

**ANALISIS SELF-DISCLOSURE GEN Z PADA CLOSE FRIEND INSTAGRAM:  
STUDI RUANG PRIVAT DI MEDIA SOSIAL**

Amelia Fardianti<sup>1</sup>, Tuti Bahfiarti<sup>2</sup>, Indrayanti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Hasanuddin

Alamat e-mail : [fardiantia24e@student.unhas.ac.id](mailto:fardiantia24e@student.unhas.ac.id)<sup>1</sup>, [tutibahfiarti@unhas.ac.id](mailto:tutibahfiarti@unhas.ac.id)<sup>2</sup>,  
[Indrayanti@unhas.ac.id](mailto:Indrayanti@unhas.ac.id)<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*The development of social media has changed the way the younger generation builds social relationships and expresses themselves. One of the most widely used features is close friends on Instagram, which allows users to create semi-public private spaces to share more personal things. This study focuses on the self-disclosure patterns of Generation Z aged 18–25 years through the use of these features, emphasizing the reasons for self-disclosure, audience selectivity strategies, and the consequences caused. The research method uses a qualitative approach with in-depth interview techniques with a number of informants from generation Z aged 18–25 years. The data were analyzed thematically to identify the patterns, meanings, and dynamics of self-openness in a digital context. The results of the study show that the close friend feature is interpreted by Generation Z as a safe space to vent, express emotions, channel humor, and seek social validation without having to worry about being seen by a wide audience. Audience selectivity is the main strategy, where informants only select certain individuals who are considered trustworthy. The conclusion of the study is that close friends function as a private space on social media for Generation Z aged 18–25 years, but the self-openness that occurs is still negotiated between the need to maintain privacy and the urge to build social relationships.*

*Keywords: Self-Disclosure, Gen Z, Close Friend, Instagram, Privacy*

**ABSTRAK**

Perkembangan media sosial telah mengubah cara generasi muda dalam membangun relasi sosial dan mengekspresikan diri. Salah satu fitur yang banyak dimanfaatkan adalah *close friend* pada Instagram, yang memungkinkan pengguna menciptakan ruang privat semi-publik untuk berbagi hal-hal yang lebih personal.

Penelitian ini berfokus pada pola *self-disclosure* generasi Z berusia 18–25 tahun melalui penggunaan fitur tersebut, dengan menekankan alasan keterbukaan diri, strategi selektivitas audiens, serta konsekuensi yang ditimbulkan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap sejumlah informan dari kalangan generasi Z berusia 18–25 tahun. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, makna, dan dinamika keterbukaan diri dalam konteks digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur *close friend* dimaknai oleh generasi Z sebagai ruang aman untuk curhat, mengekspresikan emosi, menyalurkan humor, hingga mencari validasi sosial tanpa harus khawatir dilihat oleh audiens luas. Selektivitas audiens menjadi strategi utama, di mana informan hanya memilih individu tertentu yang dianggap dapat dipercaya. Kesimpulan dari penelitian bahwa *close friend* berfungsi sebagai ruang privat di media sosial bagi generasi Z berusia 18–25 tahun, tetapi keterbukaan diri yang terjadi tetap dinegosiasikan antara kebutuhan menjaga privasi dan dorongan membangun hubungan sosial.

Kata kunci: Self-Disclosure, Gen Z, Close Friend, Instagram, Privasi

### **A. Pendahuluan**

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di Indonesia, dengan lebih dari 108 juta pengguna aktif pada April 2025, menjadikannya sebagai negara pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia (Herwandito et al., 2021; Петцова, 2021). Platform ini menyediakan berbagai fitur interaktif seperti *feed*, *stories*, dan *close friend*, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten dan mengatur tingkat akses audiens terhadap informasi yang dibagikan (Brahmana et al., 2024). Seiring dengan meningkatnya

penetrasi internet dan penggunaan smartphone, Instagram menjadi medium penting bagi generasi Z untuk membangun identitas, mempertahankan relasi sosial, dan mengekspresikan diri secara kreatif.

Konsep ruang privat dan publik mengalami transformasi. Media sosial menghadirkan kondisi unik di mana ruang publik dan privat tidak lagi sepenuhnya terpisah secara fisik, tetapi dapat dikonstruksi secara digital (Purnamasari et al., 2025; Петцова, 2021). Pengguna dapat mengatur siapa yang dapat melihat konten

tertentu, menciptakan ruang privat virtual yang bersifat selektif. Fitur *close friend* pada Instagram merupakan contoh nyata dari strategi ini, di mana individu memilih kelompok terbatas untuk berbagi informasi pribadi, sehingga menciptakan semacam ruang privat di dalam platform public (Agustinus et al., 2025).

Self-disclosure, atau pembukaan diri, menjadi salah satu aspek penting dalam interaksi sosial di media sosial (Faidlatul Habibah et al., 2021). Teori penetrasi sosial yang dikemukakan oleh Altman dan Taylor (1973) menjelaskan bahwa pengungkapan diri merupakan proses bertahap, mulai dari informasi yang bersifat superfisial hingga yang lebih intim, yang berfungsi untuk membangun kedekatan interpersonal (Herna & Sari, 2023; Ningrum et al., 2025). Dalam konteks digital, self-disclosure tidak hanya mencakup konten verbal, tetapi juga visual, seperti foto, video, dan *story* yang dapat disesuaikan aksesnya melalui fitur privasi.

Fenomena generasi Z yang tumbuh bersama teknologi digital menunjukkan karakteristik unik dalam melakukan self-disclosure (Siahaan,

2025; Sriwahyuni & Seprina, 2024). Mereka cenderung menggunakan media sosial untuk mengekspresikan identitas personal, berbagi pengalaman sehari-hari, dan mencari validasi sosial dari kelompok terpilih (Syaifa Tania, 2022). Fitur *close friend* memungkinkan Gen Z untuk menyeimbangkan kebutuhan akan keterbukaan dan perlindungan privasi, sehingga interaksi yang terjadi di ruang ini bersifat lebih intim dibandingkan dengan konten publik.

Meski demikian, penelitian mengenai perilaku self-disclosure di ruang privat digital, khususnya *close friend*, masih terbatas (Nanda & Asih, 2025). Sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak menyoroti interaksi di media sosial secara umum atau pada konten publik, tanpa menelusuri bagaimana individu mengelola informasi pribadi dalam kelompok terbatas (Damastuti, 2024). Padahal, pemahaman terhadap pola ini penting untuk mengkaji strategi pengelolaan identitas dan hubungan interpersonal dalam konteks digital, serta implikasinya terhadap literasi privasi dan keamanan data.

Keterbatasan riset yang ada juga menyisakan pertanyaan mendasar

mengenai bagaimana generasi Z menyeimbangkan kebutuhan untuk mengekspresikan diri dengan keinginan menjaga privasi (Gultom & Rohani, 2024). Di satu sisi, *close friend* memberi ruang aman untuk berbagi hal-hal yang bersifat emosional, personal, maupun spontan di sisi lain, tidak dapat dipungkiri adanya potensi risiko seperti kebocoran informasi, penyalahgunaan konten, atau ketidakcocokan persepsi antara pengirim dan penerima pesan (Sar, Wulan Purnama, Sinta Paramita, 2022). Kondisi ini menunjukkan adanya dilema antara kebutuhan keterbukaan dan perlindungan privasi yang layak diteliti lebih jauh.

Selain itu, studi mengenai *close friend* juga penting untuk melihat bagaimana praktik selektivitas audiens dilakukan oleh Gen Z (Suryani & Wiryadigda, 2022). Pemilihan siapa yang masuk dalam lingkaran *close friend* merepresentasikan strategi komunikasi interpersonal yang unik, karena individu harus menentukan kriteria kepercayaan, kedekatan emosional, serta kemungkinan respon audiens (El et al., 2022). Dengan demikian, riset ini tidak hanya

menambah pemahaman mengenai dinamika self-disclosure di media sosial, tetapi juga memperluas diskusi tentang bagaimana ruang privat digital dikonstruksi dan dimaknai oleh penggunanya.

Dengan memahami bagaimana Gen Z melakukan self-disclosure pada fitur *close friend*, dapat diidentifikasi pola selektivitas audiens, motivasi berbagi informasi, dan strategi menjaga privasi sambil tetap membangun relasi sosial. Fenomena ini menghadirkan beberapa persoalan yang menjadi fokus kajian, antara lain: bagaimana Gen Z memilih konten yang dibagikan, alasan mereka membuka diri melalui *close friend* (misalnya untuk curhat, mengekspresikan diri, humor, atau emosi), bagaimana selektivitas audiens diterapkan, serta konsekuensi dari pengungkapan tersebut, termasuk rasa aman sekaligus risiko kebocoran privasi. Analisis terhadap pola-pola ini akan dikaitkan dengan teori self-disclosure (Altman & Taylor, 1973) dan penelitian terdahulu mengenai ruang privat digital, sehingga dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika interaksi digital yang bersifat

privat di tengah platform yang bersifat publik.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Teori Self-Disclosure**

Self-disclosure atau pengungkapan diri merupakan konsep kunci dalam kajian komunikasi interpersonal. Altman dan Taylor (1973) melalui *Social Penetration Theory* menjelaskan bahwa hubungan antarindividu berkembang seiring dengan tingkat kedalaman pengungkapan diri (Alamsyah et al., 2025). Proses ini digambarkan melalui metafora lapisan bawang, di mana individu secara bertahap membuka informasi mulai dari aspek yang paling superfisial, seperti kesukaan atau hobi, menuju lapisan yang lebih dalam yang mencakup nilai, keyakinan, hingga emosi pribadi (Nolanda et al., 2021). Dengan demikian, self-disclosure menjadi instrumen penting untuk membangun keintiman, kepercayaan, serta keterikatan dalam relasi sosial.

Self-disclosure tidak lagi terbatas pada komunikasi tatap muka, melainkan juga terjadi melalui pesan

tertulis, unggahan gambar, maupun konten audiovisual (Alamsyah et al., 2025). Joinson (2001) menunjukkan bahwa komunikasi berbasis komputer cenderung meningkatkan keberanian individu untuk melakukan pengungkapan diri, karena sifat asinkron, jarak psikologis, dan fleksibilitas dalam mengontrol informasi. Hal ini juga berlaku bagi generasi Z, yang cenderung mengungkapkan sisi personal melalui fitur-fitur media sosial yang dianggap lebih privat, salah satunya adalah *close friend* di Instagram (Apriyanti et al., 2024).

Lebih lanjut, self-disclosure memiliki dimensi motivasional yang beragam. Individu dapat membuka diri untuk memperoleh dukungan emosional, membangun citra diri, atau sekadar mencari hiburan (Al Azis & Irwansyah, 2021). Namun, pengungkapan diri juga mengandung risiko, seperti salah tafsir, kebocoran informasi, hingga potensi penyalahgunaan data. Oleh karena itu, self-disclosure dalam ruang digital sering kali diiringi dengan strategi pengelolaan privasi, yang menjadi titik temu dengan teori privasi komunikasi.

Teori self-disclosure tidak hanya relevan untuk menjelaskan proses interpersonal tradisional, tetapi juga dapat diaplikasikan dalam menganalisis perilaku generasi Z di ruang digital (Bilqis et al., 2024). Melalui kacamata teori ini, penelitian mengenai penggunaan fitur *close friend* dapat memperlihatkan sejauh mana keterbukaan diri dimaknai ulang ketika berpindah dari ruang tatap muka ke ruang maya yang semi-privat.

## **2. Teori Privasi Komunikasi**

Teori privasi komunikasi yang paling berpengaruh adalah *Communication Privacy Management Theory* (CPM) yang dikembangkan oleh Sandra Petronio (2002). Teori ini menekankan bahwa individu adalah “pemilik” informasi pribadi mereka, dan berhak menentukan aturan mengenai siapa yang dapat mengakses informasi tersebut (Yusuf et al., 2022). Ketika informasi dibagikan, kepemilikan informasi tidak sepenuhnya hilang, tetapi bergeser menjadi kepemilikan bersama (*co-ownership*) yang dikelola melalui aturan komunikasi yang disepakati, baik secara eksplisit maupun implisit.

Dalam ranah media sosial, CPM menjadi sangat relevan karena pengguna terus-menerus dihadapkan pada keputusan mengenai apa yang akan dibagikan, kepada siapa, dan sejauh mana audiens dapat mengakses informasi tersebut (Rahmadhan et al., 2024). Fitur *close friend* di Instagram, misalnya, dapat dipahami sebagai bentuk mekanisme pengelolaan privasi, di mana pengguna secara selektif menetapkan siapa saja yang dianggap layak untuk mengakses konten tertentu. Selektivitas ini menunjukkan adanya strategi *boundary management*, yakni bagaimana batas antara informasi privat dan publik dikonstruksi (Rahma Hidayati & Irwansyah, 2021).

CPM juga menyoroti adanya potensi konflik ketika aturan privasi tidak dipatuhi oleh pihak lain (Angelina & Aprilia, 2022). Dalam konteks *close friend*, meskipun konten hanya dibagikan kepada audiens terpilih, risiko kebocoran tetap ada apabila anggota audiens menyebarkan informasi ke pihak luar. Situasi ini menggambarkan keterbatasan kontrol individu

terhadap informasi pribadinya setelah ia memilih untuk mengungkapkan diri (Azzahra et al., 2022). Dengan demikian, pengelolaan privasi bukan hanya soal memilih audiens, tetapi juga tentang mengantisipasi konsekuensi dari berbagi informasi.

Menggunakan perspektif CPM, penelitian ini dapat menguraikan bagaimana Gen Z menegosiasikan batas antara keterbukaan dan kerahasiaan dalam ruang digital. Pemahaman ini penting karena menunjukkan dinamika unik antara kebutuhan keterbukaan diri dengan keharusan menjaga privasi, yang menjadi ciri khas interaksi di media sosial kontemporer.

### **3. Literatur Empiris mengenai Generasi Z dalam Konteks Media Sosial**

Generasi Z, yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai *digital natives* yang tumbuh seiring perkembangan internet dan media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z memiliki preferensi tinggi terhadap platform visual-interaktif seperti Instagram dan TikTok (Monica Hartono et al.,

2022). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas, ekspresi diri, serta pencarian pengakuan sosial.

Studi oleh Livingstone (2008) menemukan bahwa remaja memanfaatkan media sosial untuk mengambil peluang dalam berekspresi, meskipun berisiko membuka akses pada ranah privat. Sementara itu, Valkenburg dan Peter (2019) menyoroti bahwa penggunaan media sosial pada remaja dan generasi muda sering kali berorientasi pada pembangunan hubungan sosial yang bermakna, tetapi diiringi dengan tantangan seperti cyberbullying, kecemasan sosial, dan kerentanan privasi.

Beberapa penelitian di Indonesia juga menegaskan bahwa Gen Z cenderung lebih aktif dalam melakukan self-disclosure di media sosial (Fitriana, 2024; Zaenudin & Harto, 2024). Hal ini terkait dengan kebutuhan untuk membangun citra diri dan mendapatkan validasi dalam bentuk komentar atau *likes*. Namun, fenomena ini sering kali berhadapan dengan kekhawatiran akan privasi. Fitur *close friend* muncul sebagai

solusi, karena memungkinkan mereka membatasi audiens dan menciptakan ruang aman untuk berbagi hal-hal yang dianggap terlalu sensitif untuk konsumsi publik. Studi-studi sebelumnya memberikan gambaran bahwa meskipun Gen Z sangat terbuka dalam penggunaan media sosial, terdapat kecenderungan untuk mencari ruang privat digital (Wiyono et al., 2025). Celah penelitian inilah yang mendasari pentingnya menelaah secara lebih spesifik bagaimana fitur *close friend* digunakan sebagai wadah self-disclosure yang lebih intim.

#### **4. Konsep Ruang Privat Digital**

Konsep ruang privat digital berkembang seiring dengan transformasi interaksi manusia dari dunia fisik ke dunia maya (Septiyani et al., 2022). Jika dalam ruang sosial konvensional, batas antara publik dan privat relatif jelas, maka dalam konteks media sosial batas tersebut menjadi kabur. Marwick dan boyd (2014) menyebut fenomena ini sebagai "*context collapse*", yakni situasi ketika audiens yang beragam bercampur dalam satu ruang digital, sehingga individu sulit

menyesuaikan pesan sesuai dengan konteks yang berbeda.

Cara mengatasi persoalan tersebut, pengguna media sosial mengembangkan strategi ruang privat digital dengan cara mengatur audiens. Fitur seperti *close friend* di Instagram atau *private account* menjadi contoh bagaimana ruang privat digital dikonstruksi secara teknologi sekaligus sosial (Wahyudi & Nugroho, 2022). Ruang privat digital ini bukan berarti sepenuhnya aman, tetapi lebih bersifat semi-privat, di mana individu hanya merasa lebih leluasa karena audiens yang terlibat terbatas dan terpilih (Sarwoko, 2022).

Ruang privat digital juga memiliki implikasi terhadap pembentukan identitas (Candika et al., 2025). Di satu sisi, ia memberikan kebebasan untuk menampilkan diri secara lebih otentik, karena audiens terdiri dari orang-orang yang dipercaya. Namun, di sisi lain, keberadaan audiens tetap memunculkan tekanan sosial tertentu, sehingga self-disclosure tetap dipengaruhi oleh norma dan ekspektasi kelompok. Dengan kata lain, ruang privat digital merupakan

hasil negosiasi terus-menerus antara keterbukaan diri, kontrol privasi, dan dinamika sosial.

Melalui pemahaman tentang ruang privat digital penelitian ini dapat menegaskan bahwa *close friend* bukan sekadar fitur teknis, tetapi juga arena sosial tempat generasi Z mengatur batas antara privasi dan keterbukaan (Desideria & Syaki, 2023). Hal ini memperkuat argumen bahwa self-disclosure di media sosial harus dilihat bukan hanya sebagai tindakan individual, tetapi juga sebagai praktik sosial yang dipengaruhi oleh teknologi, norma, dan relasi antarindividu.

### **C. Metodologi**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif generasi Z dalam menggunakan fitur *close friend* di Instagram sebagai ruang privat digital (Sugiyono, 2019). Pendekatan ini dipilih karena fenomenologi berupaya menggali makna di balik pengalaman hidup individu, sehingga sesuai untuk mengkaji pola *self-disclosure* yang dilakukan dalam

ruang terbatas dan privat di media sosial.

Subjek penelitian adalah generasi Z berusia 18–25 tahun yang merupakan pengguna aktif Instagram sekaligus memanfaatkan fitur *close friend*. Partisipan dipilih dengan teknik *purposive sampling*, yakni mereka yang memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian (Abdussamad, 2021). Wawancara semi-terstruktur digunakan sebagai teknik utama pengumpulan data, dengan pedoman wawancara yang mencakup motivasi berbagi informasi, jenis konten yang dibagikan, serta strategi selektivitas audiens dalam menjaga privasi.

Data yang diperoleh dianalisis dengan metode coding tematik yang meliputi tahap *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Analisis mengikuti model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas, penelitian ini menggunakan teknik *triangulasi sumber* dan *member checking*, sehingga temuan yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara akademis

#### D. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara semi-terstruktur dengan 15 informan Generasi Z (usia 18–25 tahun) yang aktif menggunakan fitur *Close Friend* Instagram, diperoleh data kualitatif yang kemudian ditranskrip, dikoding, dan dianalisis menggunakan pendekatan tematik. Dari proses tersebut, muncul tiga pola utama dalam praktik *self-disclosure*, yaitu alasan membuka diri, selektivitas

audiens, serta konsekuensi yang dirasakan dalam penggunaan fitur *Close Friend*. Pola ini menggambarkan bagaimana Generasi Z mengelola ruang privat digital di tengah platform yang pada dasarnya bersifat publik.

Untuk memberikan gambaran ringkas sebelum uraian lebih mendalam, temuan-temuan tersebut dirangkum dalam Tabel 1 berikut

**Tabel 1. Pola Self-Disclosure Gen Z pada Fitur Close Friend Instagram**

<b>Aspek</b>	<b>Temuan Utama</b>	<b>Contoh Ucapan Informan</b>
<b>Alasan membuka diri</b>	Dominan untuk curhat pribadi, ekspresi diri melalui humor, dan berbagi momen emosional.	“Aku biasanya cerita hal-hal yang nggak enak biar lega, tapi cuma ke CF biar nggak semua orang tahu.”
<b>Selektivitas audiens</b>	Audiens terbatas pada lingkaran pertemanan dekat, biasanya 10–30 orang, yang dianggap bisa dipercaya.	“Yang masuk CF itu cuma teman dekat yang ngerti aku, nggak semua follower.”
<b>Konsekuensi</b>	Rasa aman lebih tinggi, tetapi tetap ada kekhawatiran akan <i>screenshot</i> atau kebocoran informasi.	“Pernah ada juga yang aku nggak sangka malah nyebarin, jadi sekarang lebih hati-hati.”

Untuk memperdalam pemahaman terhadap data, setiap aspek hasil penelitian diuraikan

secara terperinci melalui empat subbab, yaitu Pola Self-Disclosure Gen Z pada Fitur Close Friend, Alasan

Membuka Diri, Selektivitas Audiens, dan Konsekuensi: Rasa Aman dan Risiko Bocornya Privasi

### **Pola Self-Disclosure Gen Z pada Fitur Close Friend**

Berdasarkan hasil wawancara semi-terstruktur dengan partisipan yang berusia 18–25 tahun dan aktif menggunakan fitur *close friend* di Instagram, ditemukan pola bahwa generasi Z cenderung menggunakan ruang privat digital ini untuk menyalurkan ekspresi personal yang tidak mereka bagikan di ruang publik. Konten yang dibagikan meliputi hal-hal sehari-hari yang bersifat personal, perasaan emosional, hingga ungkapan humor yang dianggap lebih pantas dikonsumsi oleh lingkaran pertemanan tertentu. Data kualitatif yang diperoleh menunjukkan konsistensi bahwa *close friend* menjadi medium alternatif untuk mengekspresikan identitas diri secara lebih autentik.

Fenomena ini memperlihatkan adanya kecenderungan generasi Z dalam mengelola identitas digital melalui dua ruang berbeda, yaitu ruang publik (feed dan story biasa) dan ruang privat (*close friend*). Dalam

feed atau story terbuka, partisipan cenderung membagikan konten yang lebih terkurasi untuk menjaga citra sosial, sedangkan pada *close friend* mereka menampilkan sisi personal yang lebih jujur dan emosional. Hal ini mendukung konsep Altman & Taylor (1973) dalam teori penetrasi sosial yang menegaskan bahwa *self-disclosure* bersifat gradual, semakin dalam seiring meningkatnya tingkat kepercayaan dengan audiens.

Pola ini juga dapat dipahami sebagai bentuk respon adaptif terhadap fenomena *context collapse* di media sosial, yakni ketika berbagai lapisan audiens (teman, keluarga, kolega) bercampur dalam satu ruang publik. Untuk menghindari konsekuensi negatif dari keterbukaan diri yang tidak tepat sasaran, Gen Z memilih memanfaatkan fitur *close friend* sebagai mekanisme pengelolaan privasi. Temuan ini sejalan dengan studi Marwick & boyd (2014) yang menemukan bahwa remaja dan pemuda menggunakan berbagai strategi teknis maupun sosial untuk memisahkan audiens dalam menjaga identitas daring mereka.

*Close friend* tidak hanya berfungsi sebagai fitur tambahan,

tetapi telah membentuk pola komunikasi baru yang lebih selektif, adaptif, dan strategis. Ini menjadi indikator bahwa generasi Z semakin sadar akan pentingnya memisahkan ranah privat dan publik dalam media sosial, meskipun batas keduanya tetap bersifat cair. Temuan ini juga menegaskan perlunya penelitian lebih lanjut tentang bagaimana ruang privat digital diciptakan, dinegosiasikan, dan dipertahankan oleh pengguna muda di era media sosial.

### **Alasan Membuka Diri: Curhat, Ekspresi Diri, Humor, dan Emosional**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat alasan utama mengapa partisipan memilih membuka diri melalui fitur *close friend*. Pertama, sebagai sarana “curhat” atau meluapkan perasaan yang tidak dapat diungkapkan secara langsung di dunia nyata maupun ruang publik digital. Kedua, sebagai bentuk ekspresi diri yang lebih autentik tanpa harus mempertimbangkan norma sosial yang melekat di akun publik. Ketiga, *close friend* menjadi ruang berbagi humor, ironi, dan konten ringan yang dianggap lebih tepat untuk konsumsi lingkaran dekat.

Keempat, sebagai wadah untuk mengekspresikan kondisi emosional, baik berupa stres, kesedihan, maupun kebahagiaan personal.

Fenomena ini dapat dipahami melalui kerangka teori *uses and gratifications*, yang menyatakan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan spesifik, termasuk kebutuhan emosional dan sosial. Generasi Z, dengan karakteristiknya yang digital-native, melihat *close friend* sebagai sarana yang lebih aman untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibanding ruang publik. Penelitian sebelumnya oleh Valkenburg & Peter (2019) juga menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam *emotional disclosure* remaja, yang berdampak pada kesehatan psikologis dan kualitas hubungan sosial mereka.

Selain itu, temuan ini menegaskan perbedaan signifikan antara *self-disclosure* di ruang publik dan privat. Di ruang publik, ekspresi diri cenderung bersifat “curated self”, yaitu menampilkan versi terbaik dari diri untuk menjaga citra. Sedangkan di ruang privat, ekspresi lebih mengarah pada “authentic self”, yaitu kejujuran terhadap kondisi psikologis dan sosial

yang sebenarnya. Dengan demikian, alasan membuka diri di *close friend* tidak hanya sekadar berbagi, tetapi juga sebagai upaya untuk menjaga keseimbangan identitas digital antara sisi publik dan privat.

Penggunaan *close friend* untuk curhat atau ekspresi emosional tetap menyimpan dilema. Beberapa partisipan menyatakan bahwa mereka masih memiliki rasa was-was bahwa konten pribadi dapat menimbulkan interpretasi negatif, bahkan dalam lingkaran dekat. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun fitur ini dimaknai sebagai ruang aman, keterbukaan diri tetap dilakukan dengan penuh perhitungan. Dengan kata lain, *close friend* menjadi bentuk keterbukaan yang bersyarat, di mana individu menimbang manfaat psikologis berbagi dengan risiko sosial yang mungkin timbul.

### **Selektivitas Audiens: Hanya Orang Tertentu**

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah adanya strategi selektivitas audiens yang dilakukan oleh partisipan dalam menentukan siapa yang berhak masuk ke dalam lingkaran *close friend*. Seleksi ini

umumnya didasarkan pada beberapa kriteria utama: tingkat kedekatan emosional, tingkat kepercayaan, kesamaan nilai, serta persepsi mengenai kemungkinan respons audiens. Dengan kata lain, masuk ke dalam daftar *close friend* bukan hanya soal hubungan pertemanan di dunia nyata, melainkan juga refleksi dari hubungan sosial yang dianggap signifikan.

Fenomena selektivitas audiens ini selaras dengan teori privasi komunikasi yang menekankan adanya proses negosiasi antara keterbukaan dan kerahasiaan. Generasi Z tidak membuka diri secara acak, melainkan melalui pengelolaan privasi yang cermat dengan memilih audiens tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* di ruang privat digital tetap berada dalam kerangka kontrol, meskipun lingkaran tersebut dianggap lebih aman dibanding ruang publik.

Penelitian terdahulu juga mendukung temuan ini. Menurut Litt (2012), salah satu tantangan utama dalam interaksi digital adalah pengelolaan audiens yang beragam. Dalam konteks ini, *close friend* memungkinkan generasi Z untuk mengurangi ketidakpastian audiens

dengan membatasi konten hanya pada kelompok tertentu. Dengan demikian, selektivitas audiens bukan hanya strategi teknis, tetapi juga strategi sosial dalam menjaga reputasi, identitas, dan hubungan interpersonal.

Namun, keterbatasan fitur ini juga perlu dicermati. Beberapa partisipan menyatakan bahwa seleksi audiens kadang menimbulkan rasa eksklusifitas berlebihan, bahkan memicu potensi konflik sosial jika diketahui seseorang tidak termasuk dalam daftar *close friend*. Hal ini menegaskan bahwa praktik selektivitas bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga mengandung implikasi sosial yang dapat memengaruhi dinamika hubungan antarindividu. Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan bahwa *close friend* menjadi arena di mana selektivitas audiens sekaligus memperkuat dan menguji hubungan interpersonal di kalangan generasi Z.

### **Konsekuensi: Rasa Aman dan Risiko Bocornya Privasi**

Temuan lain yang menarik adalah adanya paradoks dalam penggunaan *close friend*. Di satu sisi,

partisipan merasa lebih aman, bebas, dan leluasa mengekspresikan diri ketika berbagi dalam lingkaran terbatas. Rasa aman ini muncul karena adanya persepsi kontrol terhadap audiens yang dipilih. Namun, di sisi lain, partisipan menyadari adanya risiko bocornya privasi, baik karena ketidaksetiaan audiens maupun potensi tangkapan layar yang kemudian disebarluaskan di luar lingkaran.

Paradoks ini sejalan dengan pandangan Petronio dalam *Communication Privacy Management Theory*, yang menegaskan bahwa setiap keterbukaan informasi membawa potensi kerentanan karena batas privasi bersifat negosiasi dan tidak pernah absolut. Dengan kata lain, meskipun fitur *close friend* memberikan ilusi ruang privat, kendali penuh atas informasi tetap berada pada audiens yang menerima, bukan hanya pengirim.

Beberapa partisipan bahkan mengungkapkan pengalaman negatif, seperti kebocoran informasi pribadi atau munculnya gosip akibat konten yang mereka bagikan di *close friend*. Meskipun tidak selalu dialami semua pengguna, hal ini menunjukkan bahwa

risiko privasi tetap menjadi bagian inheren dari keterbukaan di ruang digital. Risiko tersebut memperkuat pandangan bahwa ruang privat digital sesungguhnya adalah ruang “semu”, di mana keamanan selalu bersifat relatif.

Pengalaman risiko ini tidak membuat partisipan berhenti menggunakan fitur *close friend*. Justru, sebagian besar mengembangkan strategi mitigasi, seperti semakin memperketat seleksi audiens, membatasi jenis konten yang dibagikan, atau menambahkan lapisan anonimitas dalam bentuk *inside jokes* yang hanya dipahami kelompok tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z memiliki kapasitas adaptif dalam menghadapi dilema antara kebutuhan keterbukaan dan perlindungan privasi.

Konsekuensi dari penggunaan *close friend* tidak bisa dilihat secara hitam-putih. Fitur ini memang memperluas ruang aman untuk *self-disclosure*, tetapi tetap menyisakan kerentanan. Diskusi ini menegaskan perlunya literasi digital yang lebih mendalam, agar generasi Z mampu mengelola keseimbangan antara

keterbukaan dan keamanan dalam praktik komunikasi digital mereka.

### **E. Implikasi**

Temuan penelitian ini secara teoretis memperkaya diskursus tentang *self-disclosure* di era digital dengan menunjukkan bahwa keterbukaan diri generasi Z tidak bisa dilepaskan dari konteks ruang privat yang diciptakan melalui fitur tertentu di media sosial. Hal ini memperluas kerangka teori penetrasi sosial Altman & Taylor, di mana keterbukaan tidak hanya bergantung pada kedekatan interpersonal, tetapi juga pada kemampuan teknologi menyediakan mekanisme selektivitas audiens. Dengan demikian, studi ini memperlihatkan adanya dimensi baru dalam *self-disclosure*, yaitu keterkaitan erat antara pilihan teknologi, strategi komunikasi, dan pengelolaan identitas digital.

Implikasi teoretis lainnya terkait dengan teori manajemen privasi komunikasi (Petronio). Temuan penelitian menunjukkan bahwa batas privasi di ruang digital bersifat lebih cair dan negosiasional dibandingkan dengan interaksi tatap muka. *Close friend* memberi ilusi ruang aman,

tetapi tidak menghapus potensi kebocoran informasi. Hal ini memperkuat argumen bahwa dalam komunikasi digital, privasi bersifat rapuh dan bergantung pada etika, kesepakatan, serta kontrol sosial yang dibangun dalam kelompok kecil. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendukung teori yang ada, tetapi juga mengusulkan perlunya adaptasi teori privasi dalam konteks ruang privat digital yang semu.

Segi praktis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi digital, khususnya bagi generasi muda. Temuan mengenai alasan membuka diri, selektivitas audiens, serta konsekuensi privasi dapat menjadi dasar bagi edukasi mengenai cara yang lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Misalnya, pentingnya kesadaran bahwa meskipun *close friend* terasa aman, konten yang dibagikan tetap memiliki potensi untuk tersebar di luar kontrol. Hal ini menekankan perlunya pembekalan etika komunikasi digital dan penguatan kesadaran tentang risiko yang menyertai keterbukaan di ruang online.

Selain itu, implikasi praktis juga relevan bagi pengembang platform media sosial, termasuk Instagram. Temuan penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk memperbaiki fitur *close friend* dengan menambahkan lapisan proteksi, seperti notifikasi ketika terjadi tangkapan layar atau opsi keamanan tambahan dalam berbagi konten. Dengan begitu, fitur ini dapat semakin memenuhi kebutuhan pengguna akan ruang privat digital, sekaligus mengurangi potensi kerentanan privasi. Pada akhirnya, riset ini membuka ruang diskusi mengenai bagaimana media sosial dapat mengakomodasi keseimbangan antara kebutuhan keterbukaan dan perlindungan privasi pengguna muda.

## **F. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai praktik *self-disclosure* Generasi Z pada fitur *Close Friend* Instagram, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama. Pertama, alasan utama partisipan membuka diri melalui *Close Friend* didominasi oleh kebutuhan untuk meluapkan perasaan (*curhat*), mengekspresikan diri secara lebih autentik, berbagi humor, serta menyalurkan emosi pribadi. Hal ini

menunjukkan bahwa *Close Friend* berfungsi sebagai ruang alternatif bagi ekspresi identitas yang lebih jujur dibandingkan ruang publik digital.

Praktik *self-disclosure* tersebut berlangsung dalam kerangka selektivitas audiens. Partisipan cenderung memilih orang-orang tertentu dengan mempertimbangkan faktor kedekatan emosional, tingkat kepercayaan, dan kesamaan nilai. Strategi selektif ini menegaskan bahwa meskipun *Close Friend* dipersepsikan sebagai ruang privat, keterbukaan tetap dilakukan secara terkendali untuk meminimalkan potensi risiko sosial.

Fitur *Close Friend* ini meskipun memberikan rasa aman yang lebih tinggi dibanding ruang publik, pengguna tetap menghadapi risiko kebocoran privasi, seperti potensi tangkapan layar atau penyebaran ulang konten. Kondisi ini menunjukkan adanya paradoks antara kebutuhan untuk membuka diri dan keharusan menjaga privasi. Oleh karena itu, *Close Friend* dapat dipahami sebagai ruang privat digital yang bersifat semu, di mana rasa aman bersandar pada etika dan kepercayaan audiens.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi teori penetrasi sosial dan manajemen privasi komunikasi dalam konteks ruang digital, serta menegaskan bahwa praktik *self-disclosure* Generasi Z tidak dapat dilepaskan dari strategi selektivitas audiens. Secara praktis, penelitian ini menyoroti pentingnya literasi digital dalam mengelola keseimbangan antara keterbukaan diri dan perlindungan privasi, sehingga Generasi Z dapat memanfaatkan media sosial secara bijak dan aman.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Agustinus, M., Roland, S., & Simanjuntak, T. (2025). *The Influence of Self Concept and Interpersonal Attraction on Social Media Users in Students of the Faculty of Social and Political Sciences , University of North Sumatra*. 4(8), 3963–3982.
- Al Azis, M. R., & Irwansyah. (2021). Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan Platform Media Sosial (Studi Deskriptif pada Akun Selebgram). *Jurnal*

- Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130.
- Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., Nugraha, A., & Jannah, M. (2025). Second Instagram accounts: A study of Generation Z's Self-Identity in Medan. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 9(1), 62–77. <https://doi.org/10.22219/satwika.v9i1.38102>
- Angelina, S., & Aprilia, M. P. (2022). Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Instagram Stories Remaja di Yogyakarta Communication Privacy Management on Yogyakarta Adolescent's Instagram Stories Phenomena. *Connected Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–14.
- Apriyanti, E., Sari, S., & Dianthi, M. H. (2024). Self Disclosure Pada Komunikasi Generasi Z. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 417–426. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6386>
- Azzahra, F., Handayani, L., & Mahdalena, V. (2022). Manajemen Privasi Komunikasi Mahasiswa Upn Veteran Jakarta Pada Fitur Close Friend Di Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(2), 318–330. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i2.2140>
- 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>
- Brahmana, P. A., Amina, A. K., Suciati, P., & Maulidiyanti, M. (2024). Consumer Perceptions of Generation Z of Go-Ride Service Product Based on Marketing Mix Concept. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 13(2), 294–306. <https://doi.org/10.35508/jikom.v13i2.9408>
- Candika, I. K., Angga, W., & Nugroho, H. B. (2025). *Konstruksi Sosial dan Teknologi : Fenomena Penggunaan Fitur Close Friend dalam Second Account Instagram*. 8, 308–327.

- Damastuti, V. A. B. R. (2024). *PHENOMENON OF SELF DISCLOSURE IN USE SECOND INSTAGRAM ACCOUNT, STUDY PHENOMENOLOGY OF GEN-Z IN YOGYAKARTA*. 1(1), 169–180.
- Desideria, N., & Syaki, W. R. (2023). Fake Instagram: Manajemen Identitas Dan Privasi Melalui Fenomena Finstagram. *Tuturlogi*, 3(2), 53. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2022.003.02.1>
- El, H., Wibisono, G., & Pratisti, W. D. (2022). *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH) 2022 Academic Improvement for Recovery Acceleration Self-Disclosure of Generation Z*. 1, 282–288.
- Faidlatul Habibah, A., Shabira, F., & Irwansyah, I. (2021). Pengaplikasian Teori Penetrasi Sosial pada Aplikasi Online Dating. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.183>
- Fitriana, F. (2024). Media Sosial Dalam Membentuk Pola Komunikasi Dan Pemikiran Generasi Z: Tinjauan Empiris Tiga Tahun Terakhir. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(2), 89–99. <https://doi.org/10.47435/retorika.v6i2.3402>
- Gultom, S. F., & Rohani, L. (2024). Pengaruh Aktualisasi Konsep Diri dalam Self - Disclosure Gen Z terhadap Second Account pada Aplikasi Instagram di Kota Medan. *Jurnal Satwika*, 8(April), 1–9. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JICC/article/view/33098>
- Herna, H., & Sari, A. A. (2023). Komunikasi Dalam Pengembangan Hubungan Antarpribadi Melalui Second Account Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(2), 272–282. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.3111>
- Herwandito, S., Wahyudi Utomo, A., Kristen Satya Wacana, U., Diponegoro, J., & Tengah, S.-J. (2021). *Cunsumer Behaviour of*

- Millenials in Marginal Rural Areas Mamboro Sub District Province of Central Sumba. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(1), 141–162. [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data/](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data/)
- Monica Hartono, A., Syukron Febriananda, M., Vita Achmada, D., Ilmu Komunikasi, P., & Ilmu Sosial, J. (2022). Tiktok sebagai platform venting mendorong cyberbullying gen-z. *Universitas Negeri Surabaya*, 2022(13), 13–22.
- Nanda, V., & Asih, S. (2025). *Dualitas Digital : Mengungkap Fenomena “Finsta ” dan Strategi Komunikasi Gen Z pada Second Account di Media Instagram*. 4(3), 582–594. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4503>
- Ningrum, T. S., Sartika, D. D., Isyanawulan, G., Aidillah, E., Syafe’i, A., Sari, K. A., & Muslimah, H. (2025). Front and Back Stage of Sriwijaya Indralaya University Students Who Overshared on Tiktok. *Populika*, 13(2), 77–92. <https://doi.org/10.37631/populika.v13i2.1706>
- Nolanda, S., Lestari, D., 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), 66–77.
- Purnamasari, I., Sinta, N., & Refinita, N. A. (2025). Jurnal Ilmu Pendidikan dan Humaniora Gen-Z Perspective of Second Account Pseudonym Usage on Instagram Ap-plication in Student Identity Formation. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora* , 14(2), 140–150. <https://journals.ristek.or.id/index.php/jiph/index>
- Rahma Hidayati, F., & Irwansyah, I. (2021). Privasi “Pertemanan” Remaja di Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 78–91. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.186>
- Rahmadhan, N., Ri’aeni, I., & Risnawati, R. (2024). Analisis Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Aplikasi Instagram Muslimah Dengan No Post Selfie.

- Jurnal Pemberdayaan, Komunikasi*, 3(1), 63–68.  
<https://doi.org/10.47431/jkp.v3i1.427>
- Sar, Wulan Purnama, Sintia Paramita, L. I. (2022). SELF-DISCLOSURE OF GENERATION Z HEAVY SOCIAL MEDIA USERS IN BALI. *Trends in Neuroscience and Education*, 1(813), 1–13.  
<https://doi.org/10.1016/j.tine.2019.100122>
- Sarwoko, A. R. F. (2022). *PRIVATISASI RUANG PUBLIK MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL*.
- Septiyani, D. F., Kusuma, H. E., & Nurdini, A. (2022). Konsep privasi pada rumah tinggal berdasarkan karakteristik visual di instagram. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 05(03), 583–592.
- Siahaan, K. Z. (2025). Makna Perilaku Sosial Pengguna Instagram Story Mahasiswa FISIPOL UNESA: Fenomenologi dengan Konteks Self-Disclosure. *Jurnal Dialektika Pendidikan IPS*, 5(1), 69–82.
- Sriwahyuni, P., & Seprina, W. O. (2024). Manajemen Privasi Komunikasi Pada Fenomena Batasan Diri Generasi Z Di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(4), 845–865.  
<http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/indexDOI:http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.324>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan, Kuantitatif kualitatif dan R&d, edisi 2 (esisi 2)*.
- Suryani, C., & Wiryadigda, P. (2022). Keterbukaan Diri Generasi Z dalam Second Account. *Seminar Nasional Psikologi*, 2022(November), 327–340.  
<https://prosiding.stekom.ac.id/index.php/SEMNASTEKMU/article/view/79/77>
- Syaifa Tania. (2022). Perbedaan Generasional dalam Memaknai Praktik Periklanan Digital oleh Influencer di Media Sosial. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 54–63.  
<https://doi.org/10.30656/lontar.v10i1.4247>
- Wahyudi, R., & Nugroho, H. (2022). Mengaburnya Ruang Publik dan Ruang Privat dalam Praktik

- Konsumsi Media Baru. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 101–112.  
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art1>
- Wiyono, S., Hanock, E. E., & Arwam, B. A. (2025). Strategi Misi Digital Berdasarkan Survei Penetrasi Internet 2024: Adaptasi Penggunaan Media Sosial Generasi Z. *REI MAI: Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 3(1), 61–71.  
<https://doi.org/10.69748/jrm.v3i1.216>
- Yusuf, N. M., Cahyani, I. P., & Nathanael, G. K. (2022). Pengaruh Tingkat Literasi Digital Terhadap Pengelolaan Privasi Komunikasi Remaja Dalam Peer Group (Survei Pada Siswa Ma Usb Filial Man Batam). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(2), 90.  
<https://doi.org/10.30659/jikm.v10i2.21999>
- Zaenudin, O. S., & Harto, B. (2024). Mengungkap Peran Media Sosial dalam Shopping Lifestyle Generasi Z: Insight Kualitatif dari Pengalaman Belanja Online. *Innovative: Journal Of Social Science* ..., 4, 5624–5641.  
<http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/9811%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/9811/6921>
- Нетесова, М. В. (2021). Smart Society: Konferensi Media Digital 2022. In *Векторы Благополучия* (Issue 4(39)).  
[https://doi.org/10.18799/26584956/2020/4\(39\)/1038](https://doi.org/10.18799/26584956/2020/4(39)/1038)

