

Self Disclosure Di Second Account Instagram: Peran Self Esteem Pada Perempuan Gen Z di Karawang

Annisa Farhatun Sholeha¹, Randwitya Ayu Ganis Hemasti², M. Choirul Ibad³

¹Universitas Buana Perjuangan Karawang, ps21.annisasholeha@mhs.ubpkarawang.ac.id

²Universitas Buana Perjuangan Karawang, randwitya.ganis@ubpkarawang.ac.id

³Universitas Buana Perjuangan Karawang, choirulibad@ubpkarawang.ac.id

Article Info

Article history:

Received Maret, 2026

Revised Maret, 2026

Accepted Maret, 2026

Kata Kunci:

Self-esteem, self-disclosure, second account,

Keywords:

Self-esteem, self-disclosure, second account,

ABSTRAK

Fenomena penggunaan second account Instagram oleh perempuan Generasi Z menunjukkan dinamika pengungkapan diri (self-disclosure) yang kompleks dan belum banyak dikaji secara lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh self-esteem terhadap self-disclosure pada perempuan Gen Z pengguna second account Instagram di Karawang. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan populasi perempuan Gen Z berusia 15–28 tahun. Karena jumlah populasi tidak diketahui, penentuan sampel dilakukan menggunakan tabel Isaac & Michael dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 363 responden melalui teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan adalah Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) yang telah diadaptasi oleh Maroqi (2019) dan skala self-disclosure berdasarkan teori Wheelless & Grotz (1976). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana, didahului oleh uji asumsi klasik yaitu uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dan uji linearitas. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa self-esteem berpengaruh positif dan signifikan terhadap self-disclosure ($\beta = 0,479$; $p < 0,001$), dengan kontribusi sebesar 22,9%. Individu dengan self-esteem tinggi cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan informasi pribadi di ruang digital yang dipersepsi aman secara psikologis. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus terhadap second account sebagai ruang ekspresi privat yang belum banyak dikaji, khususnya pada perempuan Gen Z di wilayah semi-urban.

ABSTRACT

The phenomenon of Instagram second account usage among Generation Z women demonstrates complex dynamics of self-disclosure that have not been extensively studied locally. This study aims to investigate the influence of self-esteem on self-disclosure among Generation Z women who use Instagram second accounts in Karawang. A quantitative correlational approach was employed, targeting a population of Generation Z women aged 15–28 years. Since the population size is unknown, the sample was determined using Isaac & Michael's table with a 5% error rate, resulting in 363 respondents selected through purposive sampling. The instruments used were the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES), adapted by Maroqi (2019), and a self-disclosure scale based on Wheelless & Grotz's (1976) theory. Data analysis was conducted using simple linear regression, preceded by classical assumption tests, namely the Kolmogorov-Smirnov normality test and the linearity test. The results of the hypothesis test showed that self-esteem has a positive and significant effect on self-disclosure ($\beta = 0.479$; $p < 0.001$), with a contribution of 22.9%. Individuals with high self-esteem tend to be more open in disclosing personal information in digital spaces perceived as psychologically safe. The novelty of this study lies in its focus on second accounts as a private expression space that has not been extensively studied, particularly among Gen Z women in semi-urban areas

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Annisa Farhatun Sholeha

Institution: Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: ps21.annisasholeha@mhs.ubpkarawang.ac.id

1. PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial berkembang cepat pada masa ke-masa dan menjadi keterikatan berlebih bagi seluruh kalangan masyarakat, begitu juga untuk generasi Z. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram. Instagram memberi pengguna kesempatan untuk menunjukkan identitas mereka dengan membagikan foto dan video mereka (Juni, 2022). Instagram dapat dikatakan sebagai media untuk menampilkan kegiatan terkait kehidupan sehari-hari seperti halnya mengunggah foto ketika liburan, ketika melakukan kegiatan seperti memasak dan lain sebagainya, atau bahkan mereka dapat mengunggah hal-hal seperti kutipan kata, maupun lagu (Anisah, Sartika, & Kurniawan, 2021).

Sebagai salah satu negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, Indonesia kini menempati posisi keempat secara global (Dixon (2025)). Berdasarkan data yang dikutip dalam situs GoodStats oleh Yonatan (2023), pengguna Instagram di tahun 2023 didominasi oleh remaja dan dewasa muda, 30,8% pengguna Instagram masuk ke dalam kelompok usia 18-24 tahun. Pada Juni 2025, Indonesia tercatat memiliki lebih dari 90 juta pengguna Instagram. Mayoritas pengguna adalah perempuan, khususnya mereka yang berusia antara 18 hingga 24 tahun. Pada kelompok usia ini, jumlah perempuan melampaui laki-laki dengan selisih sekitar 12,6 juta pengguna (NapoleonCat, 2025).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu berinteraksi dan mengekspresikan diri, khususnya melalui media sosial. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter tidak hanya menjadi ruang berbagi informasi, tetapi juga arena pembentukan identitas dan pengungkapan diri (*self-disclosure*). Fenomena ini semakin signifikan di kalangan remaja dan dewasa muda, kelompok usia yang berada dalam fase perkembangan psikologis dan sosial yang dinamis (O'Reilly, 2020).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkaitan erat dengan aspek kesehatan mental, seperti pengungkapan diri dan harga diri. Namun, hubungan tersebut tidak bersifat linear atau universal. "Hubungan antara penggunaan media sosial dan kesehatan mental jelas sangat kompleks. Perubahan dalam tubuh kita, seperti perkembangan otak dan pubertas, dan dalam keadaan sosial kita tampaknya membuat kita rentan pada saat-saat tertentu dalam hidup kita," ujar Dr. Amy Orben, pemimpin kelompok di MRC Cognition and Brain Sciences Unit, University of Cambridge (Orben, 2023; O'Reilly, 2020).

Media sosial telah menjadi ruang utama bagi individu untuk mengekspresikan diri. Fitur-fitur seperti *Close Friends* di Instagram dirancang untuk memberikan ruang yang lebih privat bagi pengguna dalam berbagi konten yang lebih personal. Namun, privasi semu ini tidak sepenuhnya menghilangkan tekanan sosial yang melekat pada identitas daring (Jati & Rahayu, 2023). Meskipun menggunakan fitur *Close Friends*, pengguna masih terikat dengan identitas utama mereka. Hal ini berarti mereka tetap harus mempertimbangkan *image* dan persona yang telah dibangun di akun utama, sehingga kebebasan berekspresi tetap terbatas (Jati & Rahayu, 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa pengungkapan diri di media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh fitur teknis, tetapi juga oleh konstruksi sosial dan psikologis yang membentuk perilaku pengguna.

Kebutuhan akan *second account* muncul sebagai respons terhadap tekanan sosial dan ekspektasi terhadap diri yang telah dibangun di akun utama sehingga seseorang bebas untuk melakukan keterbukaan diri (Damayanti & Sugandi, 2024). Di ruang utama, mereka merasa harus menjaga konsistensi persona, estetika, dan impresi publik. Sebaliknya, *second account* memberikan

rasa aman dan kebebasan yang lebih besar dalam mengekspresikan pikiran, perasaan, dan pengalaman tanpa takut dinilai (Angraeni & Budiarto, 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial menawarkan ruang ekspresi, pengguna tetap melakukan seleksi dan pengelolaan identitas secara strategis.

Second account ini biasanya dibuat secara rahasia atau sebagai akun tambahan yang terpisah dari akun utama, dengan tujuan berbeda seperti membagikan konten pribadi, mengeksplorasi identitas alternatif, atau berinteraksi dalam lingkup sosial yang lebih terbatas (Aeni, 2024; Nugraha dkk., 2024). *Second account* umumnya hanya diikuti oleh orang-orang terdekat dan dipercaya, sehingga menciptakan ruang digital yang lebih intim dan terkontrol bagi penggunanya (Aeni, 2024).

Meskipun *second account* Instagram kerap dianggap sebagai ruang ekspresi yang lebih bebas dan personal, dalam praktiknya tidak jarang digunakan secara tidak bijak. Dengan kemudahan akses pada sosial media secara umum, banyak Generasi Z yang menggunakan kebebasan tersebut untuk menghina orang lain, ditambah lagi sekarang ada yang disebut *second account* yang mereka buat secara rahasia sehingga mereka lebih bebas lagi untuk menyampaikan ujaran kebencian (Halliansyah, 2025) (Prihantoro dkk., 2020).

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997–2012, berada dalam masa perkembangan remaja dan dewasa awal (Badan Pusat Statistik, 2020). Pada tahap ini, mereka mengalami tugas psikososial (Nugraha dkk., 2024) yang khas, seperti eksplorasi identitas (*identity vs. role confusion*) dan pencarian relasi interpersonal yang bermakna (*intimacy vs. isolation*) (Santrock, 2021). Kebutuhan terhadap penerimaan sosial, dukungan emosional, dan pembentukan citra diri menjadikan media sosial sebagai ruang ekspresi yang potensial dan fleksibel (Kristanti & Eva, 2022).

Instagram, sebagai salah satu platform populer di kalangan Gen Z, menyediakan fitur-fitur visual dan interaktif yang memfasilitasi pengungkapan diri (Sari & Irena, 2023). Menurut Feng dkk. (2024) laki-laki cenderung menggunakan area kecil di sisi kiri otak, sedangkan perempuan menggunakan area di kedua sisi otak secara lebih aktif. Perbedaan ini berkontribusi pada kecenderungan perempuan untuk lebih peka terhadap pesan emosional dalam komunikasi verbal maupun nonverbal, sehingga lebih terbuka dalam pengungkapan diri dan responsif secara sosial. Dalam praktiknya, banyak pengguna perempuan Gen Z memanfaatkan *second account* atau akun kedua yang bersifat lebih rahasia dan terbatas pengikutnya sebagai ruang privat untuk membagikan opini, emosi, dan pengalaman personal yang tidak dapat diungkapkan di akun utama (Aeni, 2024; Nugraha dkk., 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku *self-disclosure* sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan persepsi psikologis terhadap lingkungan digital yang aman (Syafrina & Chusniyah, 2025).

Self-disclosure merupakan proses pengungkapan diri yang memiliki tingkat kedalaman tertentu, sebagaimana diklasifikasikan oleh Powell (2006), meliputi: pengenalan dangkal, pembicaraan mengenai hal eksternal, pengungkapan opini pribadi, hingga ekspresi emosi. Widiyanti (2021) menyoroti bahwa tingkat keterbukaan tertinggi umumnya terjadi pada *second account* Instagram, yang dipersepsi sebagai ruang ekspresi yang lebih aman secara psikologis dan terbatas secara sosial. Namun demikian, keterbukaan di media sosial tidak terlepas dari potensi risiko psikososial, seperti komentar negatif, penolakan, hingga *cyberbullying*. Kasus yang dialami oleh Gita Savitri Devi menjadi ilustrasi nyata mengenai dampak emosional dari ekspresi opini di ruang digital (Widiyanti, 2021).

Pra-penelitian yang dilakukan terhadap 30 perempuan Gen Z di wilayah Karawang mengungkap fenomena menarik terkait pola penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Mayoritas partisipan menyatakan bahwa mereka merasa perlu memiliki akun kedua (*second account*) sebagai ruang alternatif untuk berekspresi. Akun ini umumnya digunakan untuk membagikan konten yang lebih personal, spontan, atau emosional yang tidak mereka tampilkan di akun utama.

Fenomena ini tidak hanya mencerminkan strategi manajemen identitas digital, tetapi juga berkaitan erat dengan dinamika *self-esteem*. Bagi partisipan, *second account* menjadi medium untuk mengurangi kecemasan akibat tekanan sosial dan tempat untuk bebas berekspresi dalam pengungkapan diri. Mereka merasa lebih nyaman menampilkan sisi autentik yang mungkin

dianggap “tidak layak” atau “tidak sesuai standar” di akun utama. Dengan kata lain, *second account* berperan sebagai ruang aman yang mendukung keterbukaan diri dan pemulihan harga diri ketika menghadapi tekanan performatif. Dalam konteks ini, *self-esteem* tidak hanya dipengaruhi oleh bagaimana individu menilai dirinya sendiri, tetapi juga oleh bagaimana mereka mengelola ekspektasi eksternal dan membangun ruang ekspresi yang lebih inklusif terhadap identitas personal.

Hal ini didukung oleh penelitian Kristanti & Eva (2022) dimana Pathak mengungkapkan bahwa faktor lain yang mempengaruhi *self-disclosure* seseorang yaitu: *namely parenting patterns, parental acceptance, parental control, attachment patterns, gender, personal traits, privacy, and self-esteem*. Menurut Cramer faktor lain yang juga mempengaruhi *self-disclosure* atau pengungkapan diri adalah harga diri sebagai karakteristik kepribadian (Kristanti & Eva, 2022). *Self-esteem* memiliki peran dalam membentuk perilaku *Self-disclosure* generasi Z di media sosial, khususnya di *second account*.

Salah satu faktor psikologis yang memengaruhi perilaku *self-disclosure* tersebut adalah *self-esteem*. *Self-esteem* terbentuk melalui pengalaman hidup, interaksi sosial, serta penilaian individu terhadap kemampuan atau prestasinya. *Self-esteem* memiliki peran dalam membentuk perilaku *Self-disclosure* generasi Z di media sosial, khususnya di *second account*. Individu dengan *self-esteem* rendah cenderung menahan diri untuk membuka informasi pribadi karena takut dihakimi atau tidak sesuai ekspektasi sosial (Gamayanti dkk., 2018; Ustushfia dkk., 2023). Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* tinggi menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk melakukan *self-disclosure* yang autentik di ruang digital privat seperti *second account* (Harvey & Boynton, 2021).

Beberapa penelitian terkait yaitu mengenai dinamika hubungan antara *self-esteem* dan perilaku *self-disclosure* di media sosial. Kristanti & Eva (2022) menemukan bahwa *self-esteem* berkorelasi positif dengan *self-disclosure* pada pengguna Instagram dari kalangan Generasi Z, menunjukkan bahwa individu dengan harga diri yang positif cenderung lebih terbuka dalam mengekspresikan diri secara daring. Dalam studi lain, Dhamayanti (2024) melakukan studi pada mahasiswi UIN Jakarta dan menemukan bahwa *self-esteem*, bersama dukungan sosial, memberikan kontribusi signifikan dalam konteks *self-disclosure*. Meskipun fokus utamanya adalah kecemasan sosial, hasil ini memperkuat peran evaluasi diri positif sebagai pendukung keterbukaan diri di media sosial, terutama melalui akun kedua yang dianggap lebih aman secara psikologis. Perspektif kualitatif ditunjukkan oleh Burhanuddin dkk. (2024) yang memetakan pengalaman pengguna *second account* sebagai bentuk ekspresi diri dan pelarian emosional dari tekanan sosial di akun utama.

Sejumlah penelitian terkait lainnya selaras menunjukkan hubungan positif antara *self-esteem* dan *self-disclosure*. Nabillah & Hanurawan (2022) menemukan korelasi signifikan ($r = 0,214$) pada mahasiswi pengguna *second account* di Malang, mengindikasikan bahwa individu dengan harga diri tinggi cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan informasi pribadi secara selektif di ruang digital yang dianggap aman. Temuan ini sejalan dengan penelitain Purba & Hasibuan (2023) mencatat kontribusi *self-esteem* sebesar 21,3% terhadap perilaku *self-disclosure*, sementara Sutrisnawati dkk. (2024) menemukan bahwa *self-esteem* menjelaskan 11,8% dari variabel *self-disclosure*.

Beberapa studi pendahuluan ini menegaskan bahwa konteks media sosial yang bersifat privat memungkinkan dinamika *self-disclosure* yang lebih mendalam dan autentik, serta memperkuat urgensi eksplorasi pada populasi perempuan Gen Z sebagai subjek yang relevan secara psikologis dan sosiokultural. Selain itu, Fenomena ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* di media sosial tidak lepas dari pengaruh psikologis, termasuk *self-esteem* sebagai faktor yang menentukan sejauh mana seseorang merasa aman dan percaya diri dalam membuka diri. Namun, studi-studi tersebut belum secara spesifik mengkaji perempuan Gen Z di wilayah semi-urban seperti Karawang, maupun menekankan *second account* sebagai ruang ekspresi psikologis yang unik.

Penelitian ini difokuskan untuk mengeksplorasi pengaruh antara *self-esteem* dan perilaku *self-disclosure* dalam ruang digital yang bersifat lebih personal, khususnya pada pengguna *second account* Instagram perempuan Generasi Z di Karawang. *Self-esteem*, menurut Rosenberg, merupakan evaluasi terhadap nilai diri yang berperan penting dalam mendorong ekspresi diri yang sehat (Jati

& Rahayu, 2023). Sementara itu, *self-disclosure* merepresentasikan kemampuan individu untuk membagikan informasi personal kepada orang lain dalam konteks sosial (Budiyanto & Aisyah, 2022; Wheelless & Grotz, 1976).

Penelitian ini menawarkan kontribusi teoritis dengan mengintegrasikan kedua konsep tersebut dalam konteks digital yang spesifik, yaitu *second account* Instagram. Kontribusi ini relevan mengingat belum banyak kajian lokal yang mengangkat *second account* sebagai ruang ekspresi psikologis, padahal lingkungan sosial yang terbatas di dalamnya memungkinkan *self-disclosure* yang lebih mendalam dan autentik. Studi ini juga menyoroti populasi perempuan Gen Z di wilayah semi-urban, yang masih jarang dijadikan fokus dalam studi psikologi sosial digital.

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu, Ha: adanya pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* Perempuan generasi Z pengguna *second account* Instagram di Karawang. H0: Tidak ada pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* Perempuan generasi Z pengguna *second account* Instagram di Karawang. Individu dengan *self-esteem* yang lebih tinggi cenderung lebih terbuka dalam mengekspresikan diri, termasuk melalui konten personal di ruang digital yang bersifat selektif dan privat. Tingkat *self-esteem* yang tinggi diasumsikan memiliki kecenderungan lebih besar untuk mengungkapkan informasi pribadi secara selektif dan terbuka, khususnya di ruang yang dianggap aman secara psikologis.

Temuan penelitian ini diharapkan berdampak secara teoritis dengan memperluas pemahaman tentang dinamika identitas dan ekspresi diri digital pada remaja dan dewasa muda, serta secara praktis menjadi dasar pengembangan program literasi digital dan intervensi psikologis berbasis harga diri. Upaya ini penting untuk mendukung kesehatan mental perempuan muda dalam menghadapi tekanan sosial serta membangun ruang komunikasi digital yang lebih empatik dan inklusif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Self-disclosure*

Menurut Wheelless & Grotz (1976) *Self-disclosure* merupakan bentuk komunikasi interpersonal di mana individu mengungkapkan informasi pribadi secara sukarela, mencakup perasaan, sikap, dan motivasi diri (Girsang, 2022). Menurut Hurlock (Fauzia dkk., 2019), *self-disclosure* sangat penting dalam fase remaja dan dewasa awal karena menjadi sarana membangun hubungan sosial yang bermakna.

Model Wheelless & Grotz (1976) mengklasifikasikan *self-disclosure* dalam lima dimensi utama, yang pertama yaitu niat, mencakup keinginan atau niat seseorang untuk berbagi informasi pribadi dengan orang lain. Semakin kuat niatnya, semakin besar kemungkinan seseorang akan terbuka. Kedua jumlah, mencakup frekuensi dan durasi waktu yang dihabiskan untuk mengungkapkan informasi pribadi. Pengungkapan yang lebih sering dan lebih lama menunjukkan tingkat keterbukaan yang lebih tinggi. Ketiga sifat positif-negatif, mencakup apakah informasi yang diungkapkan bersifat positif atau negatif. Ke-empat kejujuran-akurasi, menjelaskan mengenai sejauh mana informasi yang diungkapkan jujur dan akurat. Kelima kedalaman serta kontrol pengungkapan, menjelaskan sejauh mana informasi yang diungkapkan bersifat mendalam dan bagaimana kontrol terhadap pengungkapan tersebut (Aprilia, 2024).

Menurut Pathak (Kristanti & Eva, 2022). Mengungkapkan bahwa faktor lain yang mempengaruhi *self-disclosure* seseorang yaitu: *namely parenting patterns, parental acceptance, parental control, attachment patterns, gender, personal traits, privacy, and self-esteem*.

2.2. *self-esteem*

Menurut Rosenberg (1965) *Self-esteem* merujuk pada penilaian individu terhadap nilai dan kemampuan dirinya, termasuk perasaan puas atau bangga terhadap diri sendiri (Jati & Rahayu, 2023). Dalam kajian mengenai *self-esteem*, Rosenberg (1965) (Maharani, 2019; Tafarodi & Milne, 2002) mengidentifikasi dua aspek utama yang merepresentasikan

konstruksi *self-esteem* individu, yaitu *self-competence* dan *self-liking*. Aspek *self-competence* merujuk pada penilaian terhadap kapasitas diri dalam menghadapi tuntutan dan mencapai tujuan hidup. *Self-liking* berkaitan dengan sejauh mana individu menyukai dirinya sendiri berdasarkan standar sosial yang telah diinternalisasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional, variabel dalam penelitian ini yaitu *self-esteem* sebagai variabel bebas dan *self-disclosure* sebagai variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana *self-esteem* berperan dalam memengaruhi perilaku *self-disclosure* pada perempuan Generasi Z yang menggunakan *second account* Instagram di wilayah Kabupaten Karawang. Lokasi penelitian dipilih karena Karawang memiliki karakter semi-urban dengan penetrasi media sosial tinggi di kalangan generasi Z (Muhammadlutfi, 2025).

Populasi penelitian adalah perempuan Gen Z usia 15-28 tahun yang aktif menggunakan *second account* Instagram. Namun, jumlah pasti populasi ini tidak diketahui secara akurat karena sifat yang tersembunyi dan tidak terdata secara resmi. Peneliti menetapkan tingkat kesalahan (error rate) sebesar 5%, sehingga jumlah sampel yang diperoleh tetap memenuhi syarat representativitas secara statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria inklusi yaitu perempuan Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) yang aktif menggunakan *second account* di media sosial Instagram.

Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui kuesioner *Google Form*. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur *self disclosure* yaitu Skala *Self-Disclosure* yang dikonstruksi oleh peneliti berdasarkan aspek dan teori dari Wheelless & Grotz (1976). Skala konstruksi ini terdiri dari 15 aitem pernyataan yang meliputi aspek: niat, jumlah, sifat positif-negatif, kejujuran-akurasi, dan kedalaman serta kontrol. Dengan contoh aitem pernyataan yaitu “saya sengaja berbagi pengalaman pribadi di *second account* Instagram” dan “disecond account instagram, saya sering merasa bebas untuk membagikan hal-hal pribadi”. Pernyataan variabel disusun dengan skala likert yaitu 1-4, 1= Sangat Tidak Setuju, 2=Tidak setuju, 3=Setuju, 4=Sangat Setuju. Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas isi melalui *expert judgment* dan analisis butir. Reliabilitas diuji menggunakan teknik *Alpha Cronbach*.

Table 1. Hasil Uji Reabilitas Skala Konstruksi *Self-disclosure*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,955	15

Hasil uji menunjukkan bahwa skala *self-disclosure* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,955 dengan 15 item. Hasil uji validitas nilai *aitem rest correlation* bergerak dari 0,383 sampai dengan 0,954 dan tidak terdapat aitem gugur pada skala konstruk *self-disclosure*. Maka dapat disimpulkan skala konstruk *self-disclosure* memiliki koefisien reabilitas yang tinggi.

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur *self-esteem* yaitu Rosenberg Self-Esteem Scale (Rosenberg, 1965) yang diadaptasi oleh Maroqi (2019). Skala ini terdiri dari 10 aitem pernyataan yang mencakup dua dimensi utama, yaitu *self-competence* dan *self-liking*. Adapun contoh aitem pernyataan yaitu “Secara keseluruhan, saya puas terhadap diri saya” dan “Saya merasa saya memiliki beberapa kelebihan” Pernyataan variabel disusun dengan skala likert yaitu 1-4, 1= Sangat Tidak Setuju, 2=Tidak setuju, 3=Setuju, 4=Sangat Setuju Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas isi melalui *expert judgment* dan analisis butir. Reliabilitas diuji menggunakan teknik *Alpha Cronbach*.

Table 2. Hasil Uji Reabilitas *Rosenberg Self Esteem Scale (RSES)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,935	10

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada *Rosenberg self-esteem scale* diperoleh nilai koefisien reabilitas sebesar 0,935. Hasil uji validitas nilai *item rest correlation* bergerak dari 0,376 sampai dengan 0,906 dan tidak terdapat item gugur pada *Rosenberg Self Esteem Scale*. Maka dapat disimpulkan skala *Rosenberg Self Esteem Scale* memiliki koefisien reabilitas tinggi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan uji statistik untuk menguji hipotesis secara kuantitatif. Tahap awal analisis dimulai dengan uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, yang bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p) > 0,05. Setelah uji normalitas, dilakukan uji linearitas untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hubungan dua variabel tersebut dianggap linear apabila nilai probabilitas < 0,05, yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linier sederhana, yang digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai signifikansi < 0,05. Sebagai teknik analisis tambahan, digunakan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan proporsi variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi, sehingga memperkuat interpretasi hasil pengujian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini terdiri dari sejumlah individu yang memenuhi kriteria inklusi sesuai dengan populasi. Berdasarkan hasil pengumpulan data, karakteristik demografis responden yaitu berjenis kelamin perempuan, rentang usia responden berada pada kategori 13-28 tahun. Mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan terakhir/ yang sedang ditempuh adalah S1 (52,5%), SMA (47,5%), hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kapasitas kognitif yang memadai untuk memahami penelitian. Responden terdiri dari status pekerja (33,4%), tidak bekerja (66,6%) variasi status pekerjaan ini memberikan gambaran heterogenitas dalam persepsi dan pengalaman yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Setelah data demografis dianalisis, tahap selanjutnya adalah pengujian statistik terhadap variabel penelitian.

Table 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		363
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,90365502
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,083
	Positive	,052
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c

a. Calculated from data.

b. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *kolmogorov-smirnov*, diketahui bahwa nilai sig 0,00 < 0.05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal secara statistik. Meskipun data tidak berdistribusi normal, berdasarkan sampel besar menurut Sugiyono (2022) jumlah responden sebesar 363 termasuk dalam kategori sampel besar, dimana jumlah sampel 363 memenuhi syarat penerapan Central Limt Theorem (CLT). CLT menyatakan bahwa distribusi rata-rata sampel akan mendekati normal jika ukuran sampel besar, sehingga uji parametrik tetap dapat digunakan secara valid. Menurut Zhang dkk. (2023) distribusi data akan mendekati normal jika ukuran sampel cukup besar, meskipun data mentah tidak normal.

Table 4. Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Self Disclosure *	Between Groups	(Combined) Linearity	4193,589	22	190,618	9,127	,000
Self Esteem	Groups	Linearity	2590,020	1	2590,020	124,011	,000
		Deviation from Linearity	1603,569	21	76,360	3,656	,000
	Within Groups		7101,022	340	20,885		
	Total		11294,612	362			

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara *self-esteem* dan *self-disclosure* pada perempuan Gen Z pengguna *second account* Instagram bersifat signifikan secara linear (sig = .000, p < 0.05). Temuan ini mendukung asumsi model regresi linier, serta sejalan dengan teori bahwa *self-esteem* berperan sebagai konstruksi psikologis yang memengaruhi pola ekspresi diri.

Table 5. Hasil Uji Hipotesis (Regresi linear Sederhana)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	28,542	2,208		12,930	,000
Self Esteem	,682	,066	,479	10,364	,000

a. Dependent Variable: Self Disclosure

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diketahui bahwa *self-esteem* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *self-disclosure* pada perempuan Gen Z pengguna akun kedua Instagram ($\beta = .479$, $t = 10.364$, $p < .001$) dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dimana bahwa perilaku *self-disclosure* perempuan generasi z pengguna *second account* di karawang dipengaruhi oleh *self-esteem*.

Table 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,479 ^a	,229	,227	4,910

a. Predictors: (Constant), Self Esteem

Nilai koefisien determinasi (R Square= .229) menunjukkan bahwa variabel *self-esteem* mampu menjelaskan sebesar 22.9% variasi dalam *self-disclosure* pada perempuan Gen Z pengguna akun kedua Instagram. Sisanya, yakni sebesar 77.1%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih konkret terhadap tingkat *self-disclosure* dan *self-esteem*, peneliti melakukan kategorisasi skor menjadi kelompok tinggi, sedang dan rendah berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi. Hal ini bertujuan untuk menguji perbedaan tingkat *self-esteem* antar kelompok *self-disclosure* melalui pendekatan analisis komparatif

Table 7. Hasil Uji Kategorisasi *Self-disclosure*

Kategorisasi Self Disclosure					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	2	,6	,6	,6
	Sedang	37	10,2	10,2	10,2
	Tinggi	324	89,3	89,3	100,0
	Total	363	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil bahwa subjek dengan kategori *self-disclosure* rendah sebanyak 2 orang dari 363 responden dengan persentase 6%, subjek dengan kategori *self-disclosure* sedang sebanyak 37 orang dari 363 responden dengan persentase 10,2% dan untuk responden yang memiliki *self-disclosure* yang tinggi sebanyak 324 dari 363 responden dengan persentase 89,3%. Artinya partisipan pada penelitian ini didominasi oleh perempuan generasi z yang memiliki nilai atau berada dalam kategori *self-disclosure* tinggi.

Table 8. Hasil Kategorisasi *Self-esteem*

		Kategorisasi <i>Self Esteem</i>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	7	1,9	1,9	1,9
	Sedang	44	12,1	12,1	14,0
	Tinggi	312	86,0	86,0	100,0
Total		363	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil bahwa subjek dengan kategori *self-esteem* rendah sebanyak 7 dari 363 responden dengan persentase 1,9%, subjek dengan kategori *self-esteem* sedang sebanyak 44 dari 363 responden dengan persentase 12,1% dan untuk responden yang memiliki *self-esteem* yang tinggi sebanyak 312 dari 363 responden dengan persentase 86,0%. Artinya partisipan pada penelitian ini didominasi oleh perempuan generasi z yang memiliki nilai atau berada dalam kategori *self-esteem* tinggi.

Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa *self-esteem* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *self-disclosure* pada perempuan Generasi Z pengguna *second account* Instagram. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar $B = 0,682$, dengan nilai $t = 10,364$ dan $p < 0,001$, yang berarti hubungan tersebut signifikan secara statistik. Nilai $\beta = 0,479$ mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif dan cukup kuat. Artinya, setiap peningkatan satu unit skor *self-esteem* diprediksi akan meningkatkan *self-disclosure* sebesar 0,682 unit. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian dan menunjukkan bahwa tingkat *self-esteem* berperan dalam mendorong *self-disclosure* di ruang digital yang lebih privat, seperti *second account* Instagram.

Temuan ini selaras dengan studi Kristanti & Eva (2022) yang menemukan korelasi positif antara *self-esteem* dan *self-disclosure* pada pengguna Instagram Gen Z. Namun, studi ini memperluas konteks dengan menekankan *second account* sebagai ruang ekspresi yang lebih privat dan selektif. Hal ini juga didukung oleh Dhamayanti (2024), yang menunjukkan bahwa *self-esteem* bersama dukungan sosial berkontribusi terhadap penurunan kecemasan sosial, memperkuat peran dalam mendorong keterbukaan diri.

Temuan ini selaras dengan teori Rosenberg (Jati & Rahayu, 2023) yang menyatakan bahwa individu dengan *self-esteem* yang stabil memiliki persepsi positif terhadap dirinya sendiri, sehingga tidak ragu menampilkan sisi personalnya dalam interaksi sosial. Dalam konteks *second account* Instagram, ruang sosial yang selektif dan privat berfungsi sebagai "ruang aman" yang memperkuat rasa kontrol dan kenyamanan dalam membuka diri (Syafrina & Chusniyah, 2025).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *self-esteem* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *self-disclosure* pada perempuan Gen Z pengguna *second account* Instagram di Karawang, dengan kontribusi sebesar 22,9%. Hasil ini memperkuat asumsi bahwa evaluasi diri yang positif mendorong keterbukaan dalam mengungkapkan informasi pribadi di ruang digital yang dianggap aman secara psikologis.

Secara psikologis, *self-disclosure* tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai tempat pelarian diri untuk mengurangi tekanan emosional (Utami & Duryati, 2023). Ketika pengguna merasa harga dirinya dihargai dan diterima oleh lingkungan sosialnya, mereka cenderung lebih terbuka dan autentik dalam berinteraksi, termasuk di platform digital seperti Instagram.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *self-esteem* terhadap *self-disclosure* pada perempuan Generasi Z pengguna *second account* Instagram di Karawang. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana terhadap 363 responden, ditemukan bahwa *self-esteem* memberikan pengaruh positif terhadap perilaku *self-disclosure* digital. Besaran kontribusi yang ditunjukkan melalui koefisien determinasi (R^2) sebesar 22,9% menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *self-esteem* individu, semakin besar kecenderungan mereka untuk mengungkapkan informasi pribadi secara terbuka, khususnya melalui *second account* Instagram yang dirasa lebih aman secara psikologis, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang dinamika identitas dan ekspresi diri digital pada perempuan Gen Z, khususnya melalui penggunaan *second account* sebagai ruang privat. Temuan menunjukkan bahwa *self-esteem* berperan penting dalam membentuk komunikasi digital yang reflektif dan sehat. Implikasi praktisnya mencakup pengembangan intervensi psikologis berbasis media sosial dan edukasi literasi digital yang suportif. Penelitian ini juga membuka peluang studi lanjutan dengan pendekatan longitudinal atau campuran untuk mengeksplorasi variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, F. N. (2024, November 16). Fenomena Second Account Instagram di Kalangan Gen Z. *kumparan.com*. <https://kumparan.com/fauzia-nur-aeni/fenomena-second-account-instagram-di-kalangan-gen-z-23v0PSxkDkX/full>
- Angraeni, T., & Budiarto, Y. (2024). Eksplorasi Penyebab Melakukan Self Disclosure di Second Account Instagram Pada Dewasa Awal. *Liberosis: Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling*, 7(2), 51–60. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/liberosis/article/view/7096/6585>
- Aprilia, T. (2024). *Aprilia, T. (2024). Hubungan Keterbukaan Diri (Self-disclosure) Dengan Stres Akademik Pada Mahasiswa Universitas Abulyatama Aceh Besar Yang Sedang Mengerjakan Skripsi*. [Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/38205>
- Badan Pusat Statistik. (2020, Maret 27). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, Tahun 2020*. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>.
- Budiyanto, R. N. A., & Aisyah, V. N. (2022). Self Disclosure Analysis of First Account and Second Account Users on Instagram. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH) 2022*, 515–525.
- Burhanuddin, A. H., Suryanto, Alqadri, A. R., & Novianti, L. (2024). Pengalaman Pengungkapan Diri Di Akun Kedua Instagram. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 6(2), 252–270. <https://doi.org/10.36269/psyche.v6i2.2579>
- Damayanti, A. D., & Sugandi. (2024). Analisis Komunikasi Keterbukaan Diri Melalui Akun Kedua Instagram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mulawarman. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi.*, 5, 48–65.
- Dhamayanti, I. (2024). *Pengaruh Dukungan Sosial, Self-Esteem dan Self-Disclosure Terhadap Social Anxiety Pada Pengguna Secodn Account Instagram Dikalangan Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Dixon, S. J. (2025, Mei 2). *Countries with the most Instagram users 2025*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), 151–160. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Feng, T., Mi, M., Li, D., Wang, B., & Liu, X. (2024). Exploring neural mechanisms of gender differences in bodily emotion recognition: a time-frequency analysis and network analysis study. *Frontiers in Neuroscience*, 18. <https://doi.org/10.3389/fnins.2024.1499084>
- Gamayanti, W., Mahardianisa, M., & Syafei, I. (2018). Self Disclosure dan Tingkat Stres pada Mahasiswa yang sedang Mengerjakan Skripsi. *Sympathic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(1), 115–130. <https://doi.org/10.15575/psy.v5i1.2282>
- Girsang, D. S. (2022). Fenomena Perilaku Self Disclosure Melalui Penggunaan Second Account Instagram Pada Mahasiswa Atma Jaya Angkatan 2021. *Jurnal Widya Komunika*.
- Halliansyah, H. (2025, April 22). Teknologi di Era Gen Z: Kemudahan, Ketergantungan, dan Penyimpangan. *Kompasiana.com*.

- Harvey, J., & Boynton, K. (2021). Self-disclosure and psychological resilience: The mediating roles of self-esteem and self-compassion. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 15(1), 90–104. <https://doi.org/10.5964/ijpr.4533>
- Jati, P. P., & Rahayu, M. N. M. (2023). Intimate Friendship dan Self Disclosure Pada Pengguna Akun Kedua Instagram Dewasa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(3), 436–442.
- Jun, S.-H. (2022). Why Do People Post Photos on Instagram? *Sustainability*, 14(19), 12648. <https://doi.org/10.3390/su141912648>
- Kristanti, S. A., & Eva, N. (2022). Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13, 10–20.
- Maharani, D. M. (2019). *Hubungan antara Self-esteem dengan Academic Burnout pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019* [Skripsi]. Universitas Negeri Semarang.
- Maroqi, N. (2019). Uji Validitas Konstruk Pada Instrumen Rosenberg Self Esteem Scale Dengan Metode Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia (JP3I)*, 7(2), 92–96. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v7i2.12101>
- Muhammadlutfi. (2025, April 28). Tiktok, iPhone, dan komsumerisme anak muda Karawang: Kota industri. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/muhammadlutfi4194/67f4d7c834777c2b920dfac2/tiktok-iphone-dan-komsumerisme-anak-muda-karawang-kota>
- Nabillah, N. A., & Hanurawan, F. (2022). Association Between Self-esteem and Self-disclosure in Female University Students as Second Instagram Account Users in Malang. *KnE Social Sciences*, 270–282. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i18.12393>
- NapoleonCat. (2025, Juni). *Instagram users in Indonesia – June 2025*.
- Nugraha, I., Vita Sukmarini, A., & Yusuf AR, M. (2024). Second Account Instagram sebagai Identitas Digital: Fenomena Kultural dalam Ekspresi Diri pada Generasi Z. *Iapa Proceedings Conference*, 388–397. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1066>
- Orben, A. (2023). Social media and mental health: The good, the bad and the ugly. *BBC News*.
- O'Reilly, M. (2020). Social media and adolescent mental health: the good, the bad and the ugly. *Journal of Mental Health*, 29(2), 200–206. <https://doi.org/10.1080/09638237.2020.1714007>
- 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>
- Purba, A. T. L., & Hasibuan, A. P. (2023). The Correlation Between Self-Esteem And Self-Disclosure In Student On Instagram. *Jurnal Scientia*, 12(01), 13–16.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Pricenton University Press.
- Santrock, J. W. (2021). *Life-Span Development* (18 ed.). McGraw-Hill Education.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2023). Model Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Berat Media Sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 146–164. <https://doi.org/10.14710/interaksi.12.1.145-163>
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisnawati, W. M., Rohayati, N., & Minarsih, Y. (2024). Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Second Account Ditinjau dari Self-Esteem. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 5(2), 446–453. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v5i2.411>
- Syafrina, M., & Chusniyah, T. (2025). Gambaran Self-disclosure pada Mahasiswa di Second Account Instagram. *Flourishing Journal*, 5(2), 69–78. <https://doi.org/10.17977/um070v5i22025p69-78>
- Tafarodi, R. W., & Milne, A. B. (2002). Decomposing Global Self-Esteem. *Journal of Personality*, 70(4), 443–484. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.05017>
- Ustushfia, , Khalwah Nabilah, Naryoso, A., & Nugroho, A. (2023). Inisiatif Keterbukaan Diri Generasi Z Dengan Sindrom Fear Of Missing Out (FOMO). *Interaksi Online*, 11(4), 96–107.
- Utami, P. W., & Duryati. (2023). Hubungan self-disclosure dengan psychological well-being pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 3435–3442.
- Wheless, L. R., & Grotz, J. (1976). *Conceptualization And Measurement Of Reported Self-Disclosure*. 2, 338–346.
- Yonatan, A. Z. (2023, Mei 29). *Pengguna Instagram berdasarkan rentang usia 2023*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>
- Zhang, X., Astivia, O. L. O., Kroc, E., & Zumbo, B. D. (2023). How to think clearly about the central limit theorem [Preprint Version]. *Psychological Methods*, 28(6), 1427–1445. <https://doi.org/10.1037/met0000448>