

---

**HUBUNGAN SELF-ESTEEM DENGAN SELF-DISCLOSURE PENGGUNA SECOND ACCOUNT PADA USIA DEWASA AWAL****Oleh****Angelique Shifra Putri<sup>1</sup>, Doddy Hendro Wibowo<sup>2</sup>****<sup>1,2</sup>Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga****Email: <sup>1</sup>[angeliqueshifrap@gmail.com](mailto:angeliqueshifrap@gmail.com)**

---

**Article History:***Received: 08-05-2025**Revised: 28-05-2025**Accepted: 11-06-2025***Keywords:***Self-Esteem; Self-Disclosure; Instagram Second Account*

**Abstract:** *Self-esteem serves as one of the factors influencing self-disclosure when using second account Instagram. This study aims to examine the relationship between self-esteem and self-disclosure among second account users in early adulthood. This research employs a quantitative approach using Pearson product-moment correlation method. The research subject consisted of 190 participants who were second account Instagram users aged 18-25 years in Indonesia, selected through snowball sampling technique. Self-esteem measurement utilized the RSES (Rosenberg's Self-esteem Scale) and self-disclosure was measured using an adapted scale from the RSDS (Revised Self-disclosure Scale). The results indicated that there was no significant relationship between self-esteem and self-disclosure, with a correlation value of -0.022 and a significance value of 0.759 ( $p > 0.05$ ). The implications of this research contribute to theoretical development by suggesting that there are other factors with greater contributions than self-esteem that influence self-disclosure*

---

**PENDAHULUAN**

Media sosial berfungsi sebagai platform untuk membentuk identitas seseorang dan menyediakan sarana sederhana untuk berbagi informasi dan presentasi diri (Siregar & Andriani, 2022) salah satunya adalah sosial media Instagram. Menurut survei data box pada 1 Maret 2024, Instagram memiliki 85,3% dari semua pengguna media sosial, menjadikannya salah satu platform terbesar kedua. Menurut We Are Social (2023) Instagram adalah jaringan berbagi foto dan video paling populer. Instagram sebagai salah satu sosial media memiliki fitur yang memungkinkan pengguna memiliki beberapa akun (Lestari et al., 2021). Biasanya alasan seseorang memiliki akun lebih dari satu karena *first account*, atau *main account* untuk menciptakan "*good image*" atau *image* diri yang baik untuk dilihat publik (Budiyanto & Aisyah, 2022). Sedangkan untuk *second account* digunakan untuk menampilkan kehidupan sehari-hari yang lebih realistis bahkan hal-hal yang mungkin tidak sopan serta biasanya hanya terbatas kepada beberapa orang saja (Duffy & Chan, 2019). Hal ini didukung oleh survei Jajak Pendapat (JakPat) yang dilakukan pada 989 orang pada 31 Oktober 2022, didapatkan sebanyak 86,5% responden menggunakan *second account* untuk keperluan pribadi.

Menurut Kang dan Wei (2020), *main account* secara eksklusif menampilkan hal-hal terbaik dan paling sempurna. Dalam kasus ini, sebuah studi oleh Emeraldien dkk. (2019) dari siswa di UPN East Java menemukan bahwa berbagi banyak hal di *main account* harus dibatasi karena terasa lebih berisiko dan terbatas. Selain itu, ada kekhawatiran tentang menerima penghinaan dari *followers* yang bukan teman dekat. Menurut Prihantoro dkk. (2020) akan ada hasil negatif dari pengungkapan diri yang berlebihan di Instagram. Lalu, individu cenderung membuat akun kedua supaya lebih nyaman mengekspresikan diri mereka karena lebih mempercayai *followers* di *second account* (Hasibuan & Azhar, 2022; Andrian dkk, 2022). Selain itu, profil *second account* digunakan untuk berkomunikasi dengan *followers* tanpa dibatasi oleh harapan mereka dan untuk mengembangkan hubungan (Bilqis dkk., 2024).

Menurut survei Databox pada Oktober 2021, didapatkan jumlah pengguna Instagram di Indonesia paling banyak berusia 18-24 yakni, 33,90 juta, hal ini didukung dengan survei yang dilakukan oleh GoodStats pada bulan Mei 2023, paling banyak pengguna sebesar 30,8% dari 1,35 miliar orang berusia 18-24 tahun. Pada usia dewasa awal individu akan memiliki tugas perkembangan dan memasuki tahap *Intimacy Vs Isolation* yang mengharapkan individu bisa membangun keintiman dengan teman dekat maupun pasangannya (Ratnawulan, 2018; Santrock, 2018). Biasanya untuk membangun keintiman individu melakukan pengungkapan diri pada kelompok yang kecil daripada kelompok yang lebih besar karena pesan yang disampaikan individu akan diterima lebih baik dalam kelompok kecil (Hidayah dkk., 2022). Dalam *second account* individu merasa lebih lega dan senang saat membagikan postingan karena hanya orang terdekat saja yang bisa melihat *postingan* tersebut (Andrian dkk., 2022). Begitu pula dengan individu yang memasuki tahap dewasa awal. Mereka akan lebih leluasa untuk mengungkapan diri di *second account* daripada di *first account*.

Keadaan tersebut didukung dari hasil survei yang dilakukan oleh peneliti pada bulan April 2024 dengan penyebaran menggunakan *googleform* pada 13 narasumber dengan 8 perempuan dan 5 laki-laki. Berdasarkan data dari survei yang diperoleh, alasan penggunaan *second account* mencakup berbagai aspek, seperti menceritakan keseharian, mengekspresikan keunikan diri, berbagi keluh kesah, serta mengunggah foto dan video sebagai kenangan. Penggunaan juga cenderung membagikan konten yang bersifat sensitif, konyol, atau negatif, termasuk video-video gagal. Selain itu, terdapat pengguna yang menggunakan *second account* untuk menghargai teman-teman yang juga aktif di platform ini ketika mereka mengunggah atau melakukan *repost*. Sementara itu, *first account* cenderung digunakan untuk mengunggah konten yang lebih formal, seperti tugas kuliah, hasil lukisan, video musik yang berkualitas, serta foto pemandangan dan aktivitas jalan-jalan dengan teman. Hal ini didukung oleh penelitian dari Budiani dkk. (2023), banyak orang lebih memilih *self-disclosure* di *second account* karena berada dalam lingkup yang lebih kecil daripada *first account* yang terdapat *followers* yang tidak dikenal.

Menurut Wheelless dan Grotz (dalam, Lase dkk., 2024)) menyatakan, terdapat 5 aspek yaitu, *intention of disclosure*, *amount of self-disclosure*, *honesty-accuracy of self-disclosure*, *Valence of self-disclosure (positiv-negativeness)*, and *Control of the general depth or intimacy of the self-disclosure*. Menurut Devito (dalam Yunita dkk., 2023) faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* adalah kepribadian, besaran kelompok, gender, *dyadic effect*, topik, dan perasaan menyukai. Salah satu komponen kepribadian adalah *self-esteem* karena mempengaruhi cara berpikir, nilai-nilai hidup, dan tingkat emosi seseorang (Harti dkk.,

2024). *Self-disclosure* dapat terjadi ketika individu memiliki rasa percaya diri yang tinggi sehingga dapat merasa bebas dari ketakutan akan penilaian orang lain. Sebaliknya, kurangnya kepercayaan diri akan menyebabkan ketakutan akan penampilan yang menghambat individu untuk melakukan *self-disclosure*. Maka dari itu, tingkat *self-esteem* menjadi faktor lain yang mempengaruhi *self-disclosure* dalam bermedia sosial khususnya Instagram (Kristianti & Eva, 2022; Nabillah & Hanurawan, 2022).

Menurut Rosenberg (1965) *self-esteem* atau harga diri adalah pandangan positif maupun negatif seseorang tentang dirinya. Aspek-aspek yang mempengaruhi *self-esteem* adalah *self-liking* dan *self-competence*. *Self-liking* adalah kesimpulan menjadi pribadi yang baik atau tidak baik dari penilaian individu secara keseluruhan pada dirinya sendiri. *Self-competence* adalah penilaian individu terhadap kemampuan dirinya untuk memperoleh hasil yang diinginkan dengan menggunakan kemampuan tersebut. Terdapat penelitian yang mengatakan semakin tinggi *self-esteem* maka *self-disclosure* akan semakin tinggi bagi pengguna Instagram (Purba & Hasibuan, 2023; Kristianti & Eva, 2022). Selain itu, didapatkan hubungan yang signifikan tinggi antara *self-esteem* dan *self-disclosure* di usia remaja hingga dewasa awal (Nabillah & Hanurawan, 2022; Nur'Aeni & Ambarwati, 2021).

Berdasarkan pada penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk mencari hubungan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada fenomena *second account* yang berusia dewasa awal pada pengguna *second account* Instagram di Indonesia masing jarang. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan sebagai sumber literatur tambahan yang dapat mendukung pengembangan penelitian ini di masa yang akan datang. Jadi penelitian ini berfungsi untuk kebaruan data untuk pengguna *second account* Instagram.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *self-esteem* dengan *self disclosure* pada pengguna *second account* di usia dewasa awal.

Hasil penelitian dibuat dengan harapan memberi sumbangan ilmiah dalam bidang sosial terhadap *self-esteem* seseorang di usia dewasa awal yang melakukan tindakan *self-disclosure* saat menggunakan *second account* serta menjadi bahan kajian lanjut untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Seseorang di dewasa awal sebagai subjek penelitian mampu mengembangkan harga diri individu dalam mengungkapkan diri sehingga lebih memahami diri dan bisa mengontrolnya.

b. Bagi Dewasa Awal

Penelitian ini dapat menjadi sumber acuan bagi individu di masa dewasa awal dengan upaya untuk meningkatkan *self-esteem* dan *self-disclosure*.

## LANDASAN TEORI

### *Self-disclosure*

#### Definisi *Self-disclosure*

Menurut Wheelless dan Grotz (1976) *self-disclosure* adalah semua pesan tentang dirinya yang disampaikan kepada orang lain. Menurut (Omarzu, 2000) *self-disclosure* yaitu mengungkapkan banyak hal tentang diri dalam bentuk *nonverbal* maupun verbal dalam interaksi sosialnya. Selain itu, menurut Munthe (2022), salah satu jenis komunikasi dengan

memberikan informasi diri pada orang lain terkait perasaan, opini, dan kepercayaan disebut keterbukaan diri.

Teori *self-disclosure* yang digunakan mengacu Wheelless dan Grotz (1976) karena teori memiliki partisipan dari sumber teori ini banyak yang berusia dewasa awal, sehingga relevan dengan penelitian ini.

### Aspek *Self-disclosure*

Wheelless dan Grotz (dalam, Lase et al., 2024) menyatakan, terdapat 5 aspek yaitu, *intention of disclosure, amount of self-disclosure, honesty of self-disclosure, positiveness of self-disclosure, and Control of the general depth of the self-disclosure.*

#### a. *Intention of self-disclosure*

Kesungguhan individu saat melakukan *self-disclosure* yakni, seseorang sadar terhadap hal yang dikatakan dan diungkapkan pada orang lain.

#### b. *Amount of self-disclosure*

Kuantitas saat melakukan *self-disclosure*. Semakin individu memiliki intensitas yang akrab maka individu akan semakin sering melakukan *self-disclosure*.

#### c. *Honesty of self-disclosure*

Kejujuran individu saat melakukan mengungkapkan diri ke orang lain. Semakin individu merasa akrab maka individu akan makin jujur saat mengungkapkan hal-hal tentang dirinya.

#### d. *Positiveness of self-disclosure*

Dalam melakukan pengungkapan diri tentang hal-hal positif dan negatif akan tergantung individu tersebut.

#### e. *Control of depth of the self-disclosure*

Kedalaman informasi saat seseorang melakukan pengungkapan tentang dirinya. Saat individu mengungkapkan segalanya secara mendalam tentang dirinya kepada orang lain maka dapat dikatakan seseorang memiliki keterbukaan terhadap yang lain.

### Faktor-faktor yang Memengaruhi *Self-disclosure*

Menurut Devito (dalam Yunita dkk., 2023) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* yaitu,

1. Kepribadian, kepribadian mempengaruhi dalam proses melakukan *self-disclosure* seperti misalnya seseorang yang memiliki kepribadian ekstrovert akan lebih percaya diri untuk menunjukkan dirinya.
2. Besaran kelompok, kelompok besar maupun kelompok kecil mempengaruhi seseorang untuk melakukan pengungkapan diri.
3. Gender, berdasarkan gender antara pria dan wanita *self-disclosure* yang dilakukan berbeda. Seperti pria akan lebih kesulitan dengan yakin mengungkapkan dirinya karena jika sering atau berlebihan akan dianggap lemah oleh orang lain.
4. *Dyadic effect* adalah seseorang yang terbuka ketika orang lain juga terbuka pada individu.
5. Topik, pengungkapan diri hanya terjadi pada topik tertentu. Selain itu, pengungkapan informasi yang bermanfaat akan lebih sering dilakukan daripada yang tidak bermanfaat.
6. Perasaan menyukai, individu lebih mudah untuk mengungkapkan diri pada orang yang disukai atau dicintai.

Menurut Pathak (2012), faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* sebagai berikut;

1. Penerimaan orang tua, penerimaan dan respon orang tua pada perilaku anak, bukan menunjukkan perilaku yang tidak responsif dan menolak.
2. Penerimaan dan respon orang tua pada perilaku anak, bukan menunjukkan perilaku yang tidak responsif dan menolak.
3. Kontrol orang tua, batasan yang diberikan pada perilaku anak dan sejauh mana orang tua pembatasan diterapkan.
4. Pola asuh, konstruk psikologi mewakili strategi standar yang orang tua gunakan untuk mengasuh anak.
5. Gender, anak perempuan cenderung lebih banyak mengungkapkan lebih banyak informasi emosional daripada laki-laki tetapi orang tua merasa lebih mengendalikan anak laki-lakinya.
6. *Attachment Pattern*, pola seseorang dalam menjalin hubungan dengan orang lain.
7. *Personal Traits*, seorang yang memiliki tingkat ekstrovert yang lebih tinggi lebih mudah melakukan *self-disclosure*.
8. *Privacy*, sebagai regulasi batasan terhadap pertukaran informasi yang dilakukan dalam hubungan sosial.
9. *Self-esteem*, pandangan negatif atau positif tentang dirinya. Seseorang dengan harga diri tinggi berkomunikasi dengan baik dan lebih terbuka dibandingkan seseorang dengan harga diri yang rendah tidak banyak mengungkapkan perasaan atau pikiran pribadi mereka karena takut malu dan merusak harga dirinya.

### **Self-esteem**

#### **Definisi Self-esteem**

Menurut (Rosenberg, 1965) *self-esteem* atau harga diri adalah pandangan positif maupun negatif seseorang tentang dirinya. *Self-esteem* adalah evaluasi individu secara global (Santrock, 2019). Menurut Coopersmith *self-esteem* adalah evaluasi tentang dirinya yang dihasilkan atas interpretasi perlakuan, penerimaan, dan penghargaan yang diterima dari lingkungannya (dalam (Putri dkk., 2022).

Berdasarkan definisi-definisi yang sudah disebutkan, peneliti menggunakan teori dari Rosenberg (1965) karena telah didukung oleh alat ukur yang valid.

#### **Aspek Self-esteem**

Menurut Tafrodi & Swann (1995) yang didasari oleh Rosenberg Self-Esteem Scale tahun 1979 menyatakan bahwa terdapat dua aspek dari *self-esteem* yaitu:

##### a. *Self-liking*

*Self-liking* adalah kesimpulan menjadi pribadi yang baik atau tidak baik dari penilaian individu secara keseluruhan pada dirinya sendiri.

##### b. *Self-competence*

*Self-competence* adalah penilaian individu terhadap kemampuan dirinya untuk memperoleh hasil yang diinginkan dengan menggunakan kemampuan tersebut.

#### **Second Account**

*Second account* adalah fenomena baru untuk memiliki lebih dari satu akun Instagram. Peneliti memilih subjek ini sebagai fokus penelitian karena saat ini, penggunaan *second account* di Indonesia sedang marak terjadi, dimana menurut penelitian yang dilakukan pada

4 mahasiswa Fakultas Psikologi dari Universitas Negeri Malam (UM) ditemukan sebagian besar nyaman menggunakan *second account* daripada *first account* karena hanya dilihat oleh orang terdekat sehingga mereka lebih merasa bebas dan nyaman untuk mengekspresikan emosi dan semua tentang dirinya.

### **Kerangka Berpikir**

Menurut Liwelery (dalam Salsa, Jumaini, & Sari, 2024) *self-esteem* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *self-disclosure*. Pengguna *second account* Instagram punya kecenderungan untuk memiliki tingkat *self-esteem* dalam dirinya. Seseorang yang memiliki *self-esteem* yang tinggi akan memiliki sikap yang baik saat berinteraksi dan memiliki kemampuan untuk mengatasi tekanan yang dialami serta dapat berkomunikasi dengan baik dan membagikan informasi pribadinya (Salsa dkk., 2024). Sedangkan, individu dengan *self-esteem* yang rendah akan punya kecenderungan mudah marah, dan kesulitan untuk mengungkapkan dirinya (Meisyah & Cahyanti, 2022)

*Self-disclosure* merupakan proses penting dalam berinteraksi karena seseorang menceritakan hal pribadi kepada orang disekitarnya (Li dkk., 2021). Dalam konteks bermedia sosial khususnya *second account* di Instagram, seseorang melakukan ekspresi diri dengan penuh kebebasan tanpa takut *feedback* yang akan didapatkan (Latifa dkk, 2020). Pengungkapan diri yang dilakukan mencakup berbagai aspek kehidupan pribadi seperti informasi, pengalaman, perasaan, hingga cita-citanya (Utomo & Laksmiwati, 2019). Sedangkan, seseorang yang memiliki *self-disclosure* rendah memiliki keinginan untuk mendapat *feedback*, rasa ketakutan tidak diterima, sulit untuk bersosialisasi (Oktaviani dkk., 2022).

Dalam kaitannya, *self-esteem* akan mempengaruhi tinggi rendahnya *self-disclosure*. Seseorang dengan *self-esteem* yang tinggi akan memiliki pandangan yang lebih positif sehingga lebih bebas untuk mengekspresikan dirinya, sebaliknya jika *self-esteem* yang rendah individu akan sulit untuk menceritakan diri karena memiliki rasa takut akan respon negatif dari orang lain (Kristianti & Eva, 2022). Terutama ketika seseorang memasuki usia dewasa awal 18-25 tahun. Pada fase ini individu mengalami peralihan dari remaja menuju dewasa yang mengharuskan individu melakukan penyesuaian karena terjadi banyak pemantauan seperti, anggota keluarga, sektor pendidikan, institusi sosial terhadap *first account* (Jati & Mardi Rahayu, 2023).

### **Hipotesis**

Berdasarkan hal yang dikemukakan maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang negatif antara *self-esteem* dan *self-disclosure* pada pengguna *second account* di usia dewasa awal. Artinya, semakin tinggi *self-esteem* seseorang maka semakin rendah *self-disclosure* pada pengguna *second account* di usia dewasa awal sebaliknya semakin rendah *self-esteem* maka akan semakin tinggi *self-disclosure* pengguna *second account* di usia dewasa awal.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini akan menggunakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian korelasional. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu, variabel bebas (X) adalah *self-esteem* dan variabel terikat (Y) adalah *self-disclosure*. Definisi operasional *self-esteem* adalah cara seseorang memberi nilai pada dirinya

sendiri yang berdasarkan penolakan dan persetujuan atas perilaku dan keseluruhan dirinya. Menurut Rosenberg (1965) *self-esteem* adalah pandangan seseorang baik negatif maupun positif mengenai dirinya. Alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Rosenberg's *Self Esteem Scale* yang dikembangkan oleh Tombeng dan Yuwono (2022) berdasarkan dua aspek yaitu, *self-liking* dan *self-competence*. Semakin tinggi skor skala maka semakin tinggi *self-esteem*, Sedangkan *Self-disclosure* adalah proses keterbukaan seseorang dalam menceritakan tentang dirinya mengenai pemikiran, mimpi, cara pandang, emosi, dan berbagai hal lainnya. Menurut Wheelless dan Grotz, 1976) *self-disclosure* adalah semua pesan tentang dirinya yang disampaikan kepada orang lain. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Revised Self-Disclosure Scale* (RSDS) yang dikembangkan oleh Lase, Kristinawati, dan Murti (2024) berdasarkan lima aspek yaitu, *intent factor*, *amount factor*, *positiveness factor*, *depth factor*, dan *honesty*. Semakin tinggi skor skala maka semakin tinggi *self-disclosure*. Populasi yang digunakan adalah usia dewasa awal yakni, 18-25 tahun (Santrock, 2011). yang memiliki kriteria seseorang yang menggunakan *first account* dan *second account* namun, aktif menggunakan *second account*. *Sampling* menggunakan *non-random sampling* dengan cara *snowball sampling*. Alat ukur yang akan digunakan menggunakan dua kuesioner yaitu, pertama, menurut Tombeng dan Yuwono (2022) *Self-Esteem* diukur dengan menggunakan RSES (Rosenberg's *Self Esteem Scale*) yang disusun oleh Rosenberg (1965, 1995) dan berjumlah 10 item 5 item *favorable* dan 5 item *unfavorable* meliputi dua aspek dalam pembentukan harga diri yaitu *Self-Liking* dan *Self-Competence*, untuk skala ini memiliki reliabilitas cronbach's  $\alpha=0,741$  dan menurut Lase, Kristinawati, & Murti (2024) *Self-disclosure* alat ukur yang dipakai bernama *Revised Self-Disclosure Scale* (RSDS) dengan modifikasi item dan berasal dari 5 aspek oleh Wheelless dan Grotz tahun 1976 yang memiliki reliabilitas cronbach's  $\alpha=0,887$ . Peneliti memperoleh hasil data dengan mengolah data hasil penelitian dengan diskriminasi aitem menggunakan uji korelasi aitem-total dan uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* secara statistik menggunakan IBM SPSS Statistic 24. Metode analisis data dilakukan menggunakan uji asumsi dan uji hipotesis. Uji asumsi terdiri dari dua yakni, uji normalitas dan uji linearitas serta uji hipotesis. Peneliti menggunakan teknik *Kolmogorov-smirnov* untuk melakukan uji normalitas. Uji normalitas yang digunakan peneliti dengan tujuan untuk mendapatkan hasil data penelitian yang dilakukan berdistribusi normal dan tidak normal. Uji linearitas yang digunakan adalah teknik ANOVA *table of linearity*. Peneliti akan menggunakan *Product Moment Pearson* untuk uji hipotesis korelasi untuk menguji hubungan dari kedua variabel. Pengujian menggunakan IBM SPSS Statistic 24.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Orientasi Kanchah Penelitian dan Pengumpulan Data Penelitian

Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan selama kurang lebih 3 bulan, dari Desember 2024 hingga Februari 2025. Kuesioner dibuat dalam bentuk *Google Form* dan disebarluaskan secara *online* melalui *Gmail* Senat Mahasiswa Universitas (SMU) Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), media sosial Instagram dan *Whatsapp*. Keputusan untuk tidak menyebarkan kuesioner secara langsung didasarkan pada pertimbangan partisipan yang bisa berada di seluruh Indonesia sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk menjangkaunya secara fisik. Selain ini, pengisian kuesioner secara *online* memberi

kemudahan dalam penyebaran kuesioner pada partisipan yang memiliki kesesuaian dengan kriteria serta fleksibilitas bagi individu untuk mengisi sesuai dengan waktu mereka. Dengan mempertimbangkan faktor tersebut, penyebaran kuesioner secara *online* dipilih agar lebih mudah dalam proses penyebaran dan individu yang berusia dewasa awal dapat mengisinya dalam kondisi yang paling nyaman dan sesuai dengan jadwal mereka.

### Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian adalah individu dewasa awal yang aktif menggunakan second account di seluruh Indonesia. Berikut dideskripsikan karakteristik subjek dalam penelitian,

**Tabel 1. Karakteristik penelitian**

No.	Karakteristik Partisipan	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	Perempuan	141	74.2%
	Laki-Laki	49	25.8%
2	Usia		
	18	17	8.9%
	19	20	10.5%
	20	30	15.8%
	21	45	23.7%
	22	40	21.1%
	23	13	6.8%
	24	18	9.5%
	25	7	3.7%

Berdasarkan data yang terkumpul pada tabel 3, jumlah responden penelitian adalah 190 partisipan yang terdiri dari 141 perempuan (74.2%) dan 49 laki-laki (25.8%). Mayoritas responden berusia 21 tahun sebanyak 45 partisipan (23,7%), diikuti oleh individu yang berusia 22 tahun sebanyak 40 (21.1%), individu berusia 20 tahun dengan 30 partisipan (15.8%), individu berusia 19 tahun dengan 20 partisipan (10.5%), individu berusia 24 tahun dengan 18 partisipan (9.5%), individu berusia 18 tahun dengan 17 partisipan (8.9%), individu berusia 23 tahun dengan 13 partisipan (6.8%), dan individu berusia 25 tahun dengan 7 partisipan (3.7%). Secara keseluruhan, hasil penelitian ini didominasi oleh partisipan berjenis kelamin perempuan dengan sebaran usia 21-22 tahun.

### Hasil Penelitian

#### 1. Hasil Diskriminasi Aitem

Dalam proses diskriminasi aitem, ditetapkan nilai ambang batas koefisien korelasi sebesar 0,25. aitem-aitem yang memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,25 dinilai memiliki kemampuan diskriminasi yang memadai sehingga dipertahankan dalam instrumen. Sementara itu, aitem-aitem dengan nilai koefisien korelasi yang berada di bawah 0,25 akan dikeluarkan dari instrumen pengukuran karena dianggap kurang mampu membedakan dengan baik.

Kemudian, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Suatu instrumen dianggap reliabel jika memenuhi kriteria *alpha cronbach* yang lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2011).

#### a. *Self-esteem*

Skala ini terdiri dari 10 aitem dengan 5 aitem *favorable* dan 5 aitem *unfavorable*. Selanjutnya, dilakukan uji daya diskriminasi aitem sebanyak satu putaran. Pada putaran yang pertama, didapatkan hasil tidak terdapat aitem yang gugur, sehingga hasil akhir terdapat 10 aitem yang memiliki daya diskriminasi diatas 0,25. Setelah itu, skala *self-esteem* telah memenuhi reliabilitas yang baik sebesar, 0,871.

b. *Self-disclosure*

Pada awalnya, Skala ini terdiri dari 21 aitem dengan 14 aitem *favorable* dan 7 aitem *unfavorable*. Selanjutnya, peneliti melakukan uji daya diskriminasi aitem sebanyak dua kali putaran. Pada putaran pertama terdapat 2 aitem gugur, yakni aitem nomor 19 dan 20. Setelah dieliminasi, aitem yang tidak gugur dilakukan kembali uji daya diskriminasi aitem putaran kedua. Pada putaran kedua tidak terdapat aitem yang gugur, sehingga didapatkan hasil akhir 19 aitem yang memiliki daya diskriminasi diatas 0,25. Azwar (2012) mengatakan bahwa dapat dipertimbangkan untuk menurunkan batas kriteria menjadi 0,25 agar jumlah aitem yang diinginkan dapat terpenuhi. Kemudian skala *self-disclosure* telah memenuhi standar reliabilitas yang, sebesar 0,909.

**Hasil Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif variabel *self-esteem* dan *self-disclosure* pengguna *second account* di usia dewasa awal dapat dilihat pada tabel 11, menunjukkan bahwa skor terendah dari *self-esteem* adalah 14 dan skor tertinggiya 40. Rata-rata dari *self-esteem* adalah 30,38 (SD=5,451). Pada variabel *self-disclosure* memiliki skor terendah 22 dan skor tertinggi 76. *Self-disclosure* memiliki rata-rata 48,53 (SD=11,155).

**Tabel 2. Analisis Deskriptif**

Variabel	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Self-esteem</i>	14	40	30.38	5.451
<i>Self-disclosure</i>	22	76	48.53	11.155

Melalui perhitungan tersebut, nilai-nilai yang diperoleh dibagi menjadi tiga kelompok kategori seperti, tinggi, sedang, dan rendah. Berikut adalah pengelompokan dari setiap variabel,

a. *Self-esteem*

**Tabel 3. Deskripsi *Self-esteem***

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	156	82 %
Sedang	34	18 %
Rendah	0	0 %
<b>Total</b>	190	100 %

Berdasarkan tabel 12, terlihat mayoritas tingkat *self-esteem* partisipan berada dalam kategori tinggi (82%). Setelah itu, sebanyak 18% partisipan lainnya termasuk pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan memiliki *self-esteem* yang

sangat baik dan tidak terdapat partisipan yang merasa tidak memiliki *self-esteem*.

b. *Self-disclosure*

**Tabel 4. Deskripsi *Self-disclosure***

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	38	20 %
Sedang	120	63 %
Rendah	32	17 %
<b>Total</b>	190	100 %

Berdasarkan tabel 13, mayoritas tingkat *self-disclosure* partisipan berada di kategori sedang yakni, sebanyak 63%. Selanjutnya, sebanyak 20% partisipan berada pada tingkat kategori tinggi, diikuti 17% lainnya yang berada di tingkat kategori rendah. Hal ini menunjukkan sebagian besar partisipan memiliki *self-disclosure* yang berada di tengah-tengah dan lebih sedikit partisipan yang memiliki *self-disclosure* yang kategori tinggi dan kategori rendah.

### Hasil Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan signifikansi 5%. Nilai signifikansi  $p < 0,05$  menunjukkan variabel berdistribusi normal, sedangkan  $p < 0,05$  menunjukkan variabel tidak memiliki distribusi normal.

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov***

<i>Unstandardized Residual</i>		
N		190
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	11.15250868
	<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>
<i>Positive</i>		.039
<i>Negative</i>		-.052
<i>Test Statistic</i>		.052
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel 14, hasil nilai signifikansi sebesar 0.200 ( $p > 0,05$ ) sehingga dapat diketahui bahwa seluruh data yang terdapat dalam penelitian ini berdistribusi normal

#### b. Uji Linearitas

Uji linearitas yang dilakukan menggunakan *test of linearity* dengan signifikansi 5%. Nilai signifikansi  $p < 0,05$  menunjukkan ada korelasi linier antara kedua variabel, sedangkan  $p < 0,05$  menunjukkan variabel tidak ada korelasi yang linier dan asumsi linearitas ditolak.

**Tabel 6. Hasil Uji Linearitas *Self-esteem* dan *Self-disclosure***

ANOVA Table					
<i>Sum of Squares</i>		<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>(Combined)</i>	2892.4	24	120.517	0.964	0.516
<i>Linearity</i>	11.841	1	11.841	0.095	0.759
<i>Deviation from Linearity</i>	2880.558	23	125.242	1.002	0.466

Berdasarkan tabel 15, terlihat nilai signifikansi sebesar 0.466. Jadi, dapat disimpulkan terdapat korelasi linear antara kedua variabel ( $p > 0,05$ ).

## 2. Hasil Uji Hipotesis

### a. Uji Hipotesis

Uji korelasi dilakukan menggunakan *two tailed pearson product moment* untuk mencari hubungan korelasi di antara kedua variabel.

**Tabel 7. Hasil Uji Korelasi**

	<i>Sig.</i>	<i>Self-esteem</i>	<i>Self-disclosure</i>
<i>Self-esteem</i>	Pearson Correlation	1	-.022
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.759
	<i>N</i>	190	190
<i>Self-disclosure</i>	Pearson Correlation	-.022	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.759	
	<i>N</i>	190	190

Berdasarkan tabel 16 dapat disimpulkan tidak terdapat hubungan korelasi antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* karena nilai korelasi  $-0.022$  dengan signifikansi  $0.759$  ( $p < 0,05$ ). Sehingga dapat dikatakan *self-esteem* tidak mempengaruhi *self-disclosure* secara signifikan. Maka dari itu dikatakan hipotesis ditolak. Besarnya sumbangan efektif variabel *self-esteem* terhadap variabel *self-disclosure* sebesar  $0.0484\%$  sehingga  $99.952\%$  lainnya berasal dari sumbangan faktor lain.

### Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu hubungan *self-esteem* dengan *self-disclosure* pengguna *second account* Instagram di usia dewasa awal. Hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis diusulkan dalam penelitian ini ditolak yakni, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada dewasa awal yang menggunakan *second account* Instagram. Hasil dari penelitian ini memunculkan temuan baru bahwa terdapat faktor lain yang memberikan pengaruh pada *self-disclosure* seseorang. Hal ini dibuktikan dari nilai korelasi sebesar  $-0.022$  dengan signifikansi  $0,759$  ( $p > 0,05$ ) sehingga keberadaan *self-esteem* justru lebih menekan seseorang melakukan perilaku *self-disclosure*.

Hasil penelitian ini mengatakan jika *self-esteem* tidak memberikan pengaruh yang

cukup besar terhadap *self-disclosure* bagi pengguna *second account* Instagram yang sudah berusia dewasa awal. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya mengatakan bahwa jika seseorang yang memiliki *self-esteem* yang tinggi maka mereka akan merasa dianggap, dihargai, dan diterima sehingga berani untuk mengungkapkan diri mereka (Salsa dkk., 2024). Sementara itu, penelitian ini mengatakan ketika seseorang memiliki *self-esteem* tinggi maka mereka merasa tidak perlu untuk mengungkapkan diri mereka karena mereka sudah merasa dirinya berharga serta tidak memerlukan validasi dari orang lain di dunia maya (Pratiwi, 2024). Menurut Luo dan Hancock (2020) seseorang yang memiliki *self-esteem* tinggi tidak sering mengungkapkan diri mereka dan tidak berusaha untuk mencari berbagai macam topik untuk dilihat oleh lingkungan mereka. Berarti terdapat beberapa faktor lain yang menyebabkan seseorang melakukan *self-disclosure*, dilihat dari sumbangan dari faktor lain sebesar 99.952%.

*Self-esteem* sebagai faktor individu/ personal tidak terbukti, maka peneliti juga melihat dari sudut pandang *social* atau lingkungan, dimana lingkungan berperan besar dalam membentuk perilaku *self-disclosure*. Norma sosial dalam kelompok menjadi salah satu penyebab seseorang menjaga citra supaya sesuai dengan standar etika yang berlaku (Malonda dkk., 2025). Tekanan lingkungan pendidikan dan pekerjaan yang mengawasi setiap pergerakan individu menyebabkan mereka membutuhkan ruang untuk ekspresikan diri dengan lebih bebas. Hal ini menunjukkan, seseorang membutuhkan *self-disclosure* di *second account* bukan karena harga diri, melainkan bisa juga dipengaruhi oleh faktor dari lingkungan seperti, standar profesional dan pendidikan (Muttaqien dkk., 2022). Maka dari itu, mereka perlu mengelola kesan yang baik yang akan membentuk persentasi diri yang baik dan individu bisa lebih bebas berekspresi (Luo & Hancock, 2020).

Selain itu, dalam konteks situasional dan karakteristik dari audiens akan lebih mempengaruhi keputusan *self-disclosure* individu (Greene, Derlega, & Mathews, 2006). Ketika seseorang merasa memiliki kedekatan emosional dan pengalaman yang sama dengan orang lain, justru akan mendukung perilaku *self-disclosure* mengenai informasi pribadi, terlepas dari individu menilai akan keberhargaan dirinya. Hal ini menjelaskan alasan individu menggunakan *second account*. Mereka dapat melakukan *self-disclosure* dengan lebih jujur dan apa adanya, karena memiliki kendali yang lebih besar atas privasi diri dan pemilihan audiens yang dianggap lebih aman untuk membagikan konten yang personal (Baruh & Cemalcilar, 2018).

Sebanyak 190 partisipan yang menggunakan *second account* Instagram dengan mayoritas perempuan yang melakukan *self-disclosure* dalam kategori sedang (63%). Perempuan membuat keputusan lebih tertata dan kontekstual saat mengungkapkan informasi pribadi walaupun memiliki *self-esteem* tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu menurut (Sheldon, 2013) perempuan memang cenderung lebih aktif dalam mengungkapkan diri mereka tetapi lebih selektif dalam memilih audiens dan isi yang akan disampaikan saat mengungkapkan dirinya. Perempuan dewasa awal lebih mengatur impresi karena mendapatkan ekspektasi yang lebih tinggi dari lingkungan sosialnya (Rose dkk., 2012), sehingga sesuai dengan dalam penelitian ini yaitu, lebih banyak perempuan memilih menggunakan *second account* secara sadar (2.81) dan jujur (2.90) dengan tetap menampilkan sisi positif (2.91) meskipun audiensi yang berbeda.

Jumlah partisipan terbanyak berusia dewasa awal dari usia 18-25 dengan mayoritas

berusia 21 tahun. Individu yang berusia 21 tahun berada di tengah-tengah fase perkembangan menjadi dewasa sehingga memiliki kecenderungan yang tinggi untuk menggunakan *second account* sebagai tempat *self-disclosure* lebih pribadi karena pada fase ini seseorang mengalami berbagai transisi penting dalam waktu bersamaan. Menurut Arnett (2000) seseorang yang berusia 18-25 tahun disebut sebagai "*emerging adulthood*" yang merupakan masa seseorang mencoba berbagai peran profesional sebelum berkomitmen secara lebih permanen di identitas dewasa sehingga *second account* dapat membantu memfasilitasi untuk membentuk ruang untuk eksplorasi diri tanpa takut konsekuensi sosial. Citra profesional ini menghambat ekspresi diri yang lebih intim dan emosional sehingga *second account* dapat menjadi solusi bagi dilema ini dengan keterbukaan yang lebih bebas dengan orang-orang yang terasa lebih terpercaya (Utz & Kramer, 2009)

Berdasarkan dalam penelitian ini mengemukakan bahwa penilaian aspek *self-competence* lebih tinggi. Hal ini membuktikan bahwa seseorang yang memiliki pemahaman tentang kapasitas dirinya, termasuk keyakinan kuat pada kemampuan diri dan memiliki kontrol diri yang baik, cenderung lebih selektif dalam melakukan *self-disclosure*. Mereka dapat lebih mudah untuk mengatur dengan bijak informasi yang perlu diungkapkan dan informasi yang lebih baik disimpan untuk diri sendiri. Individu yang memiliki *self-competence* tinggi tidak akan merasa terdorong untuk mencari validitas dari pihak eksternal seperti, pengungkapan diri berlebihan karena mereka memiliki keyakinan internal yang kuat terhadap kemampuan diri sendiri. Maka dari itu, seseorang akan lebih mengetahui batasan pada dirinya dan tidak berusaha mendapat pengakuan dari pihak lain dengan perilaku *self-disclosure* yang berlebihan.

Tidak bisa dipungkiri terdapat keterbatasan lainnya yang mempengaruhi hasil yang diperoleh. Keterbatasan lainnya yakni, kemungkinan adanya bias respon dari partisipan yang mengisi kuesioner. Beberapa alasan yang memungkinkan bias respon bisa terjadi karena ketidakseriusan saat mengisi, terburu-buru saat mengisi sehingga tidak sempat membaca dengan baik sebelum mengisi kuesioner. Metode yang digunakan tergantung pada niat, kejujuran, dan ketelitian dalam membaca serta pemahaman yang baik untuk mengisi setiap aitem yang ada. Selain itu, belum ada penelitian terdahulu yang mengatakan jumlah populasi pasti dari pengguna *second account* Instagram di dunia maupun di Indonesia sehingga *sampling* yang digunakan kurang merepresentasikan populasi. .

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram di usia dewasa awal dengan nilai signifikansi 0,759 ( $p>0,05$ ). Hasil analisis korelasi ini mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat *self-esteem* akan semakin menekan perilaku *self-disclosure* yang berada di kategori sedang pada dewasa awal yang menggunakan *second account* Instagram. Temuan ini mengindikasikan meskipun *self-esteem* dianggap mempengaruhi seseorang melakukan *self-disclosure* tetapi terdapat faktor-faktor lain yang mungkin memberikan pengaruh lebih besar dalam konteks penggunaan *second account* Instagram yang berusia dewasa awal.

### Saran

Terdapat beberapa saran untuk penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi individu untuk menilai situasi sosial dan informasi yang akan dibagikan sebelum melakukan self-disclosure serta mencari keseimbangan antara privasi dan keterbukaan sesuai dengan kebutuhan pribadi.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk bisa lebih memperluas faktor-faktor internal maupun eksternal lainnya yang berhubungan dengan *self-disclosure* dalam ranah psikologi maupun di luar itu. Selain itu, bisa memperdalam hubungan *self-esteem* dengan *self-disclosure* dari berbagai wilayah dan berbagai tingkat usia lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Annur, C. M. (2021). Ada 91 juta pengguna Instagram di Indonesia, mayoritas usia berapa? databox. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- [2] Andrian, B., Endang SM, A., & Octaviani, V. (2022). Self Disclosure Analysis of Second Instagram Account Users Among Students of Dehasen University Bengkulu. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 2(1), 55–60. <https://doi.org/10.53697/iso.v2i1.658>
- [3] Baruh, L., & Cemalclar, Z. (2018). When more is more? The impact of breadth and depth of information disclosure on attributional confidence about and interpersonal attraction to a social network site profile owner. *Cyberpsychology*, 12(1). <https://doi.org/10.5817/CP2018-1-1>
- [4] Bilqis, T. D., Alfiani, M. R., Gayatri, F. A., & Cuhandi. (2024). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.62180/914e5g76>
- [5] Budiani, A. N., Fauzi, F., Bantar, G. Y., & Vioga, M. (2023). Gambaran Self disclosure Pengguna Second account Instagram ( Studi Fenomenologi Self disclosure Pengguna Second account Instagram Pada Dewasa Awal ). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17238–17243.
- [6] Duffy, B. E., & Chan, N. K. (2019). “You never really know who’s looking”: Imagined surveillance across social media platforms. *New Media and Society*, 21(1), 119–138. <https://doi.org/10.1177/1461444818791318>
- [7] Yonatan, A. Z. (2023) Pengguna Instagram berdasarkan rentang usia. GoodStats. Retrived from <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>
- [8] Emeraldien, F. Z., Diva, A. A., & Khelsea, Y. O. (2019). The Use of Finstagram as A Platform for Self-Disclosure. *Jurnal Ilmu Kmunikasi*, 2(2), 85–96.
- [9] Harti, M., Syukri, M., & Mahidin. (2024). *Upaya Layanan Bimbingan Kelompok Terhadap Self Esteem Siswa Di Man 3 Langkat*. 2(1), 62–68.
- [10] Hasibuan, W. L., & Azhar, A. A. (2022). Penggunaan Second Account Instagram Sebagai Self Disclosure Di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.29303/jimakom.v3i1.40>
- [11] Hidayah, C. N., Harahap, S., & Rozi, F. (2022). Komunikasi Interpersonal dalam Dimensi

- Slef Disclosure pada Santri di Pondok Pesantren Mini Al-Falah. *Jurnal Macsilex*, 01(02), 72–81.
- [12] Jati, P. P., & Mardi Rahayu, M. N. (2023). Intimate Friendship and Self Disclosure on Early Adult Instagram Second Account Users. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(3), 436. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v11i3.11302>
- [13] Kang, J., & Wei, L. (2020). Let me be at my funniest: Instagram users' motivations for using Finsta (a.k.a., fake Instagram). *Social Science Journal*, 57(1), 58–71. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.12.005>
- [14] Lase, C. C., Kristinawati, W., Astikasari, H., & Murti, S. (2024). *Exploring the Impact of Self-Esteem on Online Self-Disclosure of Second Account Users on Instagram : Trust as a Mediator*. 5(2), 1–10.
- [15] Lestari, D., Nolanda, S., Alfi, N., Furau'ki, F., & Nurrahmawati, D. (2021). Perilaku Self Disclosure Mahasiswa Kota Bandung Melalui Instagram (Bandung Student's Self Disclosure Behavior Through on Instagram). *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1), 67–71.
- [16] Luo, M., & Hancock, J. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110–115. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- [17] Malonda, A. V., Samratson, J., Sinolungan, V., Edmay, L., David, V., Studi, P., Dokter, P., Kedokteran, F., & Ratulangi, U. S. (2025). *Gambaran Self-Disclosure pada Mahasiswa Kedokteran Pengguna Instagram di Sulawesi Utara*. 2, 1–14.
- [18] Meisyah, S., & Cahyanti, I. (2022). Berajah Journal Pengaruh Parent Attachment Terhadap Self-Esteem Remaja Yang Orangtuanya Bercerai The Effect Of Parent Attachment On Self-Esteem Of Adolescents With Divorced Parents. *Berajah Journal*, 2, 642. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i3.141>
- [19] Muttaqien, A. F., Hibatullah, F., & Wulandari, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Pengungkapan Diri. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(3), 370–375. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.396>
- [20] Nabillah, N., & Hanurawan, F. (2022). Association Between Self-esteem and Self-disclosure in Female University Students as Second Instagram Account Users in Malang. *KnE Social Sciences*, 2022(ICoPsy), 270–282. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i18.12393>
- [21] Nur'Aeni, N., & Ambarwati, L. R. (2021). The Relationship between Self-Adjustment and Self-Esteem with Self-Disclosure in Adolescents. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 2, 129–132. <https://doi.org/10.30595/pssh.v2i.116>
- [22] Oktaviani, R., Kholili, M. I., & Susilo, A. T. (2022). Hambatan Keterbukaan Diri dengan Teman Sebaya: Studi Kasus Dua Siswa SMK. *Jurnal Psikoedukasi Dan Konseling*, 4(2), 52. <https://doi.org/10.20961/jpk.v4i2.46748>
- [23] Omarzu, J. (2000). A disclosure decision model: Determining how and when individuals will self-disclose. *Personality and Social Psychology Review*, 4(2), 174–185. [https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0402\\_05](https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0402_05)
- [24] Pathak, S. (2012). Parental monitoring and Self-disclosure of Adolescents. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 5(2), 1–5. <https://doi.org/10.9790/0837-0520105>
- [25] Pratiwi, S. (n.d.). *Peran Self-Esteem dalam Membentuk Kepercayaan Diri Remaja di Era Digital*. 1–9.

- [26] 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>
- [27] Purba, A. T. L., & Hasibuan, A. P. (2023). The correlation between self-esteem and self-disclosure in students on instagram. *Jurnal Scientia*, 12(01), 627–630.
- [28] Putri, J. E., Suhaili, N., Marjohan, M., Ifdil, I., & Afdal, A. (2022). Konsep self esteem pada wanita dewasa awal yang mengalami perceraian. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 8(1), 20. <https://doi.org/10.29210/1202221495>
- [29] Rose, J., Mackey-Kallis, S., Shyles, L., Barry, K., Biagini, D., Hart, C., & Jack, L. (2012). Face it: The Impact of Gender on Social Media Images. *Communication Quarterly*, 60(5), 588–607. <https://doi.org/10.1080/01463373.2012.725005>
- [30] Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. *Society and the Adolescent Self-Image*, 1–326. <https://doi.org/10.2307/2575639>
- [31] Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup)* Jakarta: Erlangga.
- [32] Salsa, A. B., Jumaini, J., & Sari, T. H. (2024). Hubungan Self Esteem dengan Self Disclosure pada Mahasiswa Pengguna Second Account Instagram. 4(4), 3502–3509.
- [33] Selfilia Arum, K., & Eva, N. (2022). Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 10–20. <https://doi.org/10.29080/jpp.v13i1.697>
- [34] Sheldon, P. (2013). Examining Gender Differences in Self-Disclosure on Facebook Versus Face-to-Face. *The Journal of Social Media in Society*, 2(1), 88–105.
- [35] Siregar, G. A. N., & Andriani, I. (2022). Trust Dan Self-Disclosure Pada Remaja Pengguna Instagram. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 1(4), 183–191. <https://doi.org/10.35760/arjwa.2022.v1i4.7310>
- [36] Tombeng, E. M., & Yuwono, E. satyo. (2022). Keterkaitan Self-Esteem Dengan Fear Of Missing Out (FOMO) Pada JMS Youth Yang Menggunakan Media Sosial Edo. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2015), 1349–1358. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/14202>
- [37] Utomo, W. P. B., & Laksmiwati, H. (2019). Hubungan Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Siswa-siswi Pengguna Jejaring Sosial Instagram di SMA Negeri 1 Gedangan Hubungan Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Siswa-siswi Pengguna Jejaring Sosial Instagram di SMA Negeri 1 Gedangan. *Character : Jurnal Psikologi*, 06(01), 1–5.
- [38] Utz, S., & Kramer, N. C. (2009). The privacy paradox on social network sites revisited : The role of individual characteristics and group norms. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(2), 1–12.
- [39] Wheelless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and Measurement of Reported Self-Disclosure. *Human Communication Research*, 2(4), 338–346. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1976.tb00494.x>
- [40] Yunita, S. A., Mei, R., & Malau, U. (2023). Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Pada Remaja Dewasa Perempuan Terhadap Lawan Jenis. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 6(1).