan dengan pengikut yang tidak dekat, memberikan respon yang tidak tepat.

Perasaan tidak memiliki informasi pribadi pada informan dipicu oleh kondisi ketidakmampuan untuk mengendalikan informasi. JA dalam wawancara menyebutkan bahwa di *first account*, kontrol informasi tidak ada pada dirinya sebab selalu menjadikan orang lain sebagai acuan (pikiran, perasaan, dan penilaian orang lain) sehingga memiliki hambatan pribadi untuk menjadi diri sendiri. Di *Second account* yang lebih pribadi, informan bisa mengelola siapa saja yang bisa melihat informasi yang diungkapkannya.

#### ***Pengendalian informasi pribadi***

Setiap orang dapat mengendalikan informasi diri sesuai dengan batasan masing-masing. Hal ini bergantung pada valensi diri dengan memilih batasan informasi yang sifatnya publik maupun pribadi. Setiap orang punya prinsip terkait hal ini, misalnya NA dan CP yang menganggap curhat di media sosial termasuk *Second account* tidak penting sehingga tidak pernah dilakukan. Konten di akunnya seputar video bersama teman

dengan versi lucu, aktivitas sehari-hari, dan video random bersama bapaknya. Senada dengan itu, SM mengaku mengunggah konten yang layak untuk dikonsumsi oleh orang lain, "Informasi yang sangat pribadi tidak untuk dibagi pada orang lain". Meskipun di Second account pengikutnya merupakan teman sendiri namun tidak semua dapat ia percaya.

Umumnya informan mengendalikan informasi pribadi dengan tidak mengunggah informasi yang sifatnya sangat pribadi, menyaring setiap orang yang akan menjadi pengikut dan menggunakan fitur *close friends* untuk menyaring pengikut yang dapat mengakses informasi yang sangat pribadi. Prinsip ini memperkenalkan batas-batas pribadi atau *private boundaries* yang bergantung pada metafora batas untuk memperjelas bahwa ada batas antara berada di publik dan bersikap pribadi. di satu sisi batas, orang menyimpan informasi pribadi untuk mereka sendiri, sisi lain, orang mengungkapkan beberapa informasi pribadi kepada orang lain dalam hubungan sosial dengan mereka. Batas-batas disekitar informasi pribadi berada dalam kendali seseorang untuk diatur dan diubah. (West & Turner, 2007).

### **Aturan informasi pribadi**

Setiap informan memiliki batasan tersendiri terkait dengan aturan informasi pribadi, ini biasanya terkait pertimbangan kepemilikan dan pengendalian informasi diri. Dalam Teori *Communication Privacy Management*, gender merupakan salah satu kriteria untuk memutuskan siapa saja yang bisa menjadi pengikut, ALZ misalnya memilih hanya menerima pengikut yang berjenis kelamin Perempuan karena dalam *Second account*-nya ia sering mengunggah foto dan video tanpa hijab, sementara itu informan lain tidak mempertimbangkan kriteria gender.

Kriteria yang juga digunakan dalam mengatur informasi adalah kriteria motivasi. Informan memiliki motivasi tertentu dalam menyebarkan informasi diri, seperti CP dan WOW yang kerap mengunggah foto tanpa hijab dengan motivasi untuk memperlihatkan kecantikan pada pengikut. H dan WSM yang biasa mengunggah foto dan video beragam aktivitas produktif mereka untuk menginspirasi. Beberapa informan lainnya mengunggah foto dan video untuk hiburan dan lelucon.

Kriteria lainnya dalam mengatur informasi diri adalah kontekstual. Informan memilih untuk menggunakan fitur *close friends* dan *third account* bila mengunggah informasi yang sangat pribadi dan sensitif. Menggunakan *Second account* untuk mengunggah aktifitas sehari-hari yang biasanya tidak dilakukan di *First account*. Kriteria yang banyak digunakan mengatur informasi pribadi adalah kriteria resiko dan manfaat. Sebagian besar informan memilih untuk tidak mengekspose informasi diri yang sangat pribadi dalam *Second account*-nya dengan pertimbangan resiko akan tersebar keluar. Informasi ini meliputi tentang keluarga, kehidupan percintaan, dan permasalahan pribadi. Informan lebih memilih memposting informasi diri yang menginspirasi dan bermanfaat, menyaring siapa saja yang akan menjadi pengikut, dan menyaring pengikut siapa saja yang dapat melihat unggahannya, serta mengatur *Second account* dengan pengaturan privat. Dengan demikian, umumnya informan lebih memilih kriteria motivasi, kontekstual, dan resiko dan manfaat untuk mengatur informasi pribadi.

### **Kepemilikan bersama informasi**

*Boundary Ownership* atau hak kepemilikan bersama mengatur tingkat hak kepatutan yang dimiliki pemilik bersama untuk mengontrol apa yang terjadi pada informasi dalam batas privasi. Umumnya kepemilikan bersama informasi hanya diberikan dalam informasi yang layak untuk diterima orang lain, dan informasi yang

sifatnya dangkal. Sebagian besar informan tidak membagi informasi yang mendalam meskipun pengikutnya adalah orang yang dikenal dekat dan akrab, seperti teman yang dipercaya. Informasi mendalam dibagikan kepada bagian terkecil dari lingkaran pertemanan yang menjadi pengikut atau biasa disebut sebagai *confidant*, yang dalam Instagram disebut *close friends*. *Boundary Ownership* memunculkan dua kategori yang menjadi penerima informasi yaitu *Confidant* dan *Co-Owner* (West & Turner, 2007). Sementara *co-owner* hanya diizinkan untuk mengakses informasi pribadi yang sifatnya lebih umum

### **Turbulensi**

Diantara semua informan hanya satu informan yang pernah mengalami konflik sehingga menetapkan aturan batasan koordinasi mengatur privasinya. Hal ini terjadi ketika unggahannya di *Second account* disebarkan keluar oleh pengikutnya. Peristiwa tersebut mendorong informan memperkecil jumlah pengikutnya dari 50 orang menjadi 14 pengikut. Dalam terminologi CPM, ini disebut dengan turbulensi batasan, mereka akan mencoba untuk membuat penyesuaian baru sehingga mereka dapat mengurangi turbulensi dan mencapai koordinasi (West & Turner, 2007). Prinsip ini muncul ketika sebuah aturan koordinasi batasan tidak jelas atau ketika harapan orang untuk mengatur privasinya berkonflik antara satu dengan yang lainnya.

### **Self Disclosure Mendorong Pengelolaan Batasan Privasi di Second account.**

Setiap orang memiliki motivasi yang berbeda-beda dalam membuat *Second account*. Penelitian ini menemukan bahwa motif berbagi informasi diri, mengekspresikan diri, mendapatkan kepuasan dan kesenangan, serta menginspirasi orang lain adalah motivasi yang mendorong pengguna membuat *Second account*. Beberapa temuan ini sama dengan hasil penelitian (Ayu, 2022) yang mengungkap tujuan penggunaan *Second account* adalah untuk mengekspresikan diri, memberi motivasi, dan berbagi informasi. Sementara (Permana & Sutedja, 2021) menyebutkan *Second account* sebagai tempat untuk mengekspresikan diri secara bebas. Tampaknya motivasi untuk mengekspresikan diri dengan bebas merupakan motif utama dalam pembuatan *Second account*, sebab hal ini kemudian membuat orang membagi informasi dirinya, mendapatkan kepuasan dan kesenangan, merasa menjadi diri sendiri, dan akhirnya unggahannya bisa saja menginspirasi dan memotivasi orang lain melakukan hal yang sama.

Walaupun *Second account* dibuat untuk mengekspresikan diri secara bebas dengan membagi informasi diri, namun secara khusus, penelitian ini memberikan gambaran dengan baik bahwa ada batasan keterbukaan informasi diri di *Second account*. Tidak semua orang merasa nyaman untuk membagikan informasi yang sangat pribadi. Selalu ada kekhawatiran bahwa informasi yang dibagikan akan tersebar keluar, atau menimbulkan penghakiman dari orang lain. Temuan ini mengonfirmasi pandangan (West & Turner, 2007) yang menyatakan bahwa mengatur privasi memberi kita rasa aman sebagai pemilik sah informasi tentang diri kita. pengungkapan pribadi pada orang yang salah, pada saat yang tidak tepat, mengumbar terlalu banyak tentang diri sendiri, hanya akan membuat kita berada dalam resiko terekspose. Menyiasati resiko seperti itu ada tiga tindakan yang dilakukan pengguna dalam penelitian ini, yaitu membatasi akses, selektif terhadap pengikut, dan mengelola informasi diri yang disebarkan.

Pembatasan akses pada akun dengan pengaturan pribadi (*private setting*) sehingga tidak semua orang bisa mengakses akun pengguna kecuali pengikut. Hal ini dilakukan berdasarkan prinsip *permeabilitas boundary* yang dicetuskan Petronio (2002) bahwa

pengguna membuat batasan tebal (*thick boundary*) dengan menutup akses agar dapat mengontrol seberapa banyak informasi diri yang dapat melewati batas. Meskipun dalam penelitian ini ditemukan ada potensi turbulensi meskipun pengaturan pribadi telah dilakukan. Menghadapi situasi ini, upaya yang dilakukan pengguna adalah membuat *Third account*.

Tindakan berikutnya adalah selektif terhadap pengikut yang dilakukan dengan mengembangkan pengaturan privasi dengan kriteria gender, motivasi, dan kriteria resiko dan manfaat. Kriteria kontekstual (Petronio, 2002) . kriteria budaya dan kontekstual (West & Turner, 2007) tidak ditemukan sebagai aspek yang mendorong pengembangan pengaturan privasi dalam penelitian. Ini berbeda dengan temuan Sholihah (2020) yang menemukan kriteria pengaturan pribadi dilakukan berdasarkan gender, motivasi, kontekstual, budaya, dan manfaat dan resiko. Meskipun demikian, selalu ada kemungkinan bahwa penentuan kriteria ini dapat berubah menyesuaikan kepentingan dan situasi yang terjadi pada pengguna. Menurut teori CPM, orang-orang mempelajari aturan-aturan melalui proses sosialisasi dan negosiasi dengan orang lain untuk membuat pengaturan baru (West & Turner, 2007).

Penelitian ini mengungkap bahwa informasi diri yang disebarakan bergantung pada valensi diri setiap pengguna. Kedalaman informasi dan batasan informasi yang dapat dibagi, berbeda-beda pada setiap orang. Dalam penelitian ditemukan pengguna yang membuka hijab di *Second account* tapi membatasi pengikutnya berdasarkan jenis kelamin, tetapi ada juga yang tidak membatasi pengikut berdasarkan gender tetapi berdasarkan motivasi. Ada pengguna yang curhat masalah pribadi sebab menganggap pengikutnya adalah teman dekat dan akrab dengannya, namun banyak juga yang menolak untuk mengungkap masalah pribadi meskipun pengikutnya adalah orang-orang terdekat, biasanya ini didasari pada pertimbangan resiko dan manfaat. Valensi, baik positif maupun negatif bergantung pada unggahan dan respon pengikut pada unggahan tersebut.

Pengelolaan informasi pribadi merupakan tindakan lainnya yang dilakukan oleh pengguna dalam mengendalikan kepemilikan informasi dalam penelitian ini. Salah satunya adalah dengan tidak mengumbar informasi yang sifatnya sangat pribadi, yang dalam terminologi *self disclosure* disebut kedalaman informasi. Ini terkait dengan seberapa intim informasi yang dibagi (Al-Kandari dkk., 2016) dan seberapa sensitif informasi itu bagi diri sendiri. Penelitian ini mengungkap bahwa resiko mengumbar informasi pribadi dapat menyebabkan penolakan, hilangnya kontrol atas informasi, dan pengkhianatan. Penolakan yang disebabkan oleh unggahan yang menyebabkan pengguna mendapatkan respon negatif dan tidak sesuai. Hal ini kemudian menimbulkan pengkhianatan, dimana pengikut membocorkan informasi keluar dan memperluas jangkauan informasi tersebut. Akhirnya pengguna tidak dapat mengontrol informasi dirinya yang telah disebarakan oleh orang lain. Fenomena ini hampir selaras dengan pandangan (Taylor dkk., 2009) mengenai resiko penyebaran informasi pribadi, dimana ketiganya menambahkan bahwa tidak menutup kemungkinan resiko pengabaian bisa saja terjadi yang ternyata tidak ditemukan dalam penelitian ini.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan mengenai penggunaan *Second account* Instagram sebagai bentuk *self disclosure* mahasiswa di Kota kendari dapat disimpulkan bahwa : 1) Motivasi mahasiswa Kota Kendari melakukan *self disclosure* di *Second account*

Instagramnya adalah untuk berbagi informasi diri, mengekspresikan diri, mendapatkan kepuasan dan kesenangan, serta menginspirasi orang lain. Tetapi dari semua motif tersebut, mengekspresikan diri adalah motif utama yang kemudian memicu motif-motif lainnya. 2) *Second account* digunakan untuk mengekspresikan diri namun tidak semua pengguna melakukan self disclosure dengan membagikan informasi pribadi yang mendalam. Kekhawatiran pada resiko penolakan, pengkhianatan, dan kehilangan kontrol pada informasi diri membuat pengguna menerapkan batasan privasi di *Second account*. Batasan Privasi dilakukan dengan membuat pengaturan pribadi pada akun sebagai upaya untuk mengendalikan informasi sehingga tidak dapat diakses secara bebas. Selain itu fitur *close friends*, dan membuat *Third account* digunakan beberapa pengguna untuk menyaring pengikut ke lingkaran yang lebih kecil saat ingin membagikan informasi mendalam. Ada tiga kriteria yang dijadikan acuan dalam menyebarkan informasi diri, yaitu: membatasi pengikut berdasarkan gender, mengunggah informasi diri dengan pertimbangan manfaat dan resiko, serta membagikan informasi diri atau merepost informasi lainnya dengan tujuan untuk memotivasi, serta pengungkapan informasi diri sesuai dengan konteks, didasari pada peristiwa atau momen yang mendorong seseorang mengunggah informasi dirinya. Dengan demikian, self disclosure mendorong pengelolaan batasan privasi di *Second account* untuk menghindari resiko.

## Referensi

- Al-Kandari, A., Melkote, S. R., & Sharif, A. (2016). Needs and motives of Instagram users that predict self-disclosure use: A case study of young adults in Kuwait. *Journal of Creative Communications, 11*(2), 85–101. <https://doi.org/10.1177/0973258616644808>
- Ayu, R. D. (2022). *Self disclosure melalui fitur Instagram stories (Studi pada mahasiswa KPI UIN Jakarta)* [Thesis Bachelor, UIN Syarif Hidayatullah]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57608/1/RIZKI%20DEWI%20AYU-FDK.pdf>
- Ayuwuragil, K. (2018, Februari 19). Pengguna internet Indonesia capai 143 juta. *CNN Indonesia*.
- Bahar, A. (2018, April 22). Survei: 46% remaja punya lebih dari satu akun Instagram pribadi, kebanyakan nggak ngungkap identitas asli. Apa alasannya? *hai-online.com*. <https://hai.grid.id/read/07610011/survei-46-remaja-punya-lebih-dari-satu-akun-instagram-pribadi-kebanyakan-nggak-ngungkap-identitas-asli-apa-alasannya>
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi antar manusia* (A. Maulana, Ed.; 5 ed.). Karisma Publishing Group.
- Halidi, R., & Pangesti, R. (2021, Agustus 1). Viral Second account diduga milik Adhistry Zara, ungkap keinginan untuk mati. *CNN.Com*. <https://www.suara.com/entertainment/2021/08/01/105048/viral-second->
- Mutmainnatun, C. N. (2022). *Self Disclosure di media sosial Instagram pada remaja putri Dusun Selorejo Desa Temurejo Banyuwangi* [Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember]. [http://digilib.uinkhas.ac.id/12117/1/MUTMAINNATUN%20CHOIRUN%20NISA\\_D20173014.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/12117/1/MUTMAINNATUN%20CHOIRUN%20NISA_D20173014.pdf)

- Nawangwulan, A. (2024, April 19). *Catat berbagai fitur terbaru di Instagram tahun ini*. Kelaswork.com. <https://kelas.work/blogs/catat-berbagai-fitur-terbaru-di-instagram-tahun-ini>
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Inovasi Penelitian*, 2, 1195–1203.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v1i4.838>
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure* (1 ed.). State University of New York Press.  
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gTCsft8zVXgC&oi=fnd&pg=PR11&ots=n4a1fiUwhH&sig=5Kt4uua-0qz7Xiu-fZ2KNygNa0&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gTCsft8zVXgC&oi=fnd&pg=PR11&ots=n4a1fiUwhH&sig=5Kt4uua-0qz7Xiu-fZ2KNygNa0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Rahayu, M., & Riauan, M. Ar. I. (2022). Dramaturgi dalam media sosial: pengguna second account di instagram pada kalangan mahasiswa FSI Universitas Islam Riau. Dalam *Komunikasi Anak Muda dan Perubahan Sosial*.  
<https://repository.uir.ac.id/17959/1/Dramaturgi%20dalam%20Media%20Sosial.pdf>
- Rizky, F. F. (2022). *Motif Penggunaan Second Account Instagram di kalangan mahasiswi Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (Studi Fenomenologi Alfred Schutz)* [Bachelor Thesis, UIN Syarif Hidayatullah].  
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64765/1/11170150000022\\_Farah%20Futhihat%20Rizky%20%28PT%29.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64765/1/11170150000022_Farah%20Futhihat%20Rizky%20%28PT%29.pdf)
- Sholihah, M. (2020). *Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Instagram Dewasa Dalam Menggunakan Fitur Instastory* [Bachelor Thesis, Universitas Muahmmadiyah].  
<https://eprints.ums.ac.id/86658/15/NASKAH%20PUBLIKASI%20-%20MAR%27ATUS%20SHOLIAH%20-%20L100160156.pdf>
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi sosial* (12 ed., Vol. 718). Kencana.
- Valiant, V. (2020). *Instagram sebagai media eksistensi diri* [Skripsi, Universitas Persada Indonesia]. <http://repository.upi-yai.ac.id/1252/1/INSTAGRAM%20SEBAGAI%20MEDIA%20EKSISTENSI%20DIRI%20Velant.pdf>
- West, R., & Turner, L. (2007). *Introducing communication theory: Analysis and application* (3th ed.). McGraw-Hill.
- Yolanda, F. (2022). *Self disclosure melalui second account di Instagram* [Bachelor Tesis, Universitas Islam Riau]. <https://repository.uir.ac.id/17386/1/179110101.pdf>