

Hubungan antara *Self-disclosure* dengan *Online Identity Reconstruction* pada *Emerging Adulthood* Pengguna *Second Account* Instagram

The Relationship between Self-Disclosure and Online Identity Reconstruction among Emerging Adults Using Second Instagram Accounts

Hayyu Nur Larasati*

S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: hayyu.21114@mhs.unesa.ac.id

Vania Ardelia

S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: vaniaardelia@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan media sosial memberikan ruang bagi individu pada masa *emerging adulthood* untuk mengekspresikan diri secara daring, salah satunya melalui penggunaan *second account* Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada pengguna *second account* Instagram usia *emerging adulthood*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sebanyak 386 responden dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan adalah *Revised Self-Disclosure Scale* (RSDS) dan skala *online identity reconstruction*. Analisis data dilakukan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan SPSS versi 22.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi korelasi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,497 ($r = 0,497$) menunjukkan bahwa hubungan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* berada pada kategori sedang dan bersifat positif. Individu yang menunjukkan *self-disclosure* memiliki kecenderungan untuk melakukan rekonstruksi identitas secara daring dikarenakan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Kata kunci : *Self-disclosure*, rekonstruksi identitas daring, *emerging adulthood*, *second account*, Instagram

Abstract

The development of social media has provided a space for individuals in the *emerging adulthood* stage to express themselves online, one of which is through the use of *second Instagram* accounts. This study aims to examine the relationship between *self-disclosure* and *online identity reconstruction* among emerging adults who use *second Instagram* accounts. A quantitative approach with a correlational method was employed. A total of 386 respondents were selected using *purposive sampling*. The instruments used were the *Revised Self-Disclosure Scale* (RSDS) and the *Online Identity Reconstruction Scale*. Data were analyzed using the *Pearson Product Moment* correlation technique with the assistance of SPSS version 22.0 *for Windows*. The results indicated a significant relationship between the two variables ($p < 0.05$), with a correlation coefficient of 0.497 ($r = 0.497$), indicating a moderate and positive correlation. This indicates that individuals who engage in *self-disclosure* are more likely to reconstruct their identities online, as there is a statistically significant and positive relationship between the two variables..

Keywords : *Self-disclosure*, *online identity reconstruction*, *emerging adulthood*, *second account*, Instagram

Article History	*corresponding author
Submitted : 24-08-2025 Final Revised : 05-10-2025 Accepted : 20-10-2025	<i>This is an open access article under the CC-BY-SA license</i> <i>Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</i>

Perkembangan media sosial telah mengalami perubahan yang signifikan khususnya beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini tidak lepas dari adanya kemajuan teknologi dan semakin mudahnya cara mengaksesnya. Bukan hanya sebagai alat komunikasi, media sosial telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan digital masyarakat modern (Aulia dkk., 2024). Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan yaitu Instagram (Permana, 2023), dengan angka pengguna Instagram di Indonesia mencapai 100,9 juta pengguna (Datareportal.com, 2024). Angka ini menunjukkan betapa pentingnya peran Instagram dalam kehidupan digital masyarakat di Indonesia.

Indonesia menduduki peringkat 4 sebagai pengguna Instagram terbanyak (Wearesocial.com, 2024). Data tersebut berdasarkan total jangkauan iklan pada pengguna Instagram disetiap negara. Sebagai hasilnya Instagram menjadi *platform* yang sangat populer, terutama di kalangan generasi muda, dengan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna terbesar. Kepopuleran Instagram juga didukung dengan berbagai fitur yang dapat dieksplorasi. Berdasarkan analisis pada laman Instagram.com (2025), dapat diketahui bahwa Instagram memiliki berbagai fitur menarik, salah satunya mengunggah foto dan video untuk dibagikan kepada sesama pengguna Instagram. Dalam pengunggahan foto atau video kita dapat memberikan tulisan yang mendeskripsikan apa yang pengguna unggah. Selain itu, sesama pengguna Instagram dapat saling berinteraksi melalui *like*, komentar, dan pesan langsung. Interaksi ini memungkinkan untuk menunjukkan bagaimana gambaran diri pengguna dengan mengunggah kondisi diri dan kondisi tersebut cenderung tidak selalu sama dengan yang sebenarnya (Ardelia & Jaro'ah, 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian Purnamasari dan Agustin (2018) yang menyatakan bahwa kondisi diri yang ditunjukkan merupakan kondisi terbaik sehingga seringkali berbeda dengan kondisi kehidupan aslinya.

Putikadyanto dkk. (2022) menemukan bahwa identitas *online* pada pengguna sosial media Instagram dapat berbeda dari identitas nyata. Dalam penelitian sebelumnya, Seibel (2019) juga menemukan pernyataan serupa bahwa penggunaan Instagram memungkinkan pengguna untuk menampilkan berbagai versi diri mereka di dunia maya. Ini berarti bahwa satu individu dapat memiliki beberapa identitas yang saling membentuk dan mempengaruhi cara mereka melihat diri secara keseluruhan. Didukung juga dengan adanya fenomena munculnya *second account* dalam penggunaan aplikasi Instagram.

Hasil survei menemukan bahwa pengguna aplikasi Instagram biasanya memiliki lebih dari satu akun (Jakpat.net, 2023). Fenomena ini dikenal dengan istilah *second account* Instagram. Dari survei tersebut, Instagram menduduki peringkat pertama dari seluruh pemilik *second account* media sosial dengan persentase 57% dengan alasan ekspresi diri secara lebih personal. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Prihantoro dkk. (2020) yang menyatakan

bahwa pengguna *second account* cenderung lebih terbuka karena akun tersebut dibatasi dengan pengaturan privasi. Berdasarkan studi kasus, adanya *second account* menjadikan individu memiliki fleksibilitas dalam mengatur bagaimana mereka ingin dilihat di dunia digital, yang pada akhirnya mempengaruhi cara mereka mengkonstruksi identitas secara daring. Fenomena ini dikenal dengan istilah *online identity reconstruction*.

Online identity reconstruction memungkinkan individu untuk menyembunyikan karakteristik di kehidupan nyata dibalik layar baik sebagian maupun sepenuhnya (Hu & Huang, 2024). Penelitian Aresta dkk. (2015) menjelaskan bahwa diri seseorang dalam lingkungan daring tidak hanya terbatas pada citra diri individu, tetapi juga mencakup interpretasi orang lain terhadap identitas yang mereka tampilkan secara online yang memungkinkan individu membentuk ulang identitas yang dimiliki. Identitas ini dibentuk berdasarkan konten yang dipublikasikan dan interaksi sosial pada pengguna lainnya. Dengan identitas yang telah direkonstruksi, individu dapat secara terbuka mengekspresikan diri secara daring dengan lebih sedikit rasa takut terhadap ketidaksetujuan orang lain dibandingkan dunia nyata (Hu dkk., 2017). Keterbukaan ini menjadi penggambaran dari fenomena *self-disclosure*.

Self-disclosure sendiri merujuk pada tindakan membagikan pesan atau informasi tentang diri pengguna kepada sesama pengguna lainnya. Selanjutnya, penelitian Luo dan Hancock (2020) juga menyatakan bahwa *self-disclosure* dapat berupa pesan tentang diri seseorang yang disampaikan kepada orang lain dan dapat bervariasi dalam kualitas dan kuantitas. Hasil penelitian Irintara (2008) pada konteks pengguna *facebook* mendukung hal tersebut dengan menunjukkan bahwa informan merasa lega setelah menceritakan dirinya di *facebook* (Affandi & Setiadi, 2020). Penelitian Vijayakumar dan Pfeifer (2020) menemukan bahwa *self-disclosure* sangat penting untuk pengembangan hubungan, pembentukan identitas, serta harga diri dan kesejahteraan secara keseluruhan. Penelitian tersebut menunjukkan *self-disclosure* menjadi bagian dari proses *online identity reconstruction*, dimana pengguna membangun ulang identitas mereka sesuai dengan dinamika *platform digital*.

Konsep *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* yang terjadi pada pengguna instagram ini, mayoritas penggunanya berasal dari kelompok usia *emerging adulthood*. Riset menunjukkan pada tahun 2023 rata-rata pengguna Instagram dunia berusia antara 18 hingga 25 tahun yang mencakup sekitar 32,0% dari keseluruhan total pengguna (Datareportal.com, 2023). Dapat disimpulkan bahwa hampir sepertiga kelompok usia berada dalam fase *emerging adulthood* aktif dalam menggunakan media sosial Instagram untuk berbagi konten dan berinteraksi antar sesama pengguna.

Selain itu, pada fase *emerging adulthood* individu mengalami tugas perkembangan yang kompleks sehingga menyebabkan perubahan yang signifikan dalam kehidupan individu. Hal ini didukung dengan penelitian Arnett (2000) yang mengusulkan lima periode perkembangan *emerging adulthood* yang meliputi eksplorasi identitas, ketidakstabilan, fokus pada diri sendiri, merasa di antara, dan kemungkinan (Miller, 2011).

Untuk memahami realitas fenomena ini, peneliti melakukan studi pendahuluan kepada *emerging adulthood* pengguna Instagram. Hasil menunjukkan sebagian besar responden memiliki *second account* Instagram. Didasarkan pada fenomena *self-disclosure*, hasil menunjukkan bahwa 76% responden memiliki *second account* dengan tujuan untuk mengekspresikan diri. Sementara berdasarkan variabel *online identity reconstruction*, diketahui 68% responden mengungkapkan tujuan *second account* untuk menampilkan sisi lain dari

dirinya. Hasil lain menunjukkan bahwa responden cenderung lebih jujur dalam mengungkapkan perasaan pribadi di *second account* karena merasa nyaman dan lebih terbuka. Sebanyak 52% responden juga merasa memiliki identitas yang berbeda di *second account* dibandingkan dengan dunia nyata, dengan alasan lebih bebas dan percaya diri dalam menampilkan sisi lain dari diri mereka.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penting untuk mengetahui hubungan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada pengguna *second account* Instagram di kalangan *emerging adulthood* karena fase perkembangan ini memainkan peran krusial dalam eksplorasi dan pembentukan identitas diri. Sementara itu, *second account* Instagram lebih sering digunakan untuk berbagai aspek diri yang lebih bebas dan berbeda dari citra yang dibangun di akun utama menjadi hal menarik untuk diteliti.

Penelitian terdahulu juga lebih banyak membahas tentang *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* secara terpisah. Penelitian yang menghubungkan *self-disclosure* dengan variabel *trust* dengan hasil yang menunjukkan hubungan positif secara signifikan terhadap dua variabel tersebut (Devi & Indryawati, 2020; Siregar & Andriani, 2022). Penelitian lainnya juga mengkaji tentang *self-disclosure* dengan konteks *intimate friendship* yang menghasilkan hubungan positif pada kedua variabel (Ababil dkk., 2024; Febriani dkk., 2021). Penelitian Hu et al. (2020) yang membahas *online identity reconstruction* dengan kepuasan pengguna dengan hasil positif. Penelitian lainnya oleh Akhmad dkk. (2024) dengan membandingkan antara *second account* dan *first account*.

Berdasarkan paparan sebelumnya, maka dirasa penting untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada *emerging adulthood* pengguna *second account* Instagram. Peneliti ingin meneliti secara menyeluruh dan memberikan wawasan baru mengenai hubungan dari kedua variabel tersebut.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional (Jannah, 2018). Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang objektif dan terukur mengenai hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Tujuan utama dari penelitian korelasional adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan, serta seberapa kuat hubungan tersebut antara variabel independen dan variabel dependen.

Sampel / Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Instagram yang memiliki *second account* dan berdomisili di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut: (1) berusia *emerging adulthood* (18–25 tahun), (2) memiliki lebih dari satu akun Instagram (*second account*), dan (3) berdomisili di Kota Surabaya. Berdasarkan tabel Isaac dan Michael dalam Sugiyono (2023), jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 386 responden yang sesuai dengan kriteria tersebut.

Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dengan pertimbangan efektifitas dan fleksibilitas (Sugiyono, 2023). Proses pengambilan data memperhatikan prinsip etika penelitian, meliputi pemberian informed

consent serta menjaga kerahasiaan identitas dan data partisipan (American Psychological Association, 2020). Skala pada penelitian ini memakai skala psikologis sebagai teknik pengumpulan data. Skala psikologis merupakan alat ukur yang dirancang untuk mengidentifikasi konstruk psikologi yang bersifat abstrak dengan memberikan penilaian terhadap atribut tersebut (Azwar, 2021). Skala pengukuran menggunakan model skala Likert 5 kategori yang terdiri dari sangat setuju (SS), setuju (ST), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Penggunaan kategori Netral (N) ini bertujuan untuk memfasilitasi responden yang memiliki kebingungan antara jawaban setuju dan tidak setuju.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antara self-disclosure dan online identity reconstruction pada emerging adulthood pengguna second account Instagram. Analisis dilakukan dengan bantuan software SPSS 22.0 for Windows, mencakup uji asumsi dan uji hipotesis. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui distribusi data. Data dinyatakan normal jika nilai signifikansi (sig.) > 0,05 (Azwar, 2021). Uji Linearitas menggunakan analisis *deviation from linearity* untuk memastikan hubungan antar variabel bersifat linear. Hubungan dianggap linier jika sig. > 0,05 (Azwar, 2021). Uji hipotesis dilakukan menggunakan teknik *Pearson's Product Moment* untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antar variabel. Hipotesis diterima jika nilai sig. < 0,05 (Azwar, 2021).

Hasil

a. Hasil Analisis Deskriptif

Berdasarkan pengumpulan data dapat diketahui karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, dan domisili. Adapun data demografi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Data Demografis

Demografi		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	104	26,9%
	Perempuan	282	73,1%
Usia	18	26	6,7%
	19	20	5,2%
	20	52	13,5%
	21	85	22,0%
	22	114	29,5%
	23	40	10,4%
	24	25	6,5%
	25	24	6,2%
Domisili	Surabaya Pusat	56	14,5%
	Surabaya Utara	43	11,1%
	Surabaya Timur	80	20,7%
	Surabaya Selatan	107	27,7%
	Surabaya Barat	100	25,9%

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 368 responden. Berdasarkan data demografis terdapat 104 responden (26,9%) yang berjenis kelamin laki-laki dan 282 responden (73,1%) yang berjenis kelamin perempuan. Ditinjau dari usia responden, sebanyak 26 responden (6,7%) berusia 18 tahun, 20 responden (5,2%) berusia 19 tahun, 50

responden (13,5%) berusia 20 tahun, 85 responden (22%) berusia 21 tahun, 114 responden (29,5%) berusia 22 tahun, 40 responden (10,4%) berusia 23 tahun, 25 responden (6,5%) berusia 24 tahun, dan 24 responden (6,2%) berusia 25 tahun. Sementara jika ditinjau dari domisili, sebanyak 56 responden (14,5%) berdomisili di Surabaya Pusat, 43 responden (11,1%) berdomisili di Surabaya Utara, 80 responden (20,7%) berdomisili di Surabaya Timur, 107 responden (27,7%) berdomisili di Surabaya Selatan, dan 100 responden (25,9%) berdomisili di Surabaya Barat.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (73,1%), berusia 22 tahun (29,5%), dan berdomisili di Surabaya Selatan (27,7%).

b. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Data yang diperoleh dari proses pengumpulan data kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan *software SPSS 22.0 for windows*. Analisis penelitian dilakukan untuk mengetahui nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi data yang diperoleh.

Tabel 2. Analisis Statistik

	N	Min.	Max.	Mean	SD
<i>Self-disclosure</i>	386	22	73	52,55	10,030
<i>Online Identity Reconstruction</i>	386	18	90	56,79	11,672

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa variabel *self-disclosure* memiliki nilai terendah 22 dan nilai tertinggi 73 dengan nilai rata-rata 52,55. Sedangkan variabel *online identity reconstruction* memiliki nilai terendah 18 dan nilai tertinggi 90 dengan nilai rata-rata 56,79. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai standar deviasi variabel *self-disclosure* adalah 10,030 dan standar deviasi variabel *online identity reconstruction* adalah 11,672.

Selanjutnya nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi digunakan untuk melakukan kategorisasi sesuai dengan rentang nilai yang didapat. Rentang tersebut dikategorikan bernilai rendah, sedang, dan tinggi (Azwar, 2021).

Tabel 3. Kategori Rentang Nilai

Interval	Kategori
$X < \text{Mean} - 1 \text{ SD}$	Rendah
$\text{Mean} - 1 \text{ SD} \leq X < \text{Mean} + 1 \text{ SD}$	Sedang
$X \geq \text{Mean} + 1 \text{ SD}$	Tinggi

1. *Self-disclosure*

Adapun kategori variabel *self-disclosure* berdasarkan perhitungan menggunakan tabel 3 dengan nilai rendah, sedang, dan tinggi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4 Hasil Kategori Rentang Nilai Variabel *Self-disclosure*

Kategori	Rentang Nilai	Jumlah	Persentase
Rendah	$X < 43$	67	17,4%
Sedang	$43 \leq X < 63$	251	65%
Tinggi	$X \geq 63$	68	17,6%

Dari tabel 4. dapat diketahui bahwa sebanyak 67 responden dengan persentase 17,4% dikategorikan pada nilai rendah, sebanyak 251 responden dengan persentase 65% dikategorikan pada nilai sedang, dan sebanyak 68 responden dengan persentase 17,6%

dikategorikan pada nilai tinggi. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna *second account* pada *emerging adulthood* memiliki tingkat *self-disclosure* sedang dengan persentase 65% dari seluruh responden.

2. Online Identity Reconstruction

Adapun kategori variabel *online identity reconstruction* berdasarkan perhitungan menggunakan tabel 4.3 dengan nilai rendah, sedang, dan tinggi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Kategori Rentang Nilai Variabel Online Identity Reconstruction

Kategori	Rentang Nilai	Jumlah	Persentase
Rendah	$X < 45$	46	11,9%
Sedang	$45 \leq X < 68$	268	69,4%
Tinggi	$X \geq 68$	72	18,7%

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa sebanyak 46 responden dengan persentase 11,9% dikategorikan pada nilai rendah, sebanyak 268 responden dengan persentase 69,4% dikategorikan pada nilai sedang, dan sebanyak 72 responden dengan persentase 18,7% dikategorikan pada nilai tinggi. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna *second account* pada *emerging adulthood* memiliki tingkat *online identity reconstruction* sedang dengan persentase 69,4% dari seluruh responden.

c. Hasil Analisis Data

1. Uji Normalitas

Pada uji normalitas data dikatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$), sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dianggap tidak normal (Azwar, 2021).

Tabel 6. Kategori Signifikansi Uji Normalitas

Nilai Sig.	Interpretasi
$P > 0,05$	Distribusi data normal
$P < 0,05$	Distribusi data tidak normal

Hasil dari uji normalitas yang telah dilakukan pada kedua variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Sig.	Interpretasi
<i>Self-disclosure</i>	0,200	Distribusi data normal
<i>Online Identity</i>		
<i>Reconstruction</i>		

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat diidentifikasi bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Pada uji normalitas data dikatakan linier apabila memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$), sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dianggap tidak linier (Azwar, 2021).

Tabel 8. Kategori Koefisien Linieritas

Nilai Sig.	Interpretasi
$P > 0,05$	Data linier
$P < 0,05$	Data tidak linier

Hasil dari uji linieritas yang telah dilakukan pada kedua variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Nilai Sig.	Interpretasi
<i>Self-disclosure</i>	0,420	Data linier
<i>Online Identity</i>		
<i>Reconstruction</i>		

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi $0,420 > 0,05$, maka terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel *self-disclosure* dan *online identity reconstruction*.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yaitu "Terdapat hubungan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada emerging adulthood pengguna second account instagram" menggunakan uji korelasi *pearson product moment*. Selain itu, nilai korelasi akan digunakan untuk menentukan kategori hubungan antara kedua variabel dengan menggunakan pedoman sebagai berikut (Azwar, 2021).

Tabel 10. Kategori Koefisien Korelasi

Koefisien	Kategori Korelasi
0,00 - 0,199	Hubungan Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Hubungan Rendah
0,40 - 0,599	Hubungan Sedang
0,60 - 0,799	Hubungan Kuat
0,80 - 1,000	Hubungan Sangat Kuat

Menggunakan taraf signifikansi 5% variabel akan dianggap berkorelasi apabila nilai signifikansi (p) dibawah 0,05 ($p < 0,05$) dan jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$) maka variabel tidak berkorelasi (Azwar, 2021).

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis

		SD	OIR
Self Disclosure	Pearson Correlation	1	,490**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	386	127
Online Identity Reconstruction	Pearson Correlation	,490**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	386	127

Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel 11, diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* adalah 0,000 ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *self-disclosure* dan *online identity reconstruction*. Dengan demikian hipotesis pada penelitian ini diterima.

Selanjutnya hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r) antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* bernilai 0,490. Dari hasil tersebut dapat diidentifikasi bahwa adanya hubungan yang sedang antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction*. Hal ini menandakan kedua variabel saling berkorelasi, namun terdapat indikasi bahwa variabel lain di luar kedua variabel tersebut turut berkontribusi dalam mempengaruhi hubungan tersebut. Selain itu, variabel *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* memiliki arah hubungan yang positif dimana tidak terdapat tanda negatif (-) pada nilai korelasi.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya korelasi antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada *emerging adulthood* pengguna *second account* instagram. Hipotesis pada penelitian ini yaitu terdapat hubungan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada *emerging adulthood* pengguna *second account* instagram. Sedangkan hipotesis alternatif penelitian ini yaitu tidak terdapat hubungan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada *emerging adulthood* pengguna *second account* instagram

Hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction*. Hal ini mengungkapkan bahwa *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada pengguna *second account* usia *emerging adulthood* sebagai subjek penelitian ini saling berhubungan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima.

Selanjutnya, melalui uji hipotesis dapat diidentifikasi bahwa *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada pengguna *second account* usia *emerging adulthood* sebagai subjek penelitian ini memiliki hubungan sedang dengan arah hubungan yang positif.

Hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa individu yang menunjukkan keterbukaan diri (*self-disclosure*) dalam penggunaan *second account* Instagram, cenderung melakukan rekonstruksi identitas dirinya secara daring (*online identity reconstruction*). Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akhmad dkk. (2024) bahwa penggunaan akun kedua Instagram oleh Generasi Z memungkinkan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) yang lebih besar dan mendorong terjadinya rekonstruksi identitas daring secara lebih autentik dan bebas, sejalan dengan tujuan individu untuk menyesuaikan presentasi diri mereka dengan audiens yang lebih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* memiliki hubungan dengan *online identity reconstruction*.

Dalam lingkungan daring, individu dapat secara bebas menyembunyikan karakter fisik yang tidak mereka sukai, mengubah riwayat hidup maupun kepribadian mereka, sehingga identitas fisik mereka tidak dapat dikenali oleh orang lain. Artinya, seseorang dapat “membangun ulang” dirinya dengan membentuk identitas yang berbeda melalui proses rekonstruksi dalam ruang daring yang bersifat tersembunyi dan anonim (Zhao dkk., 2008). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa sangat memungkinkan bagi individu untuk menciptakan identitas daring yang berbeda dari identitas di dunia nyata (Hu dkk., 2015).

Melalui *Online identity reconstruction* individu memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri secara terbuka di ruang digital tanpa khawatir akan penolakan atau penghakiman sosial sebagaimana yang mungkin terjadi di dunia nyata maupun akun pertama (Hu dkk., 2017). Tingkat keterbukaan ini mencerminkan manifestasi dari perilaku *self-disclosure*.

Penelitian terdahulu banyak yang telah mengungkapkan bahwa internet memiliki pengaruh signifikan terhadap *self-disclosure*, khususnya karena karakteristik komunikasi daring yang berbeda dengan komunikasi langsung. Faktor seperti anonimitas, kemudahan akses, dan biaya yang terjangkau dari internet telah membentuk cara individu berinteraksi dan mengungkapkan diri di era digital (Ardi & Maison, 2014). Peneliti Jourard & Lasakow (1958) memahami *self-disclosure* sebagai proses di mana

individu memungkinkan orang lain untuk mengenalnya dengan memberikan informasi pribadi mengenai dirinya (Setyaningsih, 2016).

Studi ini mengidentifikasi bahwa *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* saling berkorelasi. Koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara kedua variabel. Hal tersebut menandakan masih ada variabel lain yang turut berkontribusi terhadap *self-disclosure*. Variabel tersebut seperti *self-esteem* (Lase dkk., 2024; Nabillah & Hanurawan, 2022), *intimate friendship* (Nabila dkk., 2024), serta *interpersonal trust* (Iloen & Kusumiati, 2024).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* pada *emerging adulthood* pengguna *second account* Instagram. Temuan ini didukung oleh nilai korelasi yang menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan signifikan. Koefisien korelasi tersebut juga menunjukkan bahwa hubungan antara *self-disclosure* dan *online identity reconstruction* termasuk dalam kategori sedang dan bersifat positif. Artinya, Individu pada rentang usia *emerging adulthood* yang melakukan *self-disclosure* melalui *second account* Instagram cenderung untuk melakukan rekonstruksi identitas secara daring.

Saran

Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan pendekatan campuran guna menggali dinamika psikologis yang lebih mendalam pada kedua variabel. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap perilaku *self-disclosure* dan *online identity reconstruction*. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memasukkan variabel tambahan, seperti motivasi penggunaan *second account*, tingkat kontrol diri, atau faktor sosial, untuk memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antara *self-disclosure* dan *rekonstruksi identitas daring*.

Daftar Pustaka

- Ababil, V. A., Hakim, A. R., & Ibad, M. C. (2024). Peran *Self Control* dan *Intimate Friendship* sebagai Prediktor Terhadap *Self Disclosure* Pada Remaja Pengguna *Second Account* Instagram di Karawang. *Jurnal Social Library*, 4(2), 324–331. [https://doi.org/https://doi.org/10.51849/sl.v4i3.299](https://doi.org/10.51849/sl.v4i3.299)
- Affandi, M., & Setiadi, T. (2020). *Self Disclosure Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial*. 1(2), 67–76. <https://www.neliti.com/id/publications/444023/self-disclosure-mahasiswa-dalam-penggunaan-media-sosial>
- Akhmad, M. A., At, M. R., & Muhammad, S. (2024). *Reconstructing Generation Z's Digital Identity: Self-Presentation and Impression Management Strategies in Second Account Instagram*. *Thammasat Review*, 27(2), 335–350.
- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.
- Ardelia, V., & Jaro'ah, S. (2025). *Digital Threat: The Influence of Social Media Use on Climate Anxiety in Emerging Adulthood Moderated by Gender*. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 30(1), 149-162. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol30.iss1.art9>
- Ardelia, V., & Jaro'ah, S. (2023). *Exploring Social Media Use Integration Based on Educational Level Among Emerging Adults*. *International Journal of Current*

- Educational Research*, 2(2), 106–114. <https://doi.org/10.53621/ijocer.v2i2.249>
- Ardi, R., & Maison, D. (2014). *How do Polish and Indonesian Disclose in Facebook?: Differences in Online Self-Disclosure, Need for Popularity, Need to Belong and Self-esteem. Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 12(3), 195–218. <https://doi.org/10.1108/JICES-01-2014-0006>
- Aresta, M., Pedro, L., Santos, C., & Moreira, A. (2015). Portraying the Self in Online Contexts: Context-driven and User-driven Online Identity Profiles. *Contemporary Social Science*, 10(1), 70–85. <https://doi.org/10.1080/21582041.2014.980840>
- Arnett, J. J. (2004). *Emerging Adulthood: The Winding Road from the Late Teens through the Twenties*. Oxford University Press.
- Ashuri, T., & Halperin, R. (2024). Online Self-Disclosure: An Interdisciplinary Literature Review of 10 Years of Research. *New Media and Society*, 1–27. <https://doi.org/10.1177/14614448241247313>
- Aulia, B. F., Subarjah, S. S., & Rahma, Y. (2024). Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Literasi Digital Masyarakat. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2(2), 86–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/bima.v2i2.806>
- Aulia, N., Gunawan, W., & Yunita, D. (2024). Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro_Yustina). *Jurnal Sosialisasi Nusantara*, 10(1), 65–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.33369/jsn.10.1.65-81>
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi* (3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Cozby, P. C. (1973). Self-disclosure: A Literature Review. *Psychological Bulletin*, 79(2), 73–91. <https://doi.org/10.1037/h0033950>
- DataReportal. (2023). *Instagram Users, Stats, Data, Trends, and More*. DataReportal. Retrieved December 12, 2024, from <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. Retrieved December 12, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Devi, E., & Indryawati, R. (2020). Trust dan Self-Disclosure pada Remaja Putri Pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi*, 13(2), 118–132. <https://doi.org/https://doi.org/10.35760/psi.2020.v13i2.3017>
- Febriani, S., Candra, I., & Nastasia, K. (2021). Hubungan antara Intimate Friendship dengan Self Disclosure pada Siswa Kelas XI SMA N 4 Kota Padang Pengguna Media Sosial Instagram. *Psyche 165 Journal*, 14(2), 130–138. <https://doi.org/doi.org/10.35134/jpsy165.v14i2.27>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Hu, C., & Huang, J. (2024). An Exploration of Motivations for Online Identity Reconstruction from the Perspective of Social Learning Theory. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(16), 4239–4251. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2212215>
- Hu, C., Kumar, S., Huang, J., & Ratnavelu, K. (2017). Disinhibition of Negative True Self for Identity Reconstructions in Cyberspace: Advancing Selfdiscrepancy Theory for Virtual Setting. *PLoS ONE*, 12(4), 1–19.
- Hu, C., Kumar, S., Huang, J., & Ratnavelu, K. (2020). How to Better Satisfy Online Users? A Quantitative Study of Identity Reconstruction Based on Advanced

- Selfdiscrepancy Theory. *AIP Conference Proceedings*.
<https://doi.org/10.1063/1.5062707>
- Hu, C., Zhao, L., & Huang, J. (2015). Achieving Self-congruency? Examining Why Individuals Reconstruct their Virtual Identity in Communities of Interest Established within Social Network Platforms. *Computers in Human Behavior*, 50, 465–475. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.027>
- Huang, J., Kumar, S., & Hu, C. (2021). A Literature Review of Online Identity Reconstruction. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.696552>
- Huang, J., Zhao, L., & Hu, C. (2019). The Mechanism Through Which Members with Reconstructed Identities Become Satisfied with A Social Network Community: A Contingency Model. *Information and Management*, 56(7), 103144. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.01.006>
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Diri Remaja pada Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 20–28. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849>
- Iloen, A. S. N., & Kusumiati, R. Y. E. (2024). Social Media Dynamics: Interpersonal Trust and Self-Disclosure on Instagram Second Accounts. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Terapan*, 8(2), 270–282. <https://doi.org/10.30598/jbkt.v8i2.2015>
- Jakpat. (2023). *Terungkap Alasan Orang Memiliki Second Account di Media Sosial*. Jakpat. Retrieved 12 12, 2024, from <https://jakpat.net/info/terungkap-alasan-orang-memiliki-second-account-di-media-sosial/>
- Jannah, M. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Unesa University Press.
- Jourard, S. M., & Lasakow, P. (1958). Some factors in self-disclosure. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 56(1), 91–98. <https://doi.org/10.1037/h0043357>
- Kim, J., & Dindia, K. (2011). Online Self-Disclosure : A Review of Research. In *Computer-mediated Communication in Personal Relationship* (K. B. Wrig, Issue October, pp. 156–180). Peter Lang Publishing. https://www.researchgate.net/publication/306285101_Online_self-disclosure_A_review_of_research
- Kristanti, V. D. S., & Harimurti, A. (2023). Konstruksi Identitas pada Individu yang Memiliki Lebih dari Satu Instagram. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, 12(2), 12–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/manasa.v12i2.4913>
- Lase, C. C., Kristinawati, W., & Murti, H. A. S. (2024). Exploring the Impact of Self-Esteem on Online Self-Disclosure of Second Account Users on Instagram: Trust as a Mediator. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 6(2), 1–10. <https://doi.org/10.51214/00202406954000>
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and Social Media: Motivations, Mechanisms and Psychological Well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- Masur, P. K., Bazarova, N. N., & DiFranzo, D. (2023). The Impact of What Others Do, Approve Of, and Expect You to Do: An In-Depth Analysis of Social Norms and Self-Disclosure on Social Media. *Social Media and Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231156401>
- Miller, J. L. (2011). The Relationship between Identity Development Processes and

- Psychological Distress in Emerging Adulthood. In *The Columbian College*. The George Washington University.
- Nabila, S., Nurhabibah, & Resha Yuwanda. (2024). The Relationship between Intimate Friendship and Online Self-Disclosure in Second Instagram Account Users. In *Trend : International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*, 1(3), 119–125. <https://doi.org/10.62260/intrend.v1i3.175>
- Nabillah, A. N., & Hanurawan, F. (2022). Association Between Self-esteem and Self-disclosure in Female University Students as Second Instagram Account Users in Malang. *International Conference of Psychology 2022, 2022(ICoPsy)*, 270–282.
- Permana, A. (2023). Literature Review : Tiga Media Sosial Terbanyak Diminati Di Indonesia Tahun 2023 Dan Pemanfaatannya Di Kalangan Masyarakat. *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 1(4), 1237–1242. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/article/view/467>
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312–323. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Purnamasari, A., & Agustin, V. (2018). Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram Di Kota Prabumulih. *Jurnal Psibernetika*, 11(2), 115–132. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.30813/psibernetika.v11i2.1438>
- Putikadyanto, A. P. A., Adriana, I., & Efendi, A. N. (2022). Presentation Culture in the Digital Age: Online Identity Representation on Social Media. *Proceedings of the International Congress of Indonesian Linguistics Society (KIMLI 2021)*, 622, 45–49. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211226.011>
- Seibel, B. (2019). Insta-Identity: The Construction of Identity Through Instagram an Extended Literature Review. *University Honor Theses*. <https://doi.org/https://doi.org/10.15760/honors.764>
- Setyaningsih, R. (2016). Memahami Hubungan Kebutuhan untuk Populer dan Keterbukaan Diri (Self-Disclosure) pada Pengguna Facebook: Sebuah Tinjauan Literatur. *Proyeksi*, 11(1), 93–104. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/jp.11.1.93-104>
- 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/https://doi.org/10.35760/arjwa.2022.v1i4.7310>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 5th ed.). Alfabet.
- Turkle, S. (1997). *Life On The Screen: Identity in The Age of Internet*. Simon & Schuster.
- Vijayakumar, N., & Pfeifer, J. H. (2020). Self-disclosure During Adolescence: Exploring the Means, Targets, and Types of Personal Exchanges. *Curr Opin Psychol*, 31, 135–140. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.005>
- Wearesocial. (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users*. We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Wheeless, L. R. (1978). A Follow-Up Study of the Relationships Among Trust, Disclosure, and Interpersonal Solidarity. *Human Communication Research*, 4(2),

- 143–157. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00604.x>
- Wheeless, 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>
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816–1836. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012>