

Self-Disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 Universitas Mulawarman Sebagai Generasi Z di *Instastory

Reza Annisa¹, Kheyene Molekandella Boer²

^{1,2}Universitas Mulawarman

Email correspondent: ¹xrezaannisa27@gmail.com, ²delux_boer@yahoo.com

Abstrak

Media sosial dikalangan masyarakat masa kini tidak hanya memiliki peranan dalam menyajikan informasi, tetapi fungsinya terus meluas hingga menjadi wadah bagi kalangan generasi Z dalam mengekspresikan diri secara bebas diruang publik. Fenomena ini dapat dilihat dari penggunaan fitur *instastory* yang semakin marak digunakan sebagai ajang memamerkan eksistensi diri dikalangan anak muda, seperti yang terjadi dalam kasus mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 di Universitas Mualwarman. Dalam mengkaji fenomena tersebut, menggunakan metode kualitatif netnografi untuk mengetahui aktivitas *self-disclosure* yang terjadi pada fitur *instastory* di Instagram. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan teknik wawancara dan observasi, sementara data sekunder diperoleh dari analisis dokumen jejak digital ketiga informan, yaitu @yasmineanmbar, @karinayulianda, dan @syaayss_ di *instastory*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek keintiman relasi antara kedua pihak tidak lagi menjadi pertimbangan mahasiswa dalam mengekspresikan diri. Hal ini terbukti dari bervariatifnya konten yang diunggah ke *instastory*, seperti konten *vlog*, *challenge*, edukasi, hingga konten yang berisi curhatan, baik yang sifatnya positif maupun negatif. Fenomena ini sendiri dapat terjadi karena adanya faktor *mood* mahasiswa yang ingin memenuhi kepuasan dalam berekspresi dan membangun *personal branding* tertentu sebagai seorang *influencer* atau konten kreator di Instagram.

Kata kunci: pengungkapan diri, *instastory*, generasi Z

Abstract

Social media in today's society not only has a role in presenting information, but the function continues to expand to become a forum for the Z generation to express themselves freely in the public space. This phenomenon can be seen in the use of the instastory feature, which is increasingly being used as a place to show off self-existence among young people, as happened in the case of Communication Science students in the Class of 2018 at Mualwarman University. In examining this phenomenon, uses a qualitative netnography method to find out self-disclosure activities in the instastory feature on Instagram. Primary data in this research was taken using interview and observation techniques, while secondary data was obtained from document analysis of the digital trace from three informants, namely @yasmineanmbar, @karinayulianda, and @syaayss_ in Instagram. The results of this study show that the intimacy aspect of the relationship between the two parties is no longer a consideration for students when expressing themselves. This is evident from the variety of content uploaded to instastory, such as vlogs, challenges, education, and content that contains confessions, both positive and negative. This phenomenon itself can occur due to the mood factor of students who want to fulfill satisfaction in expression and build certain personal branding as an influencer or content creator on Instagram.

Keywords: *self-disclosure, instastory, generation Z*

Pendahuluan

Seiring bergantinya zaman, sarana komunikasi dalam *new media* terus mengalami kemajuan yang cukup pesat. Media sosial saat ini tidak hanya memiliki peran dalam menyajikan informasi terkini kepada masyarakat, tetapi perannya terus meluas hingga menjadi wadah dalam berekspresi secara bebas. Fenomena ini sering kali dijumpai dalam penggunaan media sosial oleh kalangan anak muda, khususnya pada fitur *instastory* di Instagram. Fungsinya yang dapat menyalurkan beragam ekspresi, mulai dari keluh kesah hingga konten yang dapat menarik simpati masyarakat menjadikan Instagram sebagai salah satu sarana komunikasi populer dikalangan generasi Z, khususnya mahasiswa. Fenomena ini kemudian dikenal sebagai salah satu bentuk pengungkapan diri atau *self-disclosure* di media sosial.

Self-disclosure merupakan proses komunikasi oleh individu yang secara sukarela membagikan informasi pribadi tentang dirinya kepada orang lain (1). Adapun kegiatan *self-disclosure* dalam hal ini dapat bersifat deskriptif dan evaluatif berdasarkan isi pesan yang disampaikan. Jika informasi yang dibagikan merupakan gambaran fakta yang jarang diketahui orang lain seperti alamat, pekerjaan, dan data pribadi lainnya, maka kegiatan *self-disclosure* tersebut bersifat deskriptif. Sedangkan secara evaluatif biasanya informasi yang dibagikan berhubungan erat dengan unsur psikologis yang meliputi pengalaman, perasaan, dan emosi (2).

Pesatnya perkembangan *new media* setiap tahun secara tidak langsung merubah sebagian besar pola komunikasi masyarakat yang kini perlahan beralih ke media sosial. Hal inilah yang kemudian mempengaruhi kegiatan *self-disclosure* di era digital, dimana praktiknya lebih sering ditemukan dalam dunia virtual. Tidak dipungkiri hadirnya media sosial di tengah masyarakat semakin mempermudah kebutuhan dalam mempresentasikan diri kepada orang lain tanpa harus bertemu secara tatap muka (3). Fleksibilitas inilah yang kemudian menarik minat masyarakat modern dalam memanfaatkan Instagram tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dalam menyalurkan ekspresi secara virtual.

Berdasarkan survei yang dirilis oleh We Are Social pada 9 Februari 2023 melalui halaman website datareportal.com (4), diketahui Instagram menjadi platform media sosial terpopuler kedua yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia setelah aplikasi chatting What's App. Tercatat dari tahun 2022 hingga awal tahun 2023, jumlah pengguna Instagram terus mengalami peningkatan yang cukup pesat. Di tahun 2022 pengguna aktif Instagram di Indonesia dilaporkan berjumlah 84,4 persen, sementara pada awal tahun 2023 jumlahnya semakin bertambah menjadi 86,5 persen. Dari hasil survei tersebut maka dapat dipahami bahwa antusias masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial, khususnya Instagram sangatlah tinggi.

Popularitas Instagram di Indonesia tidak lepas dari kebiasaan penggunaannya yang suka memamerkan kehidupan pribadi mereka di *instastory*. Fitur *instastory* sendiri sangat diminati karena dapat mendukung beragam jenis format media, seperti teks, foto, hingga video. Tidak hanya itu, fitur ini memiliki kesan eksklusif dimana konten yang diunggah hanya dapat bertahan selama 24 jam (2). Pada salah satu artikel berita di halaman website fimela.com, diketahui Indonesia menjadi negara yang berada di peringkat pertama sebagai pengguna *instastory* terbesar di Asia Pasifik (5). Fitur yang sebenarnya mirip dengan aplikasi Snapchat ini pertama kali diluncurkan pada Agustus 2016 dan hingga kini masih menjadi primadona, khususnya dikalangan generasi Z yang didominasi oleh anak muda.

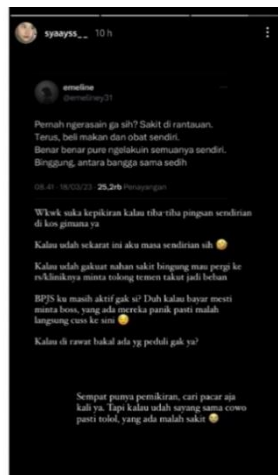
Dikutip dari halaman website dataindonesia.id, pengguna Instagram di tahun 2022 sebagian besar diisi oleh kelompok usia 18-24 tahun dengan presentase mencapai 38,3 persen. Angka ini cukup besar jika dibandingkan dengan kelompok usia lainnya yang bahkan tidak mencapai 30 persen (6). Jika dilihat dari kelompok usianya, kalangan anak muda dengan rentan usia 18-24 tahun mayoritas saat ini berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa. Kegemaran mahasiswa yang sering mengungkapkan dirinya di

instastory sangat identik dengan karakteristik dari generasi Z yang dikenal aktif dalam menyuarakan pemikirannya secara virtual (7).

Ketergantungan mahasiswa sebagai generasi Z terhadap penggunaan *instastory* sebagai sarana komunikasi terus berlanjut hingga menjadi sebuah kebiasaan yang lumrah dilakukan. Apalagi adanya unsur popularitas yang didapatkan melalui konten yang diunggah ke *instastory* semakin menggiring opini mahasiswa agar terus mengekspos dirinya secara bebas tanpa adanya filterisasi. Dalam hasil penelitian terdahulu, Ratnasari (8) menjelaskan bahwa informasi yang diungkapkan biasanya meliputi pengalaman, perasaan, hingga data diri kepada sesama pengguna Instagram. Melalui aktivitas *self-disclosure* secara virtual tersebut, mahasiswa mayakini bahwa aksi mereka dapat membentuk sebuah *personal branding* sebagai seorang *influencer* atau konten kreator.

Berdasarkan fenomena di lapangan, peneliti tertarik untuk mengulik lebih jauh tentang kegiatan *self-disclosure* di *instastory* oleh mahasiswa sebagai generasi Z di Universitas Mulawarman. Adapun secara khusus peneliti memilih mahasiswa dari prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 sebagai populasi dan subjek utama dalam penelitian ini berdasarkan hasil pre-observasi dan pre-survei di lapangan. Dalam hasil pre-observasi pada 20 – 27 Maret 2023, peneliti menemukan keunikan dari kelompok angkatan 2018 dimana sebagaian besar mahasiswanya tidak hanya menggunakan *instastory* untuk memamerkan eksistensi diri, tetapi juga sering dimanfaatkan sebagai ruang dalam memberikan pengaruh tertentu kepada pengguna Instagram lainnya. Contoh fenomena ini dapat dilihat pada hasil jejak digital yang diunggah oleh akun @syaayss__ dan @yasmineambar sebagai berikut :

Gambar 1. *Self-Disclosure* eksistensi diri



Sumber: *Instastory*
@syaayss__, 2023

Gambar 2 *Self-Disclosure* konten challenge



Sumber: *Story Highlight*
@yasmineambar, 2020

Berdasarkan hasil pre-survei pada 27 Maret 2023 – 3 April 2023, peneliti mengerucutkan jumlah sample yang ada dalam populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 menjadi 3 sample utama berdasarkan karakteristik sebagai berikut : merupakan generasi Z dengan tahun kelahiran 1997-2012, rentan usia rata-rata 18-24 tahun, aktif membuat *instastory* minimal 3 unggahan dalam seminggu, akun pribadi yang memiliki minimal 1000 *follower* atau pengikut, dan *instastory* yang di unggah merupakan ungkapan pribadi secara deskriptif berupa gambaran fakta yang jarang diketahui orang lain seperti alamat dan pekerjaan, maupun secara evaluatif tentang ungkapan diri yang berhubungan dengan perasaan dan pengalaman pribadi.

Diketahui aktivitas *self-disclosure* yang dilakukan oleh ketiga informan, yaitu @yasmineanbar, @karinayulianda, dan @syaayss_ di *instastory* sangat beragam jika dibandingkan dengan sample lainnya. Mulai dari *instastory* yang menampilkan aktivitas *daily-life*, curhatan pribadi, *vlog*, *challenge*, hingga adanya konten edukatif yang dapat mendorong perilaku *self-disclosure* dari orang lain. Akan tetapi keberagaman konten tersebut bisa menimbulkan masalah saat terdapat data pribadi yang juga ikut disebarluaskan, baik secara sadar maupun tidak disengaja. Berdasarkan hasil pre-observasi dan pre-survei dilapangan, data pribadi tersebut dapat berupa biodata diri, dokumen penting, hingga alamat atau lokasi terkini dari mahasiswa yang seharusnya tidak menjadi konsumsi publik.

Dalam fenomena ini, peneliti juga menemukan adanya kesenjangan antara praktik *self-disclosure* oleh mahasiswa di *instastory* dengan teori yang ada. Secara teoritis fenomena dalam penelitian ini bertentangan dengan salah satu aspek *self-disclosure* oleh Devito, yaitu aspek *intimacy*. Menurut Devito praktik *self-disclosure* terdiri atas 5 aspek penting yang meliputi (9) :

- 1) *Amount* (Jumlah)
Kuantitas dari *self-disclosure* yang dapat diukur dengan mengetahui tingkat frekuensi atau seberapa sering individu mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Aspek ini juga dapat dipengaruhi oleh durasi berapa lama waktu yang dibutuhkan individu saat mengungkapkan informasi tentang dirinya.
- 2) *Valence* (Valensi)
Segala informasi yang disampaikan individu tentang dirinya, baik yang bersifat positif maupun negatif. Misalnya informasi yang memuat kelebihan yang dimiliki atau menjelekan kekurangan yang ada dalam diri sendiri.
- 3) *Accuracy/Honesty* (Ketepatan/Kejujuran)
Ketepatan dalam melakukan *self-disclosure* dibatasi oleh tingkat pengetahuan individu tentang dirinya sendiri. Adapun *self-disclosure* tidak sama dengan aspek kejujuran. Individu bisa saja secara jujur mengungkapkan dirinya, namun tidak menutup kemungkinan ada beberapa informasi yang justru dilebihkan atau bahkan berbohong tentang dirinya sendiri.
- 4) *Intention* (Tujuan)
Maksud atau tujuan individu dalam mengungkapkan informasi pribadi yang ingin disampaikan kepada orang lain dan seberapa besar kemampuan individu mengontrol informasi tersebut saat proses *self-disclosure* berlangsung.
- 5) *Intimacy* (Keintiman)
Keinginan individu dalam mengungkapkan secara detail tentang informasi pribadi yang sifatnya intim atau jarang diketahui oleh orang lain. Melalui hubungan yang akrab, individu dapat membagikan informasi yang sifatnya sangat pribadi.

Dalam pelaksanaannya, saat ini aspek *intimacy* atau keintiman relasi dari kedua pihak tidak lagi menjadi pertimbangan mahasiswa dalam mengekspresikan diri, khususnya secara virtual di *instastory* yang memiliki audiens yang sangat luas. Adanya perbedaan antara fenomena di lapangan dengan aspek *self-disclosure* oleh Devito mendorong rasa penasaran peneliti untuk mengkaji dan menganalisis lebih jauh terkait fenomena ini. Oleh sebab itu tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah memberikan gambaran dan penjelasan tentang praktik *self-disclosure* secara virtual oleh kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 sebagai generasi Z.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif dengan metode netnografi. Metode netnografi merupakan metode yang digunakan untuk mempelajari budaya yang berkembang di dunia virtual, secara khusus dalam media sosial. Dalam buku Metode Netnografi, Eriyanto (10) menyebutkan penelitian secara netnografi biasanya bertujuan untuk mengeksplorasi kegiatan individu atau komunitas

tertentu yang terikat dengan suatu budaya. Jika etnografi meneliti komunitas yang hadir langsung dalam masyarakat, maka dalam netnografi objek yang diteliti merupakan komunitas yang hadir secara virtual di internet. Umumnya penelitian netnografi berfokus pada aktivitas pengguna internet dalam suatu komunitas *online* di Instagram, Facebook, Twitter dan lain sebagainya (10).

Pengumpulan data dalam penelitian netnografi terdiri atas 3 jenis data berbeda, yaitu : arsip, kalaborasi, dan diproduksi (11). Jenis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : data arsip berupa *capture* dari kegiatan *self-disclosure* oleh informan di *instastory*, data kalaborasi berupa hasil wawancara dengan informan, dan data diproduksi merupakan data hasil observasi berupa catatan lapangan oleh peneliti. Fokus dalam penelitian ini adalah 5 aspek dalam *self-disclosure* oleh Devito (9) yang meliputi : *amount, valence, accuracy/honesty, intention, dan intimacy*. Sementara itu, teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori Johari Windows oleh Joseph Luft dan Harrington Ingham (12) yang terdiri atas 4 bingkai, yaitu bingkai I, II, III, dan IV.

Gambar 3. Model Johari Windows

	Diketahui diri sendiri	Tidak diketahui diri sendiri
Diketahui orang lain	I (<i>Open Area</i>)	II (<i>Blind Area</i>)
Tidak diketahui orang lain	III (<i>Hidden Area</i>)	IV (<i>Unknown Area</i>)

Sumber : (13)

Masing-masing dari keempat bingkai diatas dalam teori Johari Windows dapat dijelaskan sebagai berikut (13):

- 1) *Open Area* (Area Terbuka)
Asumsi pada bingkai I, *open area* atau area terbuka merupakan bingkai yang menjelaskan perilaku individu yang mudah terbuka kepada orang lain. Keterbukaan ini dapat terjadi ketika kedua pihak sama-sama mengetahui informasi, perasaan, dan keinginan satu sama lain.
- 2) *Blind Area* (Area Buta)
Asumsi pada bingkai II, *blind area* atau diri yang buta merupakan bingkai yang menjelaskan tentang informasi pribadi yang tidak diketahui oleh individu. Akan tetapi informasi tersebut diketahui orang lain. Misalnya individu sulit mengetahui bagaimana perilakunya ketika berbicara di hadapan banyak orang, akan tetapi orang-orang disekitarnya mengetahui perilaku individu ketika sedang berbicara.
- 3) *Hidden Area* (Area Tersembunyi)
Asumsi pada bingkai III, *hidden area* atau diri yang tersembunyi merupakan bingkai yang menjelaskan tentang perilaku individu yang ‘menyembunyikan’ informasi tertentu tentang dirinya dari orang lain. Artinya dalam bingkai ini individu secara sengaja menyimpan informasi pribadi tentang dirinya sehingga orang lain tidak mengetahui informasi tersebut.
- 4) *Unknown Area* (Area Tidak Diketahui)
Asumsi pada bingkai IV, *unknown area* atau diri yang tidak mengetahui merupakan bingkai yang menjelaskan tentang keadaan individu maupun orang lain yang sama-sama tidak mengetahui suatu informasi. *Unknown area* dalam Johari Windows biasanya merupakan bentuk ketidaksadaran individu tentang informasi penting dalam dirinya.

Hasil dan Pembahasan

Self-disclosure atau pengungkapan diri merupakan proses komunikasi verbal dari individu yang secara suka rela membagikan informasi pribadi tentang dirinya kepada orang (1). Fenomena *self-disclosure* dalam era digital saat ini tidak hanya ditemukan secara tradisional melalui interaksi langsung secara *face to face*, tetapi masyarakat dapat dengan bebas mempresentasikan dirinya kepada orang lain secara virtual di media sosial. Instagram merupakan salah satu jenis platform yang cukup populer di kalangan masyarakat sebagai wadah dalam mengekspresikan diri, khususnya pada kalangan generasi Z.

Fitur *instastory* menjadi salah satu fitur yang paling banyak digunakan, khususnya oleh pelajar dan mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari data yang dikumpulkan Napoleon Cat, dimana diketahui bahwa 38,3 persen dari total pengguna Instagram di Indonesia rata-rata didominasi oleh warganet dengan kelompok usia 18-24 tahun (6). Tingginya antusias tersebut tidak lepas dari faktor kepuasan diri yang ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain melalui beragam konten *self-disclosure* yang diunggah kedalam *instastory* (2).

Aspek *amount* atau kuantitas dari *self-disclosure* dapat diukur dengan mengetahui tingkat frekuensi atau seberapa sering individu mempresentasikan dirinya kepada orang lain (9). Berdasarkan temuan data observasi yang peneliti temukan dilapangan, diketahui bahwa ketiga informan memiliki tingkat frekuensi yang sedang dengan durasi yang cepat saat mempresentasikan diri dalam fitur *instastory*. Artinya seluruh informan cukup terbuka kepada orang lain sehingga ketiganya tidak sungkan membagikan informasi tentang dirinya baik secara deskriptif maupun evaluatif kepada *viewers*.

Tabel 1. Observasi Aspek Amount (April 2023 – Juni 2023)

Nama	Penumpukan <i>Instastory</i>	Jumlah <i>Instastory</i>
Informan I (@yasmineambar)	18	37
Informan II (@karinayulianda	16	23
Informan III (@syaayss_)	14	27

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hasil observasi pada aspek *amount*, ketiga informan melakukan penumpukan *instastory*. Artinya *self-disclosure* yang dibagikan tidak terbatas pada satu unggahan saja. Melalui hasil wawancara, bervariasi jumlah *story* yang dibagikan ketiga informan dapat disebabkan oleh 2 faktor. Kedua faktor ini meliputi : peristiwa yang sedang dialami, dan kondisi suasana hati saat ingin mengekspresikan diri di Instagram. Artinya tanpa adanya kedua faktor tersebut aktivitas *self-disclosure* di *instastory* tidak mungkin terjadi.

Oleh sebab itu, faktor pengalaman dan *mood* dari mahasiswa sangat berperan penting dalam aktivitas *self-disclosure* secara virtual di *instastory*. Temuan ini juga dapat dijelaskan dengan karakteristik generasi Z oleh Sledek dan Grabinger (7) dimana generasi Z cenderung memiliki perilaku yang gemar membagikan pemikiran dan ekspresi kepada orang lain secara virtual. *Expression* atau ekspresi oleh Derlega dan Grzelak (14) dijelaskan sebagai keinginan individu dalam menyampaikan informasi pribadi kepada orang lain. Maka tidak heran jumlah *self-disclosure* yang dibagikan dalam fitur *instastory* oleh mahasiswa selalu beragam setiap saat.

Aspek *valence* atau valensi merupakan segala bentuk informasi tentang individu yang memuat ungkapan positif dan negatif (9). Kualitas *self-disclosure* dalam aspek ini dapat dinilai melalui informasi

yang dibagikan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ketiga informan, diketahui bahwa *self-disclosure* yang dibagikan tidak hanya terbatas pada hal positif seperti konten *daily life*, tetapi hal negatif juga ikut diutarakan dalam *instastory* yang berkaitan erat dengan pengungkapan masalah pribadi yang menyangkut pengalaman dan perasaan tidak menyenangkan.

Tabel 2. Observasi Aspek Valence (April 2023 – Juni 2023)

Nama	Konten Positif	Konten Negatif
Informan I (@yasmineambar)	34	3
Informan II (@karinayulianda)	23	0
Informan III (@syaayss_)	23	4

Sumber: Data Primer

Setiap informan memiliki beragam jenis konten positif yang berbeda-beda. Walaupun lebih banyak ungkapan positif yang diunggah, tetapi hal tersebut tidak menutup kemungkinan adanya beberapa *instastory* negatif yang juga ikut dibagikan kepada *viewers*. Dalam kurun waktu 3 bulan, diketahui 2 dari 3 informan telah membuat 7 *instastory* tentang hal-hal yang tidak disukai, seperti curhatan masalah pribadi hingga sindiran kepada pihak tertentu.

Aspek *accuracy/honesty* atau aspek ketepatan dan kejujuran merupakan aspek yang secara khusus membatasi *self-disclosure* berdasarkan sejauh mana individu mengenal tentang dirinya sendiri (9). Adapun *self-disclosure* yang disampaikan akan selalu berbeda tergantung dengan kejujuran yang disampaikan. Individu bisa saja berterus terang atau melebih-lebihkan hal yang disampaikan sehingga menjadi sebuah kebohongan. Pada hasil penelitian ini, 2 dari 3 informan memiliki kecenderungan untuk menutupi informasi yang sebenarnya. Artinya *self-disclosure* yang dibagikan tidak sepenuhnya disebutkan secara jujur kepada *viewers*.

Tabel 3. Observasi Aspek Accuracy/Honesty (April 2023 – Juni 2023)

Nama	Disampaikan secara Jujur	Tidak Disampaikan dengan Jujur
Informan I (@yasmineambar)	34	3
Informan II (@karinayulianda)	23	0
Informan III (@syaayss_)	25	2

Sumber: Data Primer

Berdasarkan wawancara dan hasil observasi, informan pertama diketahui lebih berhati-hati saat membagikan sesuatu ke *instastory* karena adanya tuntutan dari *followers*. Artinya informan pertama cenderung melakukan tindakan tersebut untuk menjaga citra diri. Sedangkan pada informan ketiga, aktivitas tersebut dilakukan untuk menjaga privasi karena isi dari konten yang dibagikan cenderung bersifat negatif. Walaupun kedua informan dalam aspek *valence* juga aktif menyampaikan hal yang tidak disukai, namun ternyata pesan tersebut tidak diungkapkan secara jujur.

Berbeda pada kasus informan kedua, kejujuran yang diungkapkan merupakan salah satu bentuk efektivitas komunikasi interpersonal yang dapat membangun keintiman relasi antara kedua pihak (15). Kejujuran dari mahasiswa dalam melakukan *self-disclosure* secara virtual dapat memberikan dampak positif, dimana mahasiswa dapat membangun koneksi yang luas. Namun kegemaran tersebut juga dapat

membawa dampak negatif karena ketergantungan generasi Z pada media sosial dapat menyebabkan individu menjadi kurang peka terhadap esensi dari privasi (7).

Aspek *Intention* merupakan aspek yang menyangkut tujuan atau maksud dari kegiatan *self-disclosure* yang dilakukan oleh individu (9). Dalam aspek ini seluruh informan memiliki dasar motif yang sama dalam melakukan kegiatan *self-disclosure* di fitur *instastory*. Adapun motif tersebut adalah keinginan untuk memenuhi kepuasan diri dalam berekspresi dan berbagai informasi kepada orang lain. Akan tetapi peneliti menemukan motif yang lebih spesifik dari informan pertama jika dibandingkan dengan kedua informan lainnya.

Jenis konten edukatif yang sering dibagikan oleh informan pertama di *instastory* dilakukan dengan maksud untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap suatu hal yang sifatnya sangat penting untuk diketahui. Walaupun dalam sesi wawancara informan pertama tidak menyebutkan tujuan lain dari aktivitas konten edukatif, akan tetapi peneliti menyadari secara tidak langsung hadirnya konten tersebut telah membangun *personal branding* tertentu dari informan pertama.

Tabel 4. Observasi Aspek Intention (April 2023 – Juni 2023)

Nama	Berekspresi dan Berbagi	Personal Branding
Informan I (@yasmineambar)	34	3
Informan II (@karinayulianda)	23	0
Informan III (@syaayss_)	27	0

Sumber: Data Primer

Aspek *intimacy* atau keintiman dalam *self-disclosure* berhubungan erat dengan perilaku individu dalam menyampaikan hal-hal yang sangat privasi kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan Devito, *intimacy* merupakan bentuk keinginan individu dalam mengungkapkan informasi yang sifatnya sangat intim atau jarang diketahui oleh orang lain (9). Dalam aspek ini, relasi atau hubungan antara kedua pihak menjadi faktor yang menentukan seberapa dalam informasi yang dapat diungkapkan. Namun dari hasil observasi di lapangan peneliti menemukan adanya informasi pribadi yang diunggah ke dalam *instastory*.

Tabel 5. Observasi Aspek Intimacy (April 2023 – Juni 2023)

Nama	Tidak Mengumbar Privasi	Mengumbar Privasi
Informan I (@yasmineambar)	32	5
Informan II (@karinayulianda)	23	0
Informan III (@syaayss_)	21	6

Sumber: Data Primer

Pada kasus informan pertama bentuk data pribadi yang diunggah merupakan *self-disclosure* secara deskriptif dimana informasi tersebut jarang diketahui oleh orang lain, seperti menyematkan tag *live location* dari tempat yang sedang dikunjungi, hingga *vlog* tentang barang-barang pribadi yang dimiliki. Sementara itu, data pribadi yang dibagikan oleh informan ketiga lebih beragam, mulai dari informasi deskriptif hingga informasi secara evaluatif yang meliputi ungkapan tentang permasalahan pribadi yang ditulis secara sengaja untuk menarik perhatian dari *viewers*.

Sementara itu dari hasil wawancara, informan pertama mengaku bahwa konten edukatif seperti diskusi virtual dalam *instastory* rata-rata berangkat dari pengalaman pribadi terkait topik yang sedang dibahas. Konten edukatif tersebut biasanya selalu melibatkan *self-disclosure* dari *viwers* melalui stiker Q & A yang disematkan ke dalam *instastory*. Oleh sebab itu kedalaman informasi yang dibagikan pada konten ini umumnya akan dipilah berdasarkan sensitifitas informasinya. Apabila *viwers* menuliskan ungunya secara umum, maka akan dibahas dalam konten edukatif. Sebaliknya, jika informasi yang diungkapkan *viwers* terlalu sensitif, maka akan dibahas secara personal melalui fitur DM di Instagram.

Gambar 4. Interaksi dalam Stiker Q & A



Sumber: *Story Highlight*
@yasmineambar, 2020

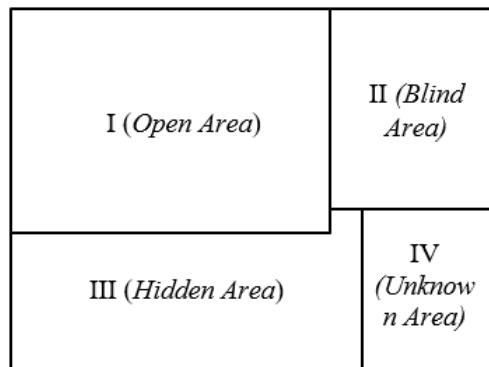
Gambar 5. Interaksi dalam Fitur DM



Sumber: *Story Highlight*
@yasmineambar, 2021

Berasarkan hasil analisis kelima aspek *self-disclosure* dari seluruh informan, diketahui bahwa kegiatan *self-disclosure* oleh ketiga informan dalam fitur *instastory* lebih dekat dengan asumsi pada bingkai I, II dan III dalam teori Johari Windows. Aktivitas dalam ketiga bingkai tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan bingkai IV. Artinya bingkai I, II dan III lebih membesar, sementara bingkai IV cenderung mengecil. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 6. *Self-disclosure* Infroman dalam Model Johari Windows



Sumber: Data Primer

Bingkai I, *open area* merupakan bingkai yang menjelaskan perilaku individu yang mudah terbuka kepada orang lain. Keterbukaan ini dapat terjadi ketika kedua pihak saling mengetahui dan memahami informasi, perasaan, hingga keinginan satu sama lain (13). Dalam praktiknya di *instastory*, peneliti

menemukan bahwa model bingkai I dapat dilakukan tidak hanya berdasarkan rasa saling mengenal antar individu, tetapi juga sering dipengaruhi oleh pengalaman atau *mood*. Ketika informan sedang mengalami sesuatu, maka mereka akan membagikan momen tersebut ke dalam *instastory*. Begitu pula dengan faktor suasana hati, jika informan dalam kondisi *mood* yang baik maka mereka akan menjadi lebih terbuka dengan mengunggah perasaan mereka ke dalam *instastory*.

Bingkai II, *blind area* merupakan bingkai dimana individu tidak mengetahui informasi yang berkaitan dengan dirinya, namun orang lain mengetahui informasi tersebut (13). Dalam penelitian ini *blind area* berhubungan erat dengan ketidaksadaran mahasiswa dengan informasi pribadi yang diunggah ke dalam *instastory*. Ketiga informan mengaku bahwa informasi yang dibagikan merupakan hal-hal yang umum, akan tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa unggahan yang sebenarnya memuat data pribadi yang cukup sensitif, seperti *instastory* yang menampilkan dengan jelas data kelahiran, lokasi terkini dari informan, hingga barang-barang pribadi yang dimiliki.

Bingkai ke III, *hidden area* merupakan bingkai yang menjelaskan tentang perilaku individu dalam menyembunyikan informasi tertentu tentang dirinya dari orang lain (13). Artinya dalam bingkai ini individu secara sengaja menyimpan informasi tentang dirinya sehingga orang lain tidak mengetahui informasi tersebut. Ketiga informan dalam penelitian ini memiliki batasan dalam mengunggah pengungkapan diri di *instastory*. Diketahui 2 dari ke 3 informan hanya menuliskan ungkapan pribadi yang sifatnya evaluatif tentang perasaan dan pengalaman yang sedang dialami. Sementara informan lainnya memilih untuk tidak mengumbar informasi pribadi apapun kedalam *instastory*.

Bingkai IV, *unknown area* yang merupakan kondisi yang menjelaskan tentang keadaan individu maupun orang lain yang sama-sama tidak mengetahui suatu informasi (13). Pada bingkai ini peneliti tidak menemukan fenomena tersebut dari ketiga informan. Hal ini dikarenakan seluruh informan melakukan kegiatan *self-disclosure* di *instastory* secara sadar dengan mengetahui informasi apa saja yang sedang dibagikan.

Berdasarkan hasil analisis *self-disclosure* ketiga informan berdasarkan teori Johari Windows, pada bingkai I masing-masing informan memiliki maksud yang sama dalam melakukan pengungkapan diri di *instastory*, yaitu keinginan untuk memenuhi kepuasan diri dalam berekspresi yang didorong oleh faktor pengalaman dan kondisi *mood* sehingga jumlah *instastory* yang diunggah selalu beragam. Bahkan hal-hal yang dibagikan tidak terbatas pada konten positif saja, tetapi konten yang bersifat negatif juga terkadang dibagikan secara terbuka kepada *viewers*.

Sementara itu, dalam bingkai II diketahui 2 dari 3 informan telah menyebarkan data pribadi baik dilakukan secara sadar maupun tidak disengaja. Informasi yang diungkapkan tidak hanya bersifat evaluatif saja, tetapi juga bersifat deskriptif. Artinya informasi yang dibagikan tidak hanya tentang perasaan informan, melainkan juga memuat gambaran fakta yang jarang diketahui. Sementara pada bingkai III diketahui seluruh informan memiliki batasan dalam melakukan *self-disclosure*. Oleh sebab itu ada beberapa unggahan *instastory* yang tidak dibagikan secara jujur sesuai dengan kondisi aslinya agar dapat menjaga citra diri.

Kesimpulan

Kegiatan *self-disclosure* oleh kalangan mahasiswa sebagai generasi Z saat ini cenderung lebih mudah ditemukan dalam media sosial, khususnya pada fitur *instastory*. Aspek keintiman relasi atau hubungan antara kedua pihak yang seharusnya menjadi salah satu syarat terjadinya pengungkapan diri tidak lagi menjadi pertimbangan mahasiswa masa kini yang lebih menyukai kebebasan berekspresi. Kebiasaan berbagi informasi di *instastory* lebih bergantung pada faktor pengalaman dan kondisi *mood* dari mahasiswa itu sendiri. Oleh karenanya *self-disclosure* yang dibagikan dalam *instastory* lebih

bervariatif dengan dikemas menjadi konten *vlog*, *challenge*, edukasi, curhatan, hingga konten negatif yang berisi kritikan dan sindiran kepada pihak tertentu yang seharusnya tidak menjadi konsumsi publik karena sifatnya yang sangat sensitif. Selain itu, keberagaman *self-disclosure* di *instastory* ternyata tidak selalu berbanding lurus dengan ketepatan isi pesannya. Masih ada beberapa kalangan mahasiswa yang enggan mempresentasikan dirinya secara jujur kepada *viewers*. Kondisi ini dipengaruhi oleh keinginan mereka untuk menjaga *personal branding* atau citra diri yang sudah terbentuk di Instagram sebagai seorang *influencer* atau konten kreator.

Referance

1. Dewi AP, Delliana S. Self Disclosure Generasi Z Di Twitter. Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi. 2020;3(1):62–9.
2. Febyantari R. Instagram Stories sebagai Bentuk Self Disclosure bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UMJ. Jurnal Ilmu Komunikasi MEDIKOM. 2019;02(02):159–83.
3. Fauzia AZ, Maslihah S, Ihsan H. Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Self-Disclosure pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Bandung. Jurnal Psikologi Sains dan Profesi. 2019;3(3):151–60.
4. Kemp S. Digital 2023: Indonesia [Internet]. 2023 [cited 2023 Feb 23]. Available from: <https://datareport.com/reports/digital-2023-indonesia>
5. Rostika M. Indonesia, Negara Nomer Satu di Dunia Soal Frekuensi Membuat Instagram Story [Internet]. 2017 [cited 2023 Feb 23]. Available from: <https://www.fimela.com/lifestyle/read/3518167/indonesia-negara-nomer-satu-di-dunia-soal-frekuensi-membuat-instagram-story>
6. Mustajab R. Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022 [Internet]. 2023 [cited 2023 Feb 23]. Available from: <https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>
7. Rastati R. Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. Jurnal Teknologi Pendidikan. 2018;06(01):60–73.
8. Ratnasari R, Hayati EN, Bashori K. Self Disclosure Media Sosial pada Fase Kehidupan Dewasa Awal. Jurnal Deversita. 2021;7(2):141–7.
9. Arnus SH. Self Disclosure di Media Sosial pada Mahasiswa IAIN Kendari. Jurnal Hasil-Hasil Penelit. 2016;11(2):143–60.
10. Eriyanto. Metode Netnografi. Bandung: Remaja Rosdakarya; 2021.
11. Rofiah C, Lilis IS. Netnografi: How to Sell NFT. Malang: Literasi Nusantara; 2022.
12. Nurdin A. Teori Komunikasi Interpersonal. Jakarta: Kencana; 2020.
13. Afrilia AM, Anisa SA. Buku Ajar Komunikasi Interpersonal. Mungkid: Pustaka Rumah C1nta; 2020.
14. Gamayanti W, Mahardianisa M, Syafei I. Self Disclosure dan Tingkat Stres pada Mahasiswa yang sedang Mengerjakan Skripsi. Psychopathic: Jurnal Ilmu Psikologi. 2018;5(1):115–30.
15. Irawan S. Pengaruh Konsep Diri terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa. Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. 2017;7(1):39.