

SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI MEDIA SOSIAL X (TWITTER)

Viola Rizqika Putri Handoko¹; Ainur Rochmania*²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia; ainur@umsida.ac.id²

*Correspondence : ainur@umsida.ac.id

ABSTRAK

Generasi Z merupakan generasi yang hidup di bawah pengaruh digitalisasi sehingga mereka terbiasa menggunakan sosial media dalam kehidupannya, misalnya dengan membagikan informasi pribadinya atau yang biasa disebut dengan *self disclosure* ke dalam media sosial X (Twitter). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji unggahan *tweet* generasi z yang kemudian akan dikategorikan ke dalam lima fungsi *self disclosure* sesuai dengan teori Derlega & Grezlak, Mengelompokkan informan ke dalam 4 area milik Johari Window, serta menghubungkan teori *uses and gratifications* dengan *self disclosure*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis data milik miles huberman yakni reduksi data, Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah unggahan *tweet* informan dapat dikategorikan ke fungsi ekspresi, fungsi penjernihan diri, fungsi keabsahan sosial, fungsi kendali sosial serta fungsi perkembangan hubungan, tetapi fungsi yang paling menonjol adalah fungsi ekspresi. Dari tujuh informan, satu masuk ke dalam *open area*, lima ke dalam *hidden area*, dan satu *blind area*. Teori *uses and gratifications* sangat berkaitan dengan bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan khalayak, intensitas unggahan *tweet* informan per harinya dinilai cukup tinggi sehingga hal ini menunjukkan bahwa X (Twitter) berhasil memenuhi kebutuhan penggunaannya sebagai media yang dapat digunakan untuk *self disclosure*.

Kata kunci

Generasi Z, *Self Disclosure*, X (Twitter)

ABSTRACT

Generation Z, raised in the digital era, is heavily influenced by digitalization and accustomed to integrating social media into their daily lives. This includes sharing personal information, known as *self-disclosure*, on platforms like X (Twitter). This study aims to analyze Generation Z's tweets, categorizing them into five functions of *self-disclosure* based on Derlega & Grezlak's theory, classifying informants into Johari Window's four areas, and linking the *uses and gratifications* theory to *self-disclosure* practices. The research employs a qualitative method with Miles and Huberman's data analysis techniques, including data reduction. Informants were selected through *purposive sampling*. The findings reveal that the informants' tweets align with the five *self-disclosure* functions: *expression*, *self-clarification*, *social validation*, *social control*, and *relationship development*. However, the most prominent function is *expression*. Among the seven informants, one falls into the *open area*, five into the *hidden area*, and one into the *blind area* of the Johari Window. The *uses and gratifications* theory strongly correlates with how social media fulfills user needs, as the high daily intensity of tweets indicates that X (Twitter) successfully meets its users' needs as a platform for *self-disclosure*. This study highlights the interplay between digital platforms, psychological frameworks, and Generation Z's communication behaviors in the context of personal information sharing.

Keywords

Generation Z, *Self Disclosure*, X (Twitter)

Pendahuluan

Self disclosure merupakan salah bentuk komunikasi interpersonal yang digunakan seseorang untuk menyuarkan informasi pribadinya. Biasanya informasi ini bersifat rahasia dan menjelaskan tentang perasaan seseorang. *Self disclosure* adalah tindakan seseorang dalam mengungkapkan informasi pribadi mengenai dirinya kepada orang lain, salah satu tujuannya adalah untuk mendapatkan *feedback*. *Feedback* ini biasanya berisi tentang pujian atau saran. Dahulunya *self disclosure* hanya bisa dilakukan melalui tatap muka, namun saat ini berkembang semakin luas dengan memasukkan komunikasi tertulis yang bisa terjadi melalui komputer untuk perangkat keras dan internet untuk perangkat lunak (Littlejohn & Foss, 2012).

Inovasi perkembangan teknologi membawa berbagai dampak dalam kehidupan masyarakat, salah satunya adalah internet. Di dalamnya terdapat berbagai macam media sosial yang dapat digunakan kapan saja ketika membutuhkan sesuatu yang ingin dicari. Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta jiwa hingga Januari 2024, jumlah ini setara dengan 77% dari total penduduk Indonesia. Jumlah ini dikatakan naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya. Dari laporan ini disimpulkan bahwasannya masyarakat Indonesia rata-rata mengakses internet selama 7 jam 38 menit dalam sehari (Riyanto, 2024). Di Januari 2024, *We Are Social* mencatat bahwasannya Indonesia memiliki 167 juta pengguna media sosial aktif yang mana jumlah ini setara dengan 60,4% dari total populasi. Dari data tersebut pengguna internet di Indonesia paling banyak mengunjungi platform sosial media whatsapp, Instagram, facebook, tiktok, telegram, dan X (Twitter). Dengan rata-rata waktu 3 jam 11 menit penggunaan media sosial (Riyanto, 2024). Pengguna X (Twitter) di Indonesia mencapai 57,5% dari jumlah populasi, dan di awal tahun 2024 X memiliki 24,69 juta pengguna di Indonesia (Kemp, 2024). Oleh karena itulah, penelitian ini akan lebih berfokus pada media sosial X (Twitter).

X atau yang dulunya disebut dengan *Twitter* merupakan *platform microblogging* yakni sebuah *blog* sederhana yang di dalamnya kita bisa mengunggah sesuatu berupa teks, foto, maupun video. Penyampaian pesan dalam X disebut dengan *tweet*, sedangkan pengguna X disebut dengan *tweeps* (Mardiana & Zi'ni, 2020). Berbagai fitur yang disediakan oleh X memudahkan penggunaannya untuk mengaplikasikan sosial media ini, seperti fitur *Tweet*, *Direct Message* (DM) yang bisa digunakan untuk melakukan *chat*, berbagi gambar ataupun berbagi informasi lainnya. 11,1% pengguna twitter berada pada rentang usia 18 sampai 24 tahun (*We Are Social*, 2023). Jika dikategorikan, usia ini masuk ke dalam kategori generasi Z atau umumnya disebut dengan 'Gen Z'.

Generasi Z atau Gen Z kerap kali dijuluki dengan iGeneration, Net Generation, atau Internet Generation karena mereka yang hidup di era digital. Psikolog Elizabeth T. Santosa (Santosa, 2015) menyatakan dalam bukunya "*Raising Children in Digital Era*" bahwa generasi z adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995 atau lebih tepatnya setelah tahun 2000. Lahirnya generasi ini ditandai dengan internet yang mulai masuk dan berkembang di kalangan masyarakat, sehingga mereka sudah mulai mengenal telepon seluler tetapi sebagian besar mainan sehari-harinya masih bersifat tradisional. Pengertian lain juga disampaikan oleh Hellen Chou P. bahwa generasi digital ini ditandai dengan generasi muda yang sangat bergantung pada teknologi digital (Pratama, 2012). Maka tak heran jika generasi ini sangat *update* mengenai perkembangan teknologi,

khususnya pada sosial media. Fenomena yang sedang marak terjadi di kalangan generasi Z adalah menggunakan akun anonim pada sosial mediana.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata anonim memiliki arti tanpa nama atau tidak beridentitas. Maka pengertian dari akun anonim sendiri adalah akun yang tidak memiliki nama atau identitas asli sang pemilik. Karena X merupakan sosial media yang cenderung berisi tentang tulisan, maka banyak orang yang merahasiakan identitas aslinya supaya mereka merasa bebas ketika mengungkapkan pendapat atau perasaannya, hal ini tentu menjadi fenomena yang umum terjadi terutama di kalangan generasi Z.

Penggunaan akun anonim di media sosial twitter juga tidak mungkin tanpa sebab, setiap individu yang melakukan hal ini tentu memiliki alasan dan tujuan tertentu. Seperti yang disebutkan oleh Wilbur Schramm dalam teori uses and gratification, beliau menyatakan bahwasannya penggunaan media sosial dipengaruhi oleh motif tertentu dimana media sosial tersebut dapat memenuhi kepuasan. Permasalahan utama dalam teori ini bukanlah bagaimana media tersebut merubah sikap dan perilaku khalayak melainkan bagaimana media itu sendiri dapat memenuhi kebutuhan khalayaknya sehingga ada kepuasan tersendiri dalam memilih media tersebut. Jadi bobot pada teori ini ada pada khalayak yang aktif yang dengan sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2003).

Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz berawal dari pandangan bahwa komunikasi tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak, jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak juga akan terpenuhi, pada akhirnya media ini akan dianggap sebagai media yang efektif (Krisyantono, 2006).

Penelitian ini mengacu pada 3 jurnal dalam negeri dan 2 jurnal internasional. Pertama adalah artikel jurnal yang berjudul "*Self Disclosure Pada Pengguna Media Sosial Twitter*" milik Alvira Iswinda Mu'alifah dan Sumardjiati (Mu'alifah & ., 2023) dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa informan melakukan *self disclosure* dengan cara mengunggah informasi yang bersifat rahasia melalui fitur teks dalam X, X dipilih karena dirasa lebih praktis karena menggunakan fitur teks. Kedua adalah artikel jurnal yang berjudul "*Media Sosial Twitter dalam Dimensi Self Disclosure pada Mahasiswa di Kota Depok*" yang ditulis oleh Ramita Hapsari dan Zoraya Azahra (Hapsari & Azahra, 2020) objek penelitian mereka adalah *self disclosure* melalui X sedangkan subjek penelitian mereka adalah mahasiswa Depok, dari hasil penelitian mereka ditemukan bahwa mahasiswa di Depok merasa nyaman mengungkapkan dirinya di media sosial X serta dapat dihubungkan dengan open area pada teori Johari window. Ketiga adalah artikel jurnal yang berjudul "*Perilaku Self Disclosure pada Kalangan Remaja melalui Media Sosial Twitter*" milik Nur Fadia Rusly dan Qoni'ah (Rusly & Madura, 2023) dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa informan yang dipilih melakukan *self disclosure* secara eskpresif dan terbuka, ia juga mengelompokkan informannya ke dalam 4 area menurut Johari Window. Keempat adalah artikel jurnal internasional yang berjudul "*All the lonely people: Effects of social isolation on self-disclosure of loneliness on Twitter*" milik Anya Hommadova dan Yelena Mejova (Hommadova Lu & Mejova, 2022) melalui penelitiannya mereka menemukan pengaruh dari kegiatan isolasi Covid-19 ribuan bahkan lebih orang beralih menggunakan twitter untuk mengekspresikan rasa kesepian mereka selama masa isolasi. Dan yang terakhir adalah artikel jurnal internasional yang berjudul "*The Impact of What Others Do, Approve Of, and Expect You to Do: An In-Depth Analysis of Social*

Norms and Self-Disclosure on Social Media” milik Philip, Natalya, dan Dominic (Masur et al., 2023) yang menjelaskan bahwa pengungkapan diri adalah perilaku yang disertai dengan konteks, sehingga penting untuk dipahami apakah hubungan antara persepsi norma dan keyakinan diri berbeda di seluruh saluran komunikasi. Berdasarkan 1201 studi Belanda ekspresi emosi dianggap paling tepat disalurkan salah satunya melalui media sosial twitter.

Peneliti menemukan berbagai perbedaan pada jurnal rujukan yang dipilih. Perbedaan yang paling menonjol adalah tiga jurnal dalam negeri yang dijadikan rujukan oleh peneliti lebih fokus pada pembagian empat area sesuai dengan Teori Johari Window, Sedangkan pada penelitian ini akan fokus kepada pengelompokan informan ke dalam lima fungsi *Self Disclosure* milik Derlega dan Grzelak (Ayu, 2021) sesuai dengan tweet yang diunggah pada akun X nya tetapi tetap memberikan pembahasan mengenai teori Johari Window dan juga hubungan teori *uses and gratifications* sesuai dengan unggahan tweet. Selain itu subjek yang dipilih pun berbeda, jurnal sebelumnya memilih subjek mahasiswa depok, remaja, dan pengguna media sosial X atau *Twitter*, sedangkan di penelitian ini subjek yang dipilih adalah generasi Z.

Pada penelitian “*Self Disclosure* Generasi Z Melalui Media Sosial X (Twitter)” peneliti ingin mengelompokkan informan ke dalam 5 fungsi milik Derlega dan Grzelak yakni fungsi ekspresi, fungsi *self clarification*, fungsi *social validation*, fungsi *social control*, dan fungsi *relationship development*, sehingga nantinya peneliti dapat mengetahui tergolong ke dalam fungsi *self disclosure* apa saja yang ada pada informan. Sedangkan teori *uses and gratification* menyebutkan bahwa pada dasarnya khalayak menggunakan media sosial tertentu sebagai pemenuhan kebutuhannya serta memiliki motif tertentu, penggunaan teori *uses and gratification* dimaksudkan supaya peneliti mengetahui apakah X (Twitter) dapat memenuhi kebutuhan informan sebagai media penyampaian *self disclosure* nya. Meski demikian, peneliti tetap akan memakai teori Johari Window sehingga nantinya akan terlihat apakah informan masuk ke dalam open area, blind area, hidden area, atau unknown area. Subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang memiliki akun sosial media X (Twitter) serta aktif menggunakannya. Pemilihan Generasi Z sebagai subjek bukanlah tanpa sebab, menurut data yang beredar 5% pengguna media sosial X (Twitter) berada pada rentang usia 18-24 tahun yang mana usia tersebut masuk ke dalam kategori usia generasi Z.

X, yang dahulunya disebut dengan *Twitter* merupakan situs *web* yang berupa layanan *microblogging* yaitu suatu bentuk *blog* yang membatasi ukuran setiap postingannya, pengguna X dapat menuliskan pesan dengan maksimal 140 karakter. X merupakan sebuah *website* yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc*, berupa jejaring sosial dan *microblog* yang menyediakan penggunaanya untuk dapat mengirimkan dan membaca tweet. Sehingga X merupakan salah satu media sosial yang paling mudah digunakan karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang didapatkan dan disampaikan dapat langsung menyebar secara luas.

Self Disclosure, Teori *self disclosure*, (DeVito, 2001) menjelaskan *self disclosure* dalam teori penetrasi sosial yang artinya mengkomunikasikan informasi tentang diri kita tentang informasi yang biasa disembunyikan dari orang lain. *Self Disclosure* melibatkan informasi mengenai nilai-nilai, keyakinan, keinginan, perilaku, serta kualitas karakteristik diri yang dimiliki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *self disclosure* adalah kemampuan dalam mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain. Derlega & Grzelak menyebutkan ada 5 fungsi *self disclosure* (Ayu, 2021) yakni : (1)

Ekspresi (*Expression*) : Individu memiliki kesempatan dalam mengungkapkan perasaannya, misalnya mengekspresikan perasaannya melalui tulisan atau postingan di sosial media. (2) Penjernihan diri (*Self Clarification*) : Dengan melakukan *self disclosure*, beban pikiran yang awalnya hanya disimpan sendiri bisa dibagikan kepada orang lain, sehingga isi hati dan pikiran akan menjadi lebih jernih. (3) Keabsahan Sosial (*Social Validation*) : Setelah melakukan *self disclosure*, individu akan mendapatkan *feedback* mengenai informasi yang telah ia sampaikan. (4) Kendali Sosial (*Social Control*) : Seseorang dapat mengungkapkan atau menyembunyikan pengungkapan dirinya sebagai kontrol sosial. (5) Perkembangan Hubungan (*Relationship Development*) : Dengan melakukan pengungkapan diri, perkembangan hubungan akan semakin meningkat.

Teori Johari Window, *Self disclosure* seringkali dikaitkan dengan teori ini. Biasanya dikenal dengan nama jendela Johari yang mencerminkan adanya proses timbal balik berupa informasi, pujian maupun kritik untuk kepentingan pengembangan diri. Dalam teori Johari window ini dijelaskan bahwasannya terdapat 4 wilayah. Dimana di keempat wilayah tersebut merupakan satu Judul artikel nama penulis 1 kesatuan yang ada pada setiap diri seseorang. Terdapat *open area*, *blind area*, *hidden/avoid area*, dan *unknown area*. Berikut adalah penjelasan dari keempat wilayah : (1) *Open area* : Merupakan daerah yang saya dan orang lain ketahui. Wilayah terbuka ini menyajikan semua informasi, perilaku, sifat, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang diketahui baik oleh diri sendiri maupun orang lain. (2) *Blind area* : Merupakan wilayah yang saya tidak tahu tetapi orang lain tahu. Dalam situasi ini, individu tidak mengenal dirinya sendiri, tidak mengenal kelemahannya, akan tetapi orang lain mengetahui hal tersebut. (3) *Hidden/avoid area* : Merupakan wilayah yang diketahui oleh saya dan orang lain tidak tahu sama sekali. Daerah ini berisi segala sesuatu mengenai diri pribadi yang hanya diketahui oleh diri sendiri. (4) *Unknown area* : Merupakan wilayah yang saya tidak tahu dan orang lain pun tidak tahu. Situasi ini menggambarkan dimana orang tidak mengenal baik dirinya sendiri ataupun orang lain.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang didefinisikan sebagai metode yang ditujukan sebagai langkah dalam melakukan penelitian keadaan dan kondisi objek alam, bersifat alami, serta keseluruhan yang mengutamakan kualitas, memakai beberapa cara, serta disajikan dalam bentuk naratif. Metode penelitian kualitatif tidak membutuhkan hipotesa karena tidak perlu tes menggunakan sebuah statistik sebagai pengukuran maupun pembuktian (Mukti & Rochmaniah, 2022). Pengumpulan data penelitian ini menggunakan pengamatan terhadap *tweet* dari tujuh akun X yang secara aktif melakukan *self disclosure* di sosial media yang kemudian dijadikan sebagai unit analisis. Rentang waktu penelitian ini adalah satu minggu mulai tanggal 26 Maret 2024 sampai dengan 2 April 2024. Peneliti menggunakan teknik analisis data milik Miles dan Huberman yakni reduksi data. Reduksi data merupakan kegiatan merangkum dan memfokuskan pada hal-hal yang penting (Prihantoro et al., 2020).

Penetapan tujuh akun X ini menggunakan teknik *purposive sampling* atau sampel bertujuan, dimana peneliti dengan sengaja menetapkan unit analisis dengan mempertimbangkan berbagai kriteria seperti : (1) Pengguna memiliki akun X yang aktif (2) aktif melakukan berbagai kegiatan di X (3) Merupakan generasi Z yang berusia 21-22 tahun. Dari kriteria di atas kemudian terpilih tujuh akun X yang terdiri dari ;

@Caramellsnoe, @98jwrlld, @BeMywinter_0101, @wiuninuninu, @maxiiyee, @starfallsdown, dan @hamprincess.

Tabel 1. Data Usia Informan

No	Username	Umur
1	@caramellsnoe	22
2	@98jwrlld	21
3	@BeMywinter_0101	21
4	@wiuninuninu	22
5	@maxiiyee	21
6	@starfallsdown	22
7	@hamprincess	21

Ketujuh akun X ini dijadikan subjek penelitian karena memenuhi syarat sebagai Generasi Z yang aktif melakukan kegiatan di X. Sedangkan objek penelitiannya adalah *tweet* atau cuitan yang di posting pada tiap akun. Peneliti menggunakan teknik analisis data milik Miles dan Huberman yakni reduksi data. Reduksi data merupakan kegiatan merangkum dan memfokuskan pada hal-hal yang penting (Prihantoro et al., 2020).

Menurut Miles & Huberman dalam buku analisis data kualitatif : buku sumber tentang metode-metode baru (Miles, 1992). Analisis data terdiri dari tiga alur yakni reduksi data, penyajian data, dan Kesimpulan. Berikut adalah penjelasannya: (1) Reduksi data, Proses penyederhanaan data yang telah terkumpul dengan cara memilih, mengklasifikasi, dan merorganisir data supaya lebih mudah dipahami dan dianalisis. (2) Penyajian data, Proses mengorganisir dan menyajikan data yang telah direduksi ke dalam bentuk yang jelas, sistematis, dan mudah dipahami. Penyajian data dapat berbentuk tabel, grafik, diagram, narasi, ataupun kategori. (3) Kesimpulan, Proses menarik makna dari data yang telah dianalisis dengan tujuan mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antar konsep. Dan dalam Kesimpulan harus didukung dengan data yang valid dan reliabel.

Dalam penelitian kualitatif, Kredibilitas data merupakan aspek yang sangat penting untuk diuji. Penelitian ini menggunakan triangulasi teori karena membandingkan ketiga teori yang berbeda dan ketiganya memiliki hasil analisis yang berbeda. Triangulasi teori atau penjelasan banding melibatkan pemeriksaan temuan dengan membandingkan sumber, metode, dan teori yang berbeda. Prosesnya dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan, membuktikan informasi melalui berbagai sumber, dan menggunakan beragam metode untuk memastikan kualitas data (Maiti & Bidinger, 1981)

Hasil dan Pembahasan

X (Twitter) merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi pemikiran, ide, informasi, ataupun pengalaman dalam bentuk unggahan singkat yang disebut dengan “*tweet*”. Pengguna X dapat mengikuti akun lain untuk melihat unggahan yang akan disediakan di dalam timeline, pengguna juga dapat memberikan respon seperti *retweet*, *like*, ataupun *reply*. Meskipun sekali unggahan dibatasi dengan 140 karakter, X (Twitter) menyediakan berbagai fitur lain yang dapat diakses dengan mudah oleh penggunaanya. Kemudahan menggunakan berbagai fitur yang ada menjadikan X (Twitter) sebagai *platform* yang memungkinkan penggunaanya

terhubung, berinteraksi, dan berbagi informasi dengan mudah dan cepat. X (Twitter) juga sering digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan opini, berbagi informasi, membangun jaringan, dan mengikuti perkembangan topik terkini. Maka tak heran jika X (Twitter) juga dapat dijadikan sebagai media penyampaian *self disclosure* pada sebagian penggunaannya.

Tindakan *self disclosure* yang dilakukan oleh tujuh informan tentunya dapat dikaitkan dengan fungsi self disclosure menurut Derlega dan Grezlak, pengelompokan area menurut teori Johari Window, dan teori *uses and gratification*. Pada pembahasan pertama, peneliti ingin mengklasifikasikan informan ke dalam fungsi self disclosure yang sesuai dengan unggahan tweetnya, berikut adalah penjelasan serta klasifikasi fungsi self disclosure para informan :

Self disclosure merupakan bentuk pengungkapan diri melalui informasi yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain, melalui pengungkapan ini biasanya individu akan menjadi pribadi yang lebih terbuka dan mendapatkan *feedback* dari orang lain. Maka tak heran jika dari pengungkapan diri ini memunculkan berbagai fungsi berbeda seperti yang dipaparkan oleh Derlega & Grzelak, yakni, fungsi ekspresi, klarifikasi diri, validitas sosial, kontrol sosial, serta pengembangan hubungan.

Fungsi Ekspresi (Expression), Merupakan salah satu fungsi penting dalam pembahasan *self disclosure*, pengungkapan informasi biasanya berkaitan pula dengan pengungkapan perasaan, pengekspresian ini bisa melalui banyak hal misalnya adalah dengan menuliskan *tweet* atau cuitan di media sosial X tentang perasaannya menjalani hari-hari yang melelahkan, mengungkapkan rasa senangnya, memberikan TMI (*Too Much Information*), atau menuliskan kekesalannya terhadap hal yang mengganggu *mood* mereka. Ketika melakukan penelitian selama satu minggu mulai tanggal 26 Maret hingga 2 April, peneliti menemukan beberapa informan secara langsung mengekspresikan perasaannya melalui tweet yang ia tulis pada akunnya.

28 Maret 2024, informan @hamprincesss menuliskan tweet yang berisi tentang kekesalannya tidak bisa mengikuti kegiatan buka bersama, peneliti dapat menyimpulkan bahwa ia merasa kesal karena pemilihan emoji pada teks nya. Berikut adalah isi tweet yang diunggah :

"Anak pertama ini merelakan bukber nya demi adeknya yg tangan nya benjol itu 🙄👉 Gapapaa gapapaa, cmn bisa ya Allah ya Allah tok" (hamprincesss, 2024)

Di tanggal yang sama, 28 Maret 2024, informan @starfallsdown melakukan retweet pada unggahan tweet milik orang lain yang berisi :

"Normalize gak cerita apapun ke siapapun, karena ga semua orang paham, gak semua orang nyaman cerita tentang keadaannya, gak semua orang bisa ungkapin isi pikirannya saat itu juga. Jangan langsung dituduh kalau dia gak anggap lu teman" (Kalurng, 2024)

Selain menuliskan *tweet*, melakukan *retweet* terhadap unggahan *tweet* orang lain juga dapat menggambarkan perasaan seseorang. Seperti yang dilakukan oleh akun @starfallsdown pada unggahan milik akun @kalurng, ia melakukan *retweet* unggahan tersebut karena merasa setuju dengan opini yang dituliskan. Sehingga pengikut pada akun @starfallsdown secara tidak langsung dapat memahami bahwa ia merupakan seseorang yang kurang suka bercerita.

29 Maret 2024, informan @starfallsdown mengunggah *tweet* yang berisi kekesalannya, bisa dibuktikan bahwa ia merasa kesal karena terdapat kata “kesel bgt...”, berikut adalah isi unggahan *tweet* yang ia tuliskan :

“kesel bgt bjir nih org2 kalo piket KM knp sama aja kayak sbml di piketinnnn”
(starfallsdown, 2024)

30 Maret 2024, informan @maxiiyee mengunggah *tweet* yang berisi tentang kesedihannya, kalimat “.....aku jadi sedih...” dapat menyimpulkan bahwa ia sedang mengeskpresikan kesedihannya melalui *tweet* yang ia unggah, berikut adalah isi dari *tweet* yang diunggah olehnya :

“Ini awalnya ak emng gada niatan pulang terus tbtb ibuku nawarin aku pulang, sebenarnya aku biasa aja ga pulang tapi gatau aku jadi sedih kayak ibuku biasa aja aku ga pulang kek gada usaha maksa ak pulang” (maxiiyee,2024)

Selain @maxiiyee, informan @caramellsnoe juga mengunggah *tweet* di tanggal yang sama, 30 Maret 2024, ia mengeskpresikan rasa senangnya melalui unggahan *tweet* yang berisi :

“Time with my friends be so fun my throat hurts from laughing” (caramellsnoe, 2024)

31 Maret 2024 , informan @caramellsnoe kembali menuliskan *tweet* yang berisi tentang kesedihannya terkait ayahnya yang sedang sakit, dimulai dari kalimat awal “So sad...” sudah menggambarkan bahwa ia sedang merasa sedih dan ingin mengekspresikannya melalui tulisan yang diunggah pada akun X nya, berikut adalah isi dari *tweet* unggahannya :

“So sad my ayah sakit not that SICK SICK but just sick but still 😊 Bunda said that he get it from bukber he attended wkwkwk membawa virus ke rumah she said and then told me to wear mask the fact that I already have a stuffy nose and batuk uhuk uhuk. Hope ayah has speedy recovery so we can do our late night drive habis teraweh makan mie ayam”
(Caramellsnoe, 2024)

Dari beberapa unggahan *tweet* diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwasannya X menjadi salah satu sosial media yang dapat digunakan sebagai media penyampaian *self disclosure*, melalui *tweet* yang diunggah pengguna dapat mengekspresikan rasa bahagia, sedih , ataupun kesal. Adapun pengekspresian lain yang dilakukan oleh @98jwrlld dan @BeMywinter_0101 yang cenderung lebih mengarah ke dunia K-pop dibandingkan dengan mengekspresikan kehidupan sehari-harinya.

26 Maret 2024, informan @98jwrlld mengunggah *tweet* :

*“Streaming Party
Don't break the chain
Jungwoo – Smile Good Bye
Spotify : <https://t.co/T9ZbOFcb4P>
youtube : <https://t.co/ozmFmWFDqi>*

tags : @_fairyksj @jungluvely @cutecandyjj
#JUNGWOO_이젠웃으떠안녕#JungvelyPartyTime" (98jwrlld,2024)

27 Maret 2024, @98jwrlld menuliskan tweet lain yang berisi :

"CONGRATULATIONS DAESANG NCT 127
CONGRATULATIONS DAESANG NCT 127
CONGRATULATIONS DAESANG NCT 127
CONGRATULATIONS DAESANG NCT 127"
(98jwrlld,2024)

Tweet diatas merupakan salah satu bentuk dukungannya terhadap *idol K-pop* yang ia sukai, salah satu cara mengekspresikan bentuk dukungannya adalah dengan cara menuliskan *tweet*, mentions pengikutnya, serta memberikan hastag atau tagar agar lagu yang dinyanyikan oleh *idol nya trending*. Ia juga turut serta mengucapkan 'selamat' kepada *boygroup* favorit nya sebagai ekspresi bahwa ia pun turut berbahagia atas kemenangan tersebut.

1 April 2024, informan @BeMywinter_0101 mengunggah *tweet* :

"LUCAS RENEGADE OUT NOW
#LUCAS #LUCAS_Renegade" (BeMywinter_0101)
"jangan lupa lumis ntar ada live lucas" (BeMywinter,2024)

Kedua *tweet* tersebut ditulis di tanggal yang sama tetapi diunggah secara terpisah, sama seperti yang dilakukan oleh @98jwrlld, informan @BeMywinter_0101 juga mendukung idol nya melalui *tweet* dengan menambahkan tagar. Informan juga melakukan *retweet* beberapa unggahan yang berisi tentang idol K-pop nya, sehingga menurut pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, informan @BeMywinter_0101 & @98jwrlld memang lebih condong terbuka dalam pengekspresian rasa suka terhadap *idol K-pop* nya dibandingkan menceritakan tentang kesehariannya.

Penggunaan media sosial X sebagai penyampaian fungsi ekspresi self disclosure milik Derlega & Grezlak memang terjadi pada generasi z, tumbuh bersama perkembangan teknologi menjadikan mereka mudah mengekspresikan dan mengungkapkan isi pikiran serta perasaannya melalui tulisan di media sosial X.

Fungsi Penjernihan Diri (*Self Clarification*), berfungsi ketika individu ditimpa suatu masalah maka akan berbagi rasa, salah satunya adalah dengan menceritakan permasalahannya kepada orang lain, ketika menceritakan ini individu berharap untuk mendapatkan penjelasan dan pemahaman terhadap permasalahan yang sedang dihadapi sehingga dapat berpikir lebih jernih serta melihat inti permasalahan dengan baik. Hal ini pun dapat dilakukan melalui sosial media X (Twitter), pengguna dapat menumpahkan dan menceritakannya permasalahannya melalui *tweet* dengan harapan merasa lega dan dapat menemukan inti dari permasalahannya.

26 Maret 2024, @wiuninuninu menuliskan *tweet* :

"Aku barusan pulang kerjaa gils lembur sampe jam 10 tdii mana pas penutupan (ngitung duitnya) kurang lagii huwaa. Karena gaada yg harus dikabarin jadi aku mau update disini aja" (wiuninuninu, 2024)

Mengapa *tweet* milik @wiuninuninu bisa dikatakan sebagai penjernihan diri? Karena terdapat kalimat "...karena gaada yg harus dikabarin jadi aku mau update disini aja". Kalimat ini menggambarkan bahwa informan ingin bercerita dan di dengar supaya pikiran yang tadinya menumpuk dapat ditumpahkan ke dalam unggahan *tweet* miliknya, sehingga dirinya akan merasa lega.

30 Maret 2024, @maxiyyee menulis *tweet* yang berisi curhatannya karena sang ibu seperti tidak ada usaha untuk memaksanya pulang, jadi informan @maxiyyee merasa sedih. *Tweet* ini kemudian di *quote* olehnya sendiri dengan tulisan :

"ya sebenarnya intinya sy pen diperhatikan sih hehehe" (maxiyyee,2024)

Dari sini teori Derlega & Grezлак tentang fungsi penjernihan diri ini terbukti benar adanya. Dengan membagikan perasaan dan pengalamannya melalui media sosial X, generasi Z dapat mengungkapkan permasalahan yang sedang dihadapinya melalui media yang mereka pilih sehingga mendapatkan titik terang dari permasalahan tersebut.

Fungsi keabsahan sosial (*Social Validation*), Usai membicarakan atau membagikan suatu informasi biasanya pendengar akan merespon atau memberikan tanggapan mengenai informasi tersebut, sehingga individu akan mendapatkan suatu informasi yang bermanfaat tentang kebenaran pandangan yang dimiliki, tanggapan ini dapat berupa opini, dukungan, atau bahkan ketidaksetujuan dari pihak pendengar. Jika dikaitkan dengan *self disclosure* di media sosial X, hal ini sama seperti ketika pengguna mengunggah suatu *tweet* yang berisi tentang keluhan atau informasi lainnya yang kemudian mendapatkan balasan dari para pengikutnya. Balasan tersebut dapat berisi tentang opini penyelesaian masalah, dukungan, atau bahkan tentangan. Dengan diadakannya penelitian ini tentunya peneliti menemukan fungsi keabsahan sosial atau *social validation* terhadap *tweet* yang diunggah oleh para informan.

27 Maret 2024, informan @98jwrld mengutip salah satu unggahan *tweet* milik @bebs3jw, berikut adalah *tweet* yang ia tulis :

"ke aku juga gitu dia ka, kalo ada butuhnya aja fast respon" (98jwrld,2024)

Unggahan *Tweet* ini kemudian mendapatkan banyak *replies* yang berisi dukungan dari akun @jungp127squad, @bebs3jw, @Ohmyzeus_jwoo, dan @wangzkyopta, seperti :

"ke aku juga bjir" (jungp127squad,2024)

"ih bener sya beneer pas ada butuhnya doang" (bebs3jw,2024)

"samaa ke aku juga bgtuu"(Ohmyzeus_jwoo,2024)

"Samaa bjiirr" (wangzkyopta,2024)

Fungsi keabsahan sosial yang terlihat dari *tweet* diatas adalah dukungan atas informasi yang dituliskan @98jwrld melalui unggahan *tweet*. 4 akun pengikutnya menyetujui bahwasannya apa yang ia tuliskan di *tweet* nya merupakan hal yang memang benar terjadi, bahkan mereka juga turut serta merasakannya.

2 April 2024, informan @caramellsnoe mengunggah *tweet* yang berisi tentang :

“Semalem abis minum obat sedetik kemudian rasanya kek gbs melek skrng dah 2 jam berlalu masih ingin scroll sampe mampus” (caramellsnoe, 2024)

Kemudian mendapatkan *reply* atau jawaban dari akun X @matchalattzz :

“ntar hp mu disita bunda ayu mampus beneran kau” (matchalattz,2024)

Apakah *tweet* dan *reply* diatas bisa dimasukkan ke dalam fungsi keabsahan sosial? Menurut peneliti, iya, karena akun @caramellsnoe membagikan informasi yang disertai kalimat “...skrg dah 2 jam berlalu masih ingin scroll sampe mampus” yang kemudian informasi tersebut di *reply* oleh akun @matchalattz “ntar hp mu disita bunda ayu mampus beneran kau”, dari jawaban @matchalattz bisa membuat @caramellsnoe berpikir bahwa ia harus menghentikan aktivitas scroll agar *handphone* nya tidak disita oleh bunda ayu.

Salah satu motif penting dari pengungkapan diri adalah mendapatkan validasi atau pengakuan, sehingga hal ini sangat berkaitan dengan fungsi keabsahan sosial atau *social validation* milik Derlega & Grezlak. Melalui *tweet* yang diunggah oleh generasi Z, mereka mendapat pengakuan dari pengikut ataupun sesama pengguna media sosial X.

Fungsi Kendali Sosial (*Control Social*), Meskipun *self disclosure* dikatakan sebagai kegiatan pengungkapan diri, individu tetap dapat menyembunyikan informasi tentang keadaan dirinya. Hal ini dimaksudkan dengan tujuan pengadaan kontrol sosial, misalnya seseorang akan mengatakan sesuatu yang menimbulkan kesan baik tentang dirinya.

30 Maret 2024, akun @lvlykjw *mention* atau menyebut informan @98jwrlld dalam unggahan *tweet* nya yang berisi :

“@98jwrlld AAAAA syaaa thankuuuu </3 PC (photocard) nya udah sampee, makasih yaa HUUU happy banget” (lvlykjw,2024)

Dari *tweet* diatas dapat disimpulkan bahwasannya informan @98jwrlld merupakan individu yang seringkali memberikan sesuatu kepada pengikutnya, sehingga fungsi kontrol sosial tentang menimbulkan ‘kesan baik’ melekat pada dirinya.

Aktivitas *self disclosure* yang dibagikan oleh generasi Z melalui media sosial X memberikan persepsi kepada pengikut atau sesama pengguna yang kemudian menimbulkan kesan. Sehingga fungsi kendali sosial yang disampaikan oleh Derlega & Grezlak ini memang benar, individu dapat mengontrol kesan dirinya melalui perilakunya.

Fungsi Perkembangan Hubungan (*Relationship Development*), keterbukaan diri dapat meningkatkan keintiman dalam hubungan, hal ini dikarenakan adanya sikap saling percaya antar individu. Semakin sering seorang individu melakukan *self disclosure* kepada seseorang, semakin dekat pula hubungan mereka karena sudah mengenal antara satu sama lain. Sama hal nya dengan pengguna X yang sering membagikan informasinya kepada para pengikut mereka, semakin sering mereka menuliskan *tweet* semakin sering pula interaksi antar pengikutnya terjadi. Hal ini terlihat oleh peneliti kepada beberapa informan yang sering melakukan balas membalas *tweet* kepada pengikutnya.

Selama satu minggu melakukan penelitian “Self Disclosure Generasi Z melalui Media Sosial X (Twitter)” dari ketujuh informan yang dipilih, @caramellsnoe merupakan informan yang paling terlihat fungsi perkembangan hubungan dengan pengikutnya. Hal ini dibuktikan dengan beberapa interaksi yang sering dilakukannya. Akun @caramellsnoe paling sering melakukan interaksi dengan pengikutnya yakni @matchalattz dan @hamprincess.

Interaksi @caramellsnoe dengan @hamprincess
26 Maret 2024, @caramellsnoe mengunggah tweet :

“DOOOHHH MAU TAKJIL APA YAAHHHHHHHHHH” (Caramellsnoe,2024)

“Risol mayo” (hamprincesss, 2024)

“Udaaahhh couple days ago ga pengen lagi” (Caramellsnoe,2024)

29 Maret 2024, @caramellsnoe melakukan reply kepada tweet unggahan @hamprincess:

“Anak pertama ini merelakan bukber nya demi adeknya yg tangannya benjol itu. Gapapa gapapa, cmn bisa ya Allah ya Allah tok” (hamprincess,2024)

“Masih lama kaahh??? PLS NYUSUL” (Caramellsnoe, 2024)

1 April 2024, @caramellsnoe mengunggah tweet yang menampilkan screenshot chat nya bersama @hamprincess :

“GILS HEELPPPP RAMBUTNYA PANJANG BANGET??!! Gilagilagila klo nggak dikasi tau anisah kyknya aku baru liat ini 10 thn kemudian” (caramellsnoe,2024)

“Thx to mehh aku mempersingkatnya aowkwowkwk gajadi 10 taun. Beautiful Boy” (hamprincesss,2024)

“BIG THANKS TO YOUUU, beautiful boy indeed” (caramellsnoe,2024)

Interaksi @caramellsnoe dengan @matchalattz

27 Maret 2024, @caramellsnoe melakukan reply terhadap tweet milik @matchalattz :

“Beri tips n trick buat adikku yg mau utbk sunbaenim” (matchalattz,2024)

“Aku dulu beli buku yg utbk thingy itu kan udah ada semua include trs yauda pagi siang sore mlm jika ada kesempatan buka baca kerjain pilih yg u suka yg kek udah ga ketolong skip aja oh aku sana ada bimbel dari primagama di skull OH TRS SHOLAT DHUHA DAN TAHAJJUD” (Caramellsnoe,2024)

28 Maret 2024, @caramellsnoe menuliskan tweet yang kemudian mendapat reply oleh @matchalattz :

“DINGIN BANGET AC NYA BERHEMBUS” (caramellsnoe, 2024)

“di gerbong ku engga 😊” (matchalattz,2024)

“Sebelah ku kosong luk” (caramellsnoe, 2024)

Interaksi yang sering dilakukan oleh @caramellsnoe kepada @matchalattz dan @hamprincesss membuktikan bahwasannya semakin individu membuka dirinya, maka

semakin banyak pula ia akan melakukan interaksi dengan orang, terutama dengan orang-orang yang dianggap nyaman ketika kita melakukan pengungkapan diri.

Intensitas unggahan *tweet self disclosure* yang dilakukan oleh generasi Z melalui media sosial X tentunya sangat berpengaruh pada fungsi perkembangan hubungan. Lewat tulisan yang dibagikan, pengikut atau sesama pengguna akan mengenal sifat pemilik akun, dan dari sinilah interaksi seperti *reply*, *quote tweet*, atau *direct messenger (DM)* terjadi.

Media sosial X menjadi wadah alternatif bagi generasi Z untuk berbagi keluh kesah dan pengalaman pribadinya. Hal ini mencerminkan fenomena self disclosure di era digital, dari yang sebelumnya hanya disalurkan melalui buku harian atau bercerita dengan teman berubah melalui media sosial. Namun, tidak semua generasi Z sangat terbuka dengan hal ini. Oleh karena itulah melalui penelitian ini, informan generasi Z di klasifikasikan sesuai dengan teori Johari Window yang menyebutkan 4 area yakni *open area*, *blind area*, *hidden area*, dan *unknown area*.

Open area atau yang biasa dikenal dengan area terbuka didefinisikan sebagai area yang diketahui oleh semua pihak. Manfaat dari melakukan self disclosure di area ini adalah meningkatkan kepercayaan diri, membangun hubungan interpersonal, meningkatkan komunikasi, serta membangun citra positif. Berdasarkan hasil penelitian, informan yang dapat dikategorikan ke dalam area ini adalah @caramellsnoe karena informan ini cukup intens dalam membagikan informasi diri serta menjalin interaksi dengan pengikutnya sehingga hal ini sesuai dengan karakteristik *open area*. Peneliti juga menilai bahwasannya akun @caramellsnoe merupakan akun utama yang dimilikinya, hal ini terlihat dari bio yang ditulis pada akunnya yakni “.....this one as ma diary”.

Generasi Z hidup berdampingan dengan teknologi sehingga banyak hal yang tergantikan, seperti membuat *diary* atau melakukan *self disclosure* melalui sosial media X (Twitter). Keterbukaan generasi Z dalam membagikan *self disclosure* mengartikan bahwasannya *open area* memang berkaitan dengan *self disclosure*.

Blind area atau area buta merupakan area dimana individu tidak mengenal kelemahan dirinya tetapi orang lain mengetahuinya. Di area ini, self disclosure dapat berfungsi untuk menerima umpan balik / *feedback* dari orang lain sehingga seseorang dapat mengetahui kebiasaan, kelebihan, dan kekurangan yang tidak disadari sebelumnya. Informan yang masuk dalam area ini adalah @starfallsdown, informan ini melakukan retweet yang intinya adalah dia tidak bisa menceritakan semua hal karena tidak semua orang nyaman dengan hal itu dan tidak semua orang bisa bercerita pada saat itu juga. Sehingga pengikut @starfallsdown mengetahui bahwa dirinya tidak bisa dipaksa untuk langsung bercerita mengenai dirinya.

Semua generasi, tak hanya generasi Z, seringkali ingin dimengerti mengenai perasaannya. Namun yang membedakan adalah generasi Z lebih banyak mengungkapkannya melalui sosial media. Seperti melakukan *retweet* pada postingan di X (Twitter) yang menunjukkan bahwa dirinya merasa setuju dengan isi tulisan tersebut dan membuat orang lain memahami apa yang diinginkannya. Artinya *blind area* memang benar adanya, karena orang lain dapat mengetahui kelemahan atau kebiasaan yang tidak disadari oleh individu.

Hidden area seringkali dikenal juga sebagai area tersembunyi, di area ini informasi mengenai dirinya hanya diketahui oleh dirinya sendiri. *Self disclosure* di area ini berfungsi untuk mengurangi ketegangan emosional misalnya dengan berbagi perasaan dan pikiran. Informan yang dikategorikan ke dalam area ini adalah @98jwrlld dan

@BeMywinter_0101, keduanya memiliki kesamaan yakni hanya membagikan informasi kpop nya saja dan informasi yang dibagikan pun bukan informasi pribadi. Selain itu, informan @wiuninuninu, @maxiyyee, dan @hamprincesss juga tergolong ke dalam area ini karena ketiganya tidak terlalu sering menggunakan akun mereka untuk berbagi informasi pribadi, sehingga sulit diketahui apakah mereka menyimpan informasi tersembunyi atau tidak.

Area tersembunyi milik Johari Window terbukti berkaitan dengan self disclosure, karena tidak semua generasi Z terbuka untuk membagikan informasi pribadinya melalui media sosial X. Karena merasa kurang nyaman atau takut di *bully* jika bercerita mengenai informasi dirinya, mengingat media sosial X lebih bebas dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Unknown area atau area yang tidak diketahui, di area ini mereka tidak mengenal baik dirinya sendiri dan orang lain. Sehingga di area ini, mereka sangat sulit untuk terbuka dan menerima masukan atau kritik. Pada penelitian ini tidak ditemukan informan yang tergolong dalam area ini.

Teori *uses and gratification* mendefinisikan bahwa seseorang memilih menggunakan media tersebut karena memiliki motif tertentu sebagai pemenuhan kebutuhannya. Menurut pengamatan yang dilakukan oleh peneliti selama satu minggu mulai tanggal 26 Maret 2024 hingga 2 April 2024, rata-rata informan mengunggah *tweet* di media sosial X adalah sebanyak tiga sampai enam kali dalam sehari dimana jumlah ini tergolong cukup tinggi. Dan Isi unggahan informan menyangkut pada pengkspresian diri. Hal ini membuktikan bahwa penelitian "*Self Disclosure* Generasi Z Melalui Media Sosial X (Twitter)" memiliki hubungan pada teori *uses and gratification*, dimana para informan menggunakan X (Twitter) sebagai media sosial dalam pemenuhan kebutuhan mengekspresikan perasaannya.

Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial X adalah orang yang gemar membaca dan menulis, karena media sosial ini lebih banyak berisi tentang tulisan. Mereka dapat mengungkapkan isi pikirannya yang kemudian akan di validasi, diberi masukan ataupun disanggah oleh sesama pengguna. Sehingga media sosial X memang paling cocok untuk memenuhi kebutuhan generasi Z dalam hal tersebut. Temuan ini sejalan dengan hasil riset Rusly & Madura bahwasannya media sosial X (Twitter) memiliki peran penting dalam membantu keterbukaan penggunaannya dalam mengekspresikan perasaannya (Rusly & Madura, 2023).

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan mengelompokkan informan ke dalam 5 fungsi *self disclosure* menurut Derlega dan Greztrak yang mencakup fungsi ekspresi, penjernihan diri, keabsahan sosial, kendali sosial, dan perkembangan hubungan. Dari keseluruhan *tweet* yang diunggah oleh informan, fungsi ekspresi merupakan fungsi yang paling menonjol, sehingga hal ini membuktikan bahwasannya informan sangat perlu mengekspresikan perasaannya agar merasa lega. Intensitas unggahan *tweet* informan yang tinggi membuktikan bahwasannya media sosial X (Twitter) mampu memenuhi kebutuhan dan menjadi sarana penting bagi Generasi Z untuk melakukan *self disclosure* sehingga memiliki keterkaitan dengan teori *uses and gratifications*. Walau demikian, tidak semua Generasi Z sangat terbuka dalam menyampaikan pengungkapan dirinya, satu informan masuk ke dalam open area sesuai dengan teori Johari Window karena dirinya menjadikan akun X (Twitter) sebagai *digital diary* sehingga sangat terbuka dalam

mengungkapkan informasinya, sedangkan satu informan lainnya tergolong ke dalam *blind area* karena orang lain dapat memahami dirinya, sedangkan lima informan lainnya masuk ke dalam *hidden area* karena masih jarang membagikan informasi pribadinya. Temuan ini berkontribusi pada pemahaman perilaku *self disclosure* di media sosial X (Twitter).

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada subjek penelitian yang hanya fokus pada Generasi Z, sehingga dapat membatasi generalisasi hasil dengan generasi lainnya. Oleh karena itulah, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan subjek dan mengeksplorasi perilaku *self disclosure* melalui media sosial X (Twitter) dalam skala yang lebih luas.

Referensi

- Ayu, R. D. (2021). *Self-Disclosure Melalui Fitur Instagram Stories (Studi pada Mahasiswa KPI UIN JAKARTA)*. Datareportal. (n.d.).
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Hapsari, R., & Azahra, Z. (2020). Media Sosial Twitter Dalam Dimensi Self Disclosure Pada Mahasiswa Di Kota Depok. *BroadComm*, 2(2), 57-71. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v2i2.211>
- Hommadova Lu, A., & Mejova, Y. (2022). All the lonely people: Effects of social isolation on self-disclosure of loneliness on Twitter. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448221099900>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024 : Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Krisyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. PT. Kencana Perdana.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2012). Encyclopedia of Communication Theory. *Encyclopedia of Communication Theory*, 900-906. <https://doi.org/10.4135/9781412959384>
- Maiti, & Bidinger. (1981). Implementasi Sistem Penataan Arsip (Studi Kasus di Madrasah Aliyah Negeri 1 Pekanbaru). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Mardiana, L., & Zi'ni, A. F. (2020). Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanyarl. *Jurnal Audience*, 3(1), 34-54. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.4134>
- Masur, P. K., Bazarova, N. N., & DiFranzo, D. (2023). The Impact of What Others Do, Approve Of, and Expect You to Do: An In-Depth Analysis of Social Norms and Self-Disclosure on Social Media. *Social Media and Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231156401>
- Miles, M. B. (1992). *Analisis data kualitatif : Buku Sumber tentang metode-metode baru*. UI-Press.
- Mu'alifah, A. I., & . S. (2023). Self Disclosure Pada Pengguna Media Sosial Twitter (Studi Kualitatif Self Disclosure Pada Pengguna Media Sosial Twitter). *Jurnal Signal*, 11(1), 01. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.7510>
- Mukti, R. P. K., & Rochmaniah, A. (2022). Instagram Analysis @Cashaofficial As Bean Bag Promotion Media. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 21, 1-12. <https://doi.org/10.21070/ijins.v21i.828>
- Pratama, H. C. (2012). *Cyber Smart Parenting*. PT. VISI Anugerah Indonesia.
- 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>
- Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Rusly, N. F., & Madura, U. T. (2023). *Perilaku Self Disclosure Pada Kalangan Remaja*. 1(1), 390-400.
- Santosa, E. T. (2015). *Raising Children in Digital Era*. Elex Media Komputindo.