

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi secara signifikan, baik dalam kehidupan sosial, pendidikan, maupun aktivitas sehari-hari. Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 merupakan kelompok yang paling terdampak oleh perubahan tersebut. Tumbuh di tengah pesatnya perkembangan internet dan perangkat digital, mereka dikenal sebagai *digital natives* yang terbiasa berinteraksi dengan dunia melalui layar sejak usia dini (Dewi, 2024). Van Dijk dalam Setiadi (2016) menyatakan bahwa media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Meike dan Young dalam Setiadi (2016) mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Kedekatan Gen Z dengan teknologi menjadikan media sosial bukan sekadar sarana berbagi informasi, melainkan ruang untuk membangun identitas diri, menjalin hubungan sosial, dan mengekspresikan diri dengan kecenderungan berinteraksi secara virtual yang jauh melampaui interaksi tatap muka (Zis et al., 2021).

Di antara berbagai platform media sosial, Instagram menjadi salah satu yang paling banyak digunakan Generasi Z dalam mengelola identitas digital mereka. Platform ini telah berkembang jauh melebihi fungsi awalnya sebagai aplikasi berbagi foto, menjadi sarana aktualisasi diri, *personal branding*, dan pengelolaan citra di hadapan audiens yang luas (Sikumbang et al., 2024). Instagram juga berperan sebagai ruang bagi Generasi Z untuk mengelola *self-disclosure*, yaitu keterbukaan diri, sesuai dengan situasi sosial yang dihadapi (Rahmad et al., 2025). Besarnya peran Instagram dalam kehidupan generasi muda Indonesia tercermin dari data NapoleonCat pada Januari 2026 yang mencatat 121.545.900 pengguna Instagram di Indonesia, setara dengan 42,4% dari total populasi, dengan kelompok usia 18–24 tahun menyumbang 37,2% dari keseluruhan pengguna (NapoleonCat, 2026).

Meski dirancang sebagai ruang ekspresi, penggunaan Instagram dalam praktiknya kerap menimbulkan tekanan sosial berupa tuntutan untuk selalu menampilkan citra yang ideal di hadapan audiens yang luas (Sikumbang et al., 2024; Lase et al., 2024). Tekanan ini mendorong sebagian pengguna untuk mencari ruang ekspresi yang lebih aman dan terbatas audiensnya, yang kemudian melahirkan fenomena akun alternatif Instagram. Akun alternatif,

atau yang dikenal pula sebagai *alternative account*, didefinisikan sebagai profil sekunder (*secondary profile*) yang digunakan pengguna di samping akun utama (*main account*) pada suatu platform media sosial (van der Nagel, 2018). Akun alternatif adalah akun kedua yang bersifat privat dan hanya diketahui oleh orang-orang tertentu, di mana pengguna dapat mengungkapkan dirinya lebih bebas dan jujur tanpa kekhawatiran terhadap penilaian publik (Caroline, 2025). Berbeda dari akun utama yang menampilkan sisi diri yang lebih publik dan terkurasi, akun alternatif difungsikan sebagai ruang ekspresi yang lebih personal, spontan, dan autentik (Putri, 2025). Fenomena ini semakin berkembang di kalangan mahasiswa yang memanfaatkan akun alternatif sebagai *safe space* untuk menyalurkan emosi dan berbagi pengalaman pribadi yang tidak ditampilkan di akun utama (Caroline, 2025; Rahmad et al., 2025).

Kebebasan berekspresi yang dirasakan melalui akun alternatif berkaitan langsung dengan proses *self-disclosure*. *Self-disclosure* adalah tindakan mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain, mulai dari hal-hal yang bersifat permukaan hingga informasi yang sangat personal dan sensitif, yang memiliki peran penting dalam membangun dan mengembangkan hubungan antarmanusia (Masaviru, 2016). Dalam konteks media sosial, proses ini menjadi lebih kompleks karena melibatkan pengelolaan privasi, keberagaman audiens, dan strategi penampilan identitas digital. Tidak semua individu memiliki tingkat keterbukaan yang sama, pola *self-disclosure* sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, dan salah satu yang paling signifikan adalah *self-esteem* (Hollenbaugh & Ferris, 2014).

Self-esteem merupakan penilaian atau evaluasi individu terhadap dirinya sendiri secara menyeluruh, seberapa berharga, mampu, dan layak ia memandang dirinya, yang mencakup dimensi kognitif maupun afektif (Holloway, 2017). Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri dan membuka informasi pribadi, sedangkan individu dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih berhati-hati, selektif, bahkan menutup diri (Hollenbaugh & Ferris, 2014). Dalam konteks penggunaan Instagram, pengguna dengan *self-esteem* yang kurang positif cenderung lebih khawatir terhadap respons orang lain atas unggahan mereka, sementara kondisi *self-esteem* juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan seberapa dekat seseorang dengan audiensnya (Lase et al., 2024). Temuan ini mengisyaratkan bahwa terbatasnya audiens di akun alternatif bukan sekadar preferensi teknis, melainkan respons terhadap kebutuhan psikologis untuk melindungi *self-esteem* dari penilaian sosial yang tidak terprediksi.

Berdasarkan temuan awal peneliti, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022 cenderung memindahkan ekspresi diri yang paling personal dan autentik ke akun alternatif dengan audiens yang jauh lebih terbatas. Sebagian besar dari mereka memiliki lebih dari satu akun Instagram dan mengaku merasa lebih nyaman serta lebih percaya diri berekspresi di akun alternatif dibandingkan akun utama yang audiensnya lebih luas. Fenomena ini menunjukkan bahwa lingkup audiens dan dinamika penilaian sosial memengaruhi cara mahasiswa mengekspresikan diri di ruang digital, sekaligus mengindikasikan bahwa *self-esteem* berperan dalam *self-disclosure* mereka pada penggunaan akun alternatif Instagram. Meski fenomena akun alternatif telah banyak diteliti dari sisi deskriptif dan manajemen identitas, kajian yang secara khusus menelaah faktor psikologis internal, terutama *self-esteem*, yang melatarbelakangi perilaku *self-disclosure* di akun alternatif masih tergolong terbatas (Rahmad et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana *self-esteem* berperan dalam *self-disclosure* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022 pada penggunaan akun alternatif Instagram, dan diharapkan dapat memperkaya referensi dalam kajian komunikasi digital, penggunaan media sosial, dan keterbukaan diri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana *self-esteem* berperan dalam *self-disclosure* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022 dalam penggunaan akun alternatif Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran *self-esteem* dalam *self-disclosure* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro Angkatan 2022 pada penggunaan akun alternatif Instagram.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi digital dan identitas diri. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai pola *self-disclosure* mahasiswa Generasi Z pada akun Instagram alternatif serta peran *self-esteem* dalam proses tersebut. Selain itu,

hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji dinamika komunikasi personal di media digital, baik dari sisi teori, metode penelitian, maupun sasaran populasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa, pelaku kreatif digital, serta pengelola platform media sosial dalam memahami bagaimana pengguna Gen Z mengekspresikan diri melalui akun alternatif. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan strategi komunikasi digital dan penyusunan konten yang sesuai dengan karakteristik kebiasaan pengguna Gen Z. Bagi industri kreatif dan pemasar digital, wawasan ini dapat membantu memahami perilaku audiens yang memiliki lebih dari satu akun, sehingga strategi komunikasi dapat disesuaikan secara lebih efektif.

1.4.3 Kegunaan Sosial

Dari sisi sosial, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai bagaimana Generasi Z memanfaatkan ruang digital untuk berinteraksi dan mengekspresikan identitas diri. Pemahaman ini dapat membantu masyarakat, institusi pendidikan, serta komunitas digital dalam membangun lingkungan komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan budaya digital generasi muda.

1.5 Kerangka Pemikiran Teori

1.5.1 *State of the Art*

Penelitian terdahulu memegang peranan penting sebagai landasan dalam pelaksanaan penelitian ini. Melalui telaah kritis terhadap berbagai penelitian sebelumnya, peneliti dapat memperkaya kerangka teoritis, memahami perkembangan kajian yang telah ada, serta menghindari pengulangan kekeliruan yang sama. Selain itu, kajian tersebut juga membantu mengidentifikasi celah penelitian yang dapat dijadikan fokus untuk menghadirkan kebaruan dalam penelitian ini. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian 1	Nur Andini Sari (2025)
Penulis	Nur Andini Sari
Tahun	2025
Judul	<i>Second Account</i> Instagram sebagai Self-Disclosure di Kalangan Siswi SMA Negeri 6 Pinrang
Tujuan Penelitian	Mengetahui bagaimana penggunaan <i>second account</i> Instagram menjadi media <i>self-disclosure</i> di kalangan siswi SMA Negeri 6 Pinrang.
Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
Hasil Penelitian	Penelitian ini menemukan bahwa para siswi menggunakan <i>second account</i> sebagai ruang yang lebih aman dan privat dibandingkan akun utama mereka. Di ruang tersebut, mereka merasa bebas mengekspresikan emosi, berbagi pengalaman pribadi, dan menampilkan sisi diri yang tidak bisa mereka tampilkan di akun utama karena takut dinilai oleh orang banyak. Dengan kata lain, <i>second account</i> menjadi tempat mereka menjadi “diri sendiri” tanpa tekanan sosial.
Perbedaan dengan Penelitian Ini	Penelitian Nur Andini Sari menjawab pertanyaan “bagaimana” <i>second account</i> digunakan sebagai media <i>self-disclosure</i> , tetapi tidak menggali “mengapa” seseorang lebih atau kurang terbuka di sana. Subjeknya adalah siswi SMA yang konteks sosialnya berbeda dari mahasiswa. Yang terpenting, penelitian ini tidak mengkaji faktor psikologis internal seperti <i>self-esteem</i> yang bisa menjelaskan perbedaan tingkat keterbukaan antarindividu.
Persamaan dengan Penelitian Ini	Kedua penelitian sama-sama mengkaji akun alternatif Instagram sebagai ruang <i>self-disclosure</i> dan ekspresi diri di kalangan perempuan muda Generasi Z.

Kontribusi bagi Penelitian Ini	Memberikan gambaran yang jelas tentang fungsi akun alternatif sebagai ruang ekspresi yang lebih bebas. Gambaran itulah yang menjadi titik awal bagi penelitian ini untuk bertanya lebih jauh: faktor psikologis apa yang membuat seseorang lebih atau kurang berani membuka diri di ruang tersebut?
---------------------------------------	---

Penelitian 2	Marleni Rahayu (2024)
Penulis	Marleni Rahayu
Tahun	2024
Judul	Dramaturgi di Media Sosial: Fenomena Penggunaan <i>Second Account</i> di <i>Instagram</i> pada Kalangan Mahasiswa
Tujuan Penelitian	Mengetahui bagaimana penggunaan <i>second account</i> Instagram di kalangan mahasiswa Forum Studi Islam (FSI) Universitas Islam Riau jika ditinjau dari teori dramaturgi Erving Goffman.
Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
Hasil Penelitian	Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa menggunakan dua akun Instagram untuk mengelola dua “wajah” yang berbeda. Akun utama menjadi <i>front stage</i> , tempat mereka tampil rapi, positif, dan sesuai ekspektasi sosial. Sementara itu, <i>second account</i> menjadi <i>back stage</i> , tempat yang lebih privat untuk mengekspresikan sisi personal yang lebih bebas. Temuan menarik: tidak semua pengguna memakai <i>second account</i> untuk “bersembunyi.” Beberapa justru menggunakannya untuk tujuan yang tetap performatif, seperti menyalurkan hobi seni dan dakwah dalam format yang lebih santai. Ini menunjukkan bahwa batas antara <i>front</i> dan <i>back stage</i> tidak selalu hitam-putih.

Perbedaan dengan Penelitian Ini	Penelitian Rahayu berpijak pada perspektif sosiologis (teori dramaturgi) dan berfokus pada bagaimana individu mengelola kesan di hadapan orang lain. Pertanyaannya adalah tentang presentasi diri, bukan tentang kondisi psikologis di dalam diri individu. Selain itu, subjeknya adalah komunitas mahasiswa dengan identitas keislaman yang kuat, sehingga temuan tentang norma kelompok tidak bisa langsung digeneralisasi ke konteks lain.
Persamaan dengan Penelitian Ini	Kedua penelitian sama-sama mengkaji fenomena akun alternatif Instagram di kalangan mahasiswa dan menyoroti bahwa adanya dua akun memungkinkan individu menampilkan diri secara berbeda tergantung audiens.
Kontribusi bagi Penelitian Ini	Penelitian ini memperkuat argumen bahwa kontrol atas audiens adalah mekanisme utama yang membuat pengguna merasa aman berekspresi di akun alternatif. Ini relevan karena rasa aman tersebut berkaitan erat dengan kondisi <i>self-esteem</i> , individu yang lebih rentan terhadap penilaian sosial akan lebih bergantung pada kontrol audiens tersebut.

Penelitian 3	Hollenbaugh & Ferris (2014)
Penulis	Erin E. Hollenbaugh & Amber L. Ferris
Tahun	2014
Judul	Facebook Self-Disclosure: Examining the Role of Traits, Social Cohesion, and Motives
Tujuan Penelitian	Mengidentifikasi faktor-faktor apa saja mulai dari kepribadian, harga diri (<i>self-esteem</i>), kohesi sosial, hingga motif penggunaan media yang memengaruhi perilaku <i>self-disclosure</i> pengguna Facebook. <i>Self-disclosure</i> diukur dari tiga sisi: seberapa banyak yang diungkapkan (<i>amount</i>), seberapa dalam (<i>depth</i>), dan seberapa luas topiknya (<i>breadth</i>).

Metode Penelitian	Kuantitatif dengan desain survei lintas-seksi (<i>cross-sectional survey</i>) dan analisis jalur (<i>path analysis</i>), melibatkan 301 pengguna Facebook dewasa
Hasil Penelitian	Penelitian ini menemukan bahwa <i>self-esteem</i> memiliki peran yang nyata dalam pola <i>self-disclosure</i> di media sosial. Individu dengan <i>self-esteem</i> rendah cenderung lebih banyak mengungkapkan diri, tetapi bukan karena lebih percaya diri, justru sebaliknya. Mereka cenderung membuka diri secara kompensatoris untuk mengisi kekosongan sosial dan mencari validasi dari orang lain. Selain <i>self-esteem</i> , kepribadian (terutama <i>extraversion</i> dan <i>openness</i>) dan motif penggunaan media juga terbukti memengaruhi keterbukaan diri. Menariknya, usia dan jenis kelamin tidak terbukti signifikan, menunjukkan bahwa faktor psikologis lebih berpengaruh daripada faktor demografis.
Perbedaan dengan Penelitian Ini	Penelitian Hollenbaugh & Ferris dilakukan di Facebook, platform dengan audiens yang luas, beragam, dan sulit dikontrol. Konteks ini sangat berbeda dari akun alternatif Instagram yang justru dicirikan oleh audiens yang sengaja dibatasi oleh penggunanya. Penelitian ini juga tidak mengkaji apakah peran <i>self-esteem</i> berubah ketika individu berada di ruang yang lebih privat dan terkontrol, serta menggunakan pendekatan murni kuantitatif sehingga tidak menangkap makna dan pengalaman di balik angka.
Persamaan dengan Penelitian Ini	Kedua penelitian menempatkan <i>self-esteem</i> sebagai faktor psikologis penting yang memengaruhi perilaku <i>self-disclosure</i> di media sosial.
Kontribusi bagi Penelitian Ini	Penelitian ini adalah fondasi empiris paling kuat untuk argumen utama penelitian ini. Ia membuktikan bahwa <i>self-esteem</i> adalah prediktor nyata dari cara seseorang membuka diri di media sosial, serta memperkenalkan dimensi <i>self-disclosure</i> (<i>amount, depth, breadth</i>) yang memberi inspirasi untuk memahami “seberapa jauh” mahasiswa membuka diri di akun alternatif mereka.

Penelitian 4	Atikah Muflikhah (2026)
Penulis	Atikah Muflikhah
Tahun	2026
Judul	Pengaruh Penggunaan <i>Second Account</i> Instagram terhadap Kenyamanan <i>Self-Disclosure</i> pada Generasi Z Mahasiswa FISIP Universitas Lampung
Tujuan Penelitian	Menganalisis seberapa besar pengaruh penggunaan <i>second account</i> Instagram terhadap kenyamanan <i>self-disclosure</i> mahasiswa Generasi Z FISIP Universitas Lampung.
Metode Penelitian	Kuantitatif eksplanatif dengan regresi linear sederhana, melibatkan 96 mahasiswa FISIP Universitas Lampung yang memiliki <i>second account</i> Instagram
Hasil Penelitian	Penelitian ini membuktikan secara statistik bahwa semakin aktif seseorang menggunakan <i>second account</i> , semakin tinggi pula kenyamanan mereka dalam melakukan self-disclosure. Nilai R^2 sebesar 55,7% menunjukkan bahwa penggunaan <i>second account</i> menjelaskan lebih dari separuh variasi kenyamanan <i>self-disclosure</i> , tetapi sekaligus mengindikasikan bahwa ada faktor-faktor lain sebesar 44,3% yang belum berhasil dijelaskan oleh penelitian ini.
Perbedaan dengan Penelitian Ini	Ada perbedaan mendasar dalam arah pandang kedua penelitian ini. Penelitian Muflikhah bertanya: “apakah menggunakan <i>second account</i> membuat seseorang lebih nyaman membuka diri?” sehingga <i>second account</i> diposisikan sebagai penyebabnya. Sebaliknya, penelitian ini bertanya: “apakah <i>self-esteem</i> seseorang memengaruhi bagaimana ia membuka diri melalui akun alternatif?” sehingga kondisi psikologis internal diposisikan sebagai faktor yang mendorong. Selain itu, penelitian

	Muflikhah menggunakan pendekatan kuantitatif murni sehingga tidak menangkap pengalaman dan makna di balik perilaku tersebut.
Persamaan dengan Penelitian Ini	Kedua penelitian sama-sama mengkaji <i>self-disclosure</i> dalam konteks penggunaan akun alternatif Instagram pada mahasiswa Generasi Z, dan sama-sama mengakui bahwa ruang privat digital berperan penting dalam membentuk kenyamanan berekspresi.
Kontribusi bagi Penelitian Ini	Memberikan bukti yang kuat bahwa akun alternatif memang mendukung <i>self-disclosure</i> . Nilai R^2 55,7% seolah memberi sinyal bahwa ada “sesuatu yang lain” yang belum terjawab, dan penelitian ini berargumen bahwa <i>self-esteem</i> adalah salah satunya.

Keempat penelitian di atas secara kolektif membangun sebuah lanskap yang menunjukkan pergeseran gradual dalam cara akademisi mendekati fenomena akun alternatif Instagram. Kajian paling awal dalam rumpun ini, seperti yang dilakukan Nur Andini Sari (2025) dan Marleni Rahayu (2024), cenderung memandang akun alternatif dari perspektif deskriptif dan sosiologis, menjelaskan apa yang terjadi dan bagaimana individu mengelola identitas digital mereka. Pendekatan ini berhasil mengonfirmasi bahwa akun alternatif berfungsi sebagai ruang ekspresi yang lebih bebas, namun belum mampu menjelaskan mengapa individu-individu tertentu memilih, atau justru menghindari, keterbukaan diri di ruang tersebut.

Sumbangan teoritis paling mendasar dalam peta penelitian ini datang dari Hollenbaugh dan Ferris (2014), yang membuktikan secara empiris bahwa *self-esteem* adalah prediktor bermakna dari perilaku *self-disclosure* di media sosial. Penelitian tersebut menegaskan bahwa keterbukaan diri di ruang digital bukan semata-mata dipengaruhi oleh fitur platform atau kebiasaan penggunaan, melainkan oleh kondisi psikologis individu yang membentuk cara mereka menilai risiko dan manfaat dari tindakan membuka diri. Temuan ini memberikan fondasi bagi klaim bahwa *self-esteem* perlu dipertimbangkan sebagai variabel penjelas dalam kajian *self-disclosure* digital.

Di sisi lain, Muflikhah (2026) mempersempit konteks menjadi akun alternatif Instagram secara spesifik dan membuktikan secara kuantitatif bahwa penggunaan ruang tersebut memang berkorelasi positif dengan kenyamanan *self-disclosure*. Tetapi penelitiannya juga secara jujur mengakui bahwa 44,3% dari variasi kenyamanan *self-disclosure* belum bisa

ia jelaskan. Angka itu bukan sekadar keterbatasan statistik, melainkan pertanda bahwa masih terdapat faktor lain yang berperan dan belum diteliti.

Di sinilah penelitian ini menemukan posisinya. Dari ketiga kluster permasalahan yang ada dalam literatur, (1) fenomenologi akun alternatif sebagai ruang identitas, (2) peran *self-esteem* dalam *self-disclosure* digital, dan (3) keterkaitan penggunaan akun alternatif dengan perilaku *self-disclosure*, belum ada satu pun penelitian yang menghubungkan ketiganya secara bersamaan, khususnya dalam konteks mahasiswa Indonesia. Penelitian Hollenbaugh dan Ferris mengkaji *self-esteem* dan *self-disclosure*, tetapi tidak pada platform yang audiensnya dapat dikontrol secara selektif seperti akun alternatif. Penelitian Rahayu dan Andini Sari mengkaji akun alternatif, tetapi tidak menelaah dinamika psikologis internal penggunaannya. Penelitian Muflikhah mengkaji kedua hal tersebut, namun dari arah kausalitas yang berlawanan dan tanpa menggali pengalaman subjektif di baliknya.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah yang spesifik: memahami bagaimana *self-esteem* berperan dalam pola *self-disclosure* mahasiswa pada penggunaan akun alternatif Instagram, dengan pendekatan *mixed methods* yang memungkinkan peneliti tidak hanya mendeskripsikan fenomena tetapi juga menggali makna dan pengalaman di baliknya. Kebaruan penelitian ini terletak bukan pada kebaruan topikanya, melainkan pada kebaruan sudut pandangnya: menempatkan *self-esteem* sebagai lensa psikologis untuk membaca fenomena yang selama ini lebih banyak dipahami dari sudut sosiologis dan perilaku media.

1.5.2 Teori yang Digunakan

Terdapat beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperkuat landasan konseptual dan membantu peneliti dalam memahami fenomena yang diteliti. Teori-teori tersebut meliputi teori dramaturgi, teori *self-disclosure*, dan teori *self-esteem*.

Teori pertama adalah teori dramaturgi (Erving Goffman, 1959). Teori dramaturgi memandang interaksi sosial layaknya sebuah pertunjukan teater, di mana individu menampilkan diri mereka dalam dua wilayah: *front stage* (ruang publik dengan citra yang terkontrol) dan *back stage* (ruang privat dengan ekspresi yang lebih bebas) (Rahayu, 2024). Akun utama Instagram mahasiswa dapat dipahami sebagai *front stage*, tempat mereka menampilkan identitas formal, prestasi, atau citra positif yang diinginkan. Sebaliknya, akun alternatif berfungsi sebagai *back stage*, di mana mereka lebih jujur, spontan, dan terbuka dalam mengekspresikan diri. Teori dramaturgi sangat relevan untuk menjelaskan fenomena perbedaan identitas yang ditampilkan mahasiswa pada akun utama dan akun alternatif.

Selanjutnya adalah teori *self-disclosure* (Jourard, 1971). *Self-disclosure* didefinisikan sebagai proses komunikasi interpersonal di mana individu secara sengaja membagikan informasi pribadi, seperti perasaan, pengalaman, maupun pandangan, kepada orang lain. Pola keterbukaan ini bisa dipengaruhi oleh konteks, hubungan, serta media. *Self-disclosure* pada platform digital memiliki pola yang dipengaruhi oleh konteks, sifat hubungan, dan tingkat kepercayaan dengan penerima informasi—di mana keterbukaan yang lebih dalam berkaitan dengan kualitas relasi yang lebih tinggi (Sari, 2025). Fokus penelitian ini adalah pada pola *self-disclosure* mahasiswa Gen Z di akun alternatif Instagram. Teori ini digunakan untuk menganalisis bentuk keterbukaan diri yang ditampilkan mahasiswa, mulai dari aspek emosional, pengalaman pribadi, hingga pandangan yang mungkin tidak mereka tampilkan di akun utama. Dengan teori ini, penulis mengkaji seberapa jauh mahasiswa menggunakan akun alternatif sebagai media keterbukaan diri.

Terakhir adalah teori *self-esteem* (Rosenberg, 1965). Menurut Morris Rosenberg, individu dengan *self-esteem* yang positif cenderung memandang dirinya sebagai pribadi yang berharga, memiliki kemampuan, menghargai diri sendiri, serta merasa puas terhadap dirinya. Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* yang kurang positif cenderung menilai dirinya secara negatif, meragukan kemampuan yang dimiliki, serta mengalami ketidaknyamanan terhadap dirinya sendiri (Tohir, Syamsuri, & Mutaqin, 2022). *Self-esteem* seseorang berperan dalam cara mereka bersosialisasi dan menampilkan identitas di ruang publik maupun privat. Dalam penelitian ini, fokus utama terletak pada peran *self-esteem* dalam *self-disclosure*. Mahasiswa dengan *self-esteem* tinggi biasanya lebih percaya diri untuk membuka diri, sedangkan mahasiswa dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih selektif atau menutup diri. Teori ini menjadi dasar untuk menjelaskan faktor psikologis yang melatarbelakangi intensitas dan pola keterbukaan diri mahasiswa Gen Z di Instagram.

1.5.3 Paradigma Penelitian

Penelitian berjudul “Peran *Self-Esteem* terhadap *Self-Disclosure* pada Pengguna Akun Alternatif Instagram” menggunakan paradigma pragmatisme. Paradigma pragmatisme memandang penelitian sebagai upaya untuk menghasilkan pemahaman yang berguna dan relevan dalam menjawab permasalahan yang diteliti. Dalam paradigma ini, tidak terdapat pemisahan yang kaku antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif, melainkan keduanya dapat digunakan secara bersamaan sesuai kebutuhan penelitian (Fitri et al., 2025).

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan *mixed methods* digunakan dengan menempatkan pendekatan kualitatif sebagai fokus utama. Data kuantitatif melalui survei

digunakan sebagai pemetaan awal untuk mengidentifikasi karakteristik responden dan menentukan informan penelitian, sedangkan data kualitatif melalui wawancara mendalam digunakan untuk memahami secara lebih komprehensif pengalaman, makna, serta dinamika *self-disclosure* pada pengguna akun alternatif Instagram.

Paradigma pragmatisme memungkinkan peneliti untuk mengombinasikan kedua pendekatan tersebut secara fleksibel, sehingga tidak hanya memperoleh gambaran umum mengenai perilaku penggunaan akun alternatif, tetapi juga pemahaman mendalam terkait peran *self-esteem* dalam proses *self-disclosure*. Dengan demikian, paradigma ini relevan digunakan karena mampu menjembatani kebutuhan akan data yang bersifat umum sekaligus pemahaman yang mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Konsep pertama adalah *self-disclosure*. *Self-disclosure* atau keterbukaan diri didefinisikan sebagai proses pengungkapan informasi pribadi secara sadar kepada orang lain, yang dapat mencakup perasaan, pengalaman, pemikiran, maupun opini. Dalam konteks media sosial, proses keterbukaan ini menjadi lebih kompleks karena berlangsung di ruang publik yang cair dan melibatkan audiens yang beragam. Dalam penelitian ini, *self-disclosure* dimaknai sebagai bentuk keterbukaan diri yang dilakukan mahasiswa Gen Z melalui akun alternatif Instagram—baik berupa ekspresi emosi, pengalaman pribadi, maupun opini yang lebih jujur dan spontan dibandingkan dengan yang ditampilkan pada akun utama.

Selanjutnya adalah konsep *self-esteem*. *Self-esteem* atau harga diri merupakan evaluasi individu terhadap dirinya sendiri, mencakup perasaan berharga, kepercayaan diri, dan penerimaan diri. *Self-esteem* berperan terhadap bagaimana seseorang menampilkan dirinya dan berinteraksi dengan orang lain, termasuk di ruang digital. Dalam konteks penelitian ini, *self-esteem* diposisikan sebagai faktor psikologis yang berperan dalam proses *self-disclosure*. Mahasiswa dengan tingkat *self-esteem* yang tinggi cenderung lebih terbuka dalam mengekspresikan diri di akun alternatif, sedangkan mereka yang memiliki tingkat *self-esteem* lebih rendah cenderung lebih selektif dan berhati-hati dalam mengungkapkan informasi pribadi.

Konsep penting lainnya adalah akun alternatif Instagram. Akun alternatif dimaknai sebagai akun sekunder yang dibuat oleh pengguna di luar akun utama dengan tujuan menciptakan ruang ekspresi yang lebih privat dan personal. Akun ini biasanya hanya diakses oleh lingkaran pertemanan terbatas, sehingga memberikan rasa aman dan kebebasan bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur (Rahayu, 2024). Dalam konteks

mahasiswa Gen Z, akun alternatif menjadi sarana untuk menyalurkan ekspresi dan opini tanpa tekanan pencitraan yang sering melekat pada akun utama.

Terakhir, penelitian ini menggunakan konsep Gen Z sebagai dasar dalam pemilihan subjek penelitian. Gen Z mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai generasi digital native yang terbiasa hidup berdampingan dengan teknologi dan media sosial sejak usia dini (Dewi, 2024). Dalam penelitian ini, Gen Z yang dimaksud adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022 yang aktif menggunakan Instagram serta memiliki akun alternatif. Karakteristik mereka sebagai pengguna aktif media digital menjadi dasar penting untuk memahami pola interaksi, ekspresi diri, serta dinamika keterbukaan diri dalam ruang digital.

1.7 Argumen Penelitian

Argumen utama dalam penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa perkembangan budaya digital telah menciptakan ruang baru bagi individu untuk membentuk dan menampilkan identitas dirinya. Generasi Z, yang tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital, memiliki kedekatan yang tinggi dengan media sosial, salah satunya Instagram. Dalam konteks tersebut, penggunaan akun alternatif Instagram bukan hanya sekadar tren komunikasi daring, melainkan juga merupakan strategi personal dalam mengelola ekspresi diri di ruang digital. Akun alternatif menjadi ruang ekspresi yang lebih personal, privat, dan relatif bebas dari tekanan pencitraan yang biasanya melekat pada akun utama.

Di sisi lain, keterbukaan diri atau *self-disclosure* tidak dapat dilepaskan dari faktor psikologis yang memengaruhi perilaku komunikasi individu. Salah satu faktor penting tersebut adalah *self-esteem*. Tingkat *self-esteem* dapat memengaruhi bagaimana seseorang memilih untuk menampilkan dirinya, seberapa jauh ia bersedia membuka aspek personalnya, serta bagaimana ia memaknai ruang ekspresi yang digunakan. Dengan demikian, pola *self-disclosure* pada akun alternatif Instagram tidak dapat dipahami hanya dari sisi perilaku penggunaan media sosial, melainkan juga perlu dilihat melalui lensa psikologis dan identitas sosial.

Penelitian ini juga berargumen bahwa fenomena penggunaan akun alternatif oleh mahasiswa Gen Z merupakan bentuk nyata dari pergeseran pola komunikasi dan pembentukan identitas di era budaya digital. Namun, kajian mendalam mengenai hubungan antara makna akun alternatif sebagai ruang ekspresi diri dengan *self-esteem* dalam konteks mahasiswa Indonesia, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, masih terbatas. Oleh karena

itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana *self-esteem* berperan terhadap *self-disclosure* mahasiswa Gen Z dalam menggunakan akun alternatif Instagram, serta bagaimana mereka mengonstruksi identitas diri melalui ruang digital tersebut.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan penekanan pada pendekatan kualitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai kepemilikan akun alternatif beserta alasannya melalui survei yang disebarkan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022. Sementara itu, metode kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam pengalaman, makna, serta alasan di balik perilaku *self-disclosure* dalam penggunaan akun alternatif Instagram, dengan menyoroti peran *self-esteem* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022.

1.8.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Diponegoro, khususnya pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2022. Situs ini dipilih karena berdasarkan temuan awal, sebagian besar mahasiswa aktif menggunakan akun alternatif Instagram sebagai sarana ekspresi diri. Lingkungan kampus menjadi konteks sosial yang relevan untuk memahami bagaimana mahasiswa Gen Z membangun ruang ekspresi digitalnya.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022 yang termasuk dalam kategori Gen Z dan memiliki akun alternatif Instagram aktif.

1.8.4 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif diperoleh melalui survei yang disebarkan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022, berupa informasi mengenai kepemilikan akun

alternatif Instagram (ya atau tidak), jenis akun alternatif yang dimiliki (*second account*, *third account*, atau lebih), serta alasan singkat kepemilikan akun tersebut. Data ini digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai fenomena yang diteliti.

Sementara itu, data kualitatif dalam penelitian ini berupa pernyataan, pengalaman, dan narasi dari informan yang diperoleh melalui wawancara mendalam. Data kualitatif digunakan untuk memahami secara kontekstual dan mendalam fenomena *self-disclosure* dalam penggunaan akun alternatif Instagram, dengan menyoroti peran *self-esteem* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022.

1.8.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah informan, yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022 pengguna akun alternatif Instagram.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi survei dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Survei digunakan untuk memperoleh data kuantitatif berupa gambaran umum mengenai kepemilikan akun alternatif Instagram, jenis akun yang dimiliki, serta alasan singkat penggunaannya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022.

Sementara itu, wawancara mendalam digunakan untuk menggali secara lebih komprehensif makna personal, pengalaman, serta cara informan mengekspresikan diri melalui akun alternatif Instagram, termasuk peran *self-esteem* dalam proses *self-disclosure* yang dilakukan.

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengombinasikan analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis data kuantitatif dilakukan terhadap hasil survei menggunakan statistik deskriptif, seperti distribusi frekuensi dan persentase. Data ini digunakan untuk mengidentifikasi gambaran umum mengenai kepemilikan akun alternatif Instagram, jenis akun yang dimiliki (*second account*, *third account*, atau lebih), serta alasan singkat penggunaannya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022. Hasil analisis kuantitatif kemudian disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah interpretasi.

Sementara itu, analisis data kualitatif dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama dilakukan dengan mentranskripsikan seluruh hasil wawancara secara verbatim agar data tetap sesuai dengan jawaban asli informan. Setelah proses transkripsi selesai, peneliti melakukan *open coding* untuk mengidentifikasi kata kunci, tema, dan makna yang muncul dari jawaban informan terkait penggunaan akun alternatif Instagram, *self-esteem*, dan *self-disclosure*.

Selanjutnya, peneliti melakukan *axial coding* dengan menghubungkan kode-kode yang memiliki keterkaitan makna ke dalam kategori tema yang lebih luas. Tahap ini dilakukan untuk menemukan hubungan antarkonsep, pola perilaku, serta kecenderungan pengalaman informan dalam menggunakan akun alternatif Instagram. Setelah itu, peneliti melakukan *selective coding* untuk menentukan tema inti penelitian yang paling relevan dan dominan berdasarkan hasil analisis sebelumnya.

Interpretasi data dilakukan secara induktif dengan mengintegrasikan temuan kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif digunakan untuk melihat kecenderungan umum penggunaan akun alternatif Instagram pada mahasiswa, sedangkan data kualitatif digunakan untuk memperdalam pemahaman mengenai pengalaman, alasan, dan makna penggunaan akun alternatif tersebut bagi informan. Melalui proses interpretasi ini, peneliti berupaya memahami bagaimana *self-esteem* berperan dalam *self-disclosure* mahasiswa pada penggunaan akun alternatif Instagram. Proses analisis dilakukan secara bertahap dan berulang hingga diperoleh pemahaman yang utuh, mendalam, dan sesuai dengan fokus penelitian.

1.8.8 Kualitas Data (*Goodness Criteria*)

Kualitas data dalam penelitian ini dijaga melalui upaya peneliti untuk memperoleh data yang sesuai dengan realitas dan pengalaman subjek penelitian. Dalam paradigma pragmatisme, kualitas data tidak hanya dilihat dari ketepatan data secara teknis, tetapi juga dari sejauh mana data mampu memberikan pemahaman yang relevan dan mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penggalian makna, pengalaman, serta alasan yang melatarbelakangi perilaku *self-disclosure* mahasiswa pengguna akun alternatif Instagram.

Untuk menjaga kualitas data, peneliti melakukan proses pengumpulan data secara langsung melalui wawancara mendalam dengan informan yang sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan 2022 yang memiliki akun alternatif Instagram aktif. Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan

terhadap kesesuaian jawaban informan dengan konteks penggunaan akun alternatif Instagram yang dijelaskan selama proses wawancara berlangsung.

Kualitas data juga diperkuat melalui proses analisis data yang dilakukan secara bertahap dan berulang melalui *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Proses tersebut membantu peneliti dalam mengidentifikasi tema, menemukan pola hubungan antartemuan, serta memahami keterkaitan antara *self-esteem* dan *self-disclosure* pada penggunaan akun alternatif Instagram. Peneliti juga membandingkan jawaban antar informan untuk melihat konsistensi maupun perbedaan pengalaman yang muncul dalam penelitian.

Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan mampu memberikan gambaran yang mendalam, relevan, dan sesuai dengan pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengekspresikan diri di ruang digital.