

Komunikasi Dalam Pengembangan Hubungan Antarpribadi pada Pengguna dan *Followers Second account* Instagram

Herna ¹, Annisa Alifya Sari ²

^{1,2} Universitas Gunadarma, Depok, Indonesia
Email: hernamasya@gmail.com

Artikel

Submitted: xx-xx-20xx,
Revi: xx-xx-20xx,
Accepted: xx-xx-20xx
Published: xx-xx-20xx

DOI:

https://doi.org/10.32509/_diisi
pengelola jurnal



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume :
No. :
Bulan :
Tahun :
Halaman :

ABSTRACT

The purpose of the study was to understand communication in the development of interpersonal relationships in users and *followers* of second Instagram accounts. The method used is qualitative descriptive research with a constructivism research paradigm. The theory used is Social Penetration Theory which explains the development of interpersonal relationships that include depth and breadth in interaction. The results showed that the younger generation, especially students, use Instagram *second accounts* to form relational partners through relationship development. Relationship development is done by means of self-disclosure, both in terms of depth and breadth and establishing presence over time. Each user's distinct personality determines the level of self-disclosure. Communication moves from the exploratory stage to a more intimate relationship depending on whether the relationship produces positive benefits. If the user feels the benefits, then the information shared will show intimacy (mutual understanding and support), conversely, if the user does not feel the benefit or satisfaction of the relationship with someone who is his follower, then the user will hide the *followers* from the close friends feature or unfriend in the *second account*.

Keywords: Communication, Social Penetration, *Second account*, Instagram

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk memahami komunikasi dalam pengembangan hubungan antarpribadi pada pengguna dan *followers second account* Instagram. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma penelitian konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah Teori Penetrasi Sosial yang menjelaskan perkembangan hubungan interpersonal yang mencakup kedalaman dan keluasan dalam berinteraksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi muda khususnya mahasiswa memanfaatkan *second account* Instagram untuk membentuk mitra relasional melalui pengembangan hubungan. Pengembangan hubungan dilakukan dengan cara pengungkapan diri, baik dari segi kedalaman maupun keluasan dan membangun kehadiran dari waktu ke waktu. Kepribadian masing-masing pengguna yang berbeda-beda menentukan tingkat pengungkapan diri. Komunikasi yang dilakukan bergerak dari tahap eksplorasi menuju ke hubungan yang lebih intim tergantung pada apakah hubungan tersebut menghasilkan manfaat positif. Bila pengguna merasakan manfaat, maka informasi yang dibagikan akan menunjukkan keintiman (saling pengertian dan dukungan), sebaliknya, jika pengguna tidak merasakan manfaat atau kepuasan dari hubungan dengan seseorang yang menjadi *followers*-nya, maka pengguna akan menyembunyikan *followers* dari fitur teman dekat atau menghapus pertemanan dalam *second account*.

Kata Kunci: Komunikasi, Penetrasi sosial, *Second account*, Instagram

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat telah mengubah cara berkomunikasi dan memperoleh informasi. Informasi banyak diperoleh dari situs jejaring sosial yang terintegrasi dengan jaringan internet. Salah satu media baru (new media) yang merupakan bagian dari situs jejaring sosial adalah media sosial. Media sosial sangat popular karena banyak memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi sehari-hari. Selain itu masyarakat dapat merepresentasikan diri dengan cara berekspresi, berinteraksi, bahkan melakukan pengungkapan diri. Hal tersebut dapat menghasilkan keintiman dalam hubungan interpersonal (Bazarova, 2012).

Pengungkapan diri merupakan bagian terpenting dari pengembangan dan pemeliharaan relasional (Altman & Taylor, 1973). Seseorang yang tertarik membangun hubungan dengan orang lain akan banyak berbagi informasi dan berinteraksi untuk membentuk ikatan yang lebih kuat. *Social Penetration Theory* (SPT) atau teori penetrasi sosial berpendapat bahwa hubungan interpersonal bertahap dan terjadi melalui proses kumulatif. Seseorang akan berbagi lebih banyak tentang berbagai hal dari waktu ke waktu ke arah yang lebih luas dan dalam (Altman & Taylor, 1973). SPT juga berpendapat bahwa kedekatan fisik diperlukan melalui tahapan hubungan dan dengan berkembangnya teknologi pengaplikasian teori penetrasi sosial kini dapat dikaitkan dengan komunikasi secara *online*.

Salah satu komunikasi secara *online* yang menarik untuk dikaji adalah media sosial Instagram, mengingat jumlah penggunanya yang cukup besar. Instagram tercatat sebagai media sosial peringkat dua besar yang banyak digunakan masyarakat Indonesia. Pengguna Instagram hingga April 2023 berjumlah 109,33 juta orang. Penggunaan Instagram mengalami peningkatan sebesar 3,45% jika dibandingkan penggunaan Maret 2023 yang hanya sebesar 105,68 juta (dataindonesia.id).

Instagram merupakan aplikasi berbasis foto dan video. Aplikasi Instagram memungkinkan penggunanya menerapkan filter digital lalu membagikannya ke berbagai layanan jejaring media sosial yang terhubung melalui Instagram seperti Facebook, Whatsapp, Tiktok, dan situs media lainnya. Para pengguna aktif Instagram di Indonesia banyak memanfaatkan fitur Instagram story, Feeds, dan Reels. Fitur tersebut digunakan untuk berbagi informasi terkait kegiatan sehari-hari ataupun pengalaman pribadi. Karena fungsi tersebut, Instagram mempunyai daya tarik bagi para penggunanya terutama anak muda. Jika dilihat dari usianya, 38% pengguna Instagram di dalam negeri berada di kelompok umur 18-24 tahun. Sebanyak 30,1% pengguna media sosial tersebut dari kelompok usia 25-34 tahun (dataindonesia.id).

Instagram juga memiliki fitur *multiple account* yang memungkinkan penggunanya untuk membuat akun lebih dari satu dalam satu perangkat. Hal tersebut menjadi fenomena di Indonesia dan menarik untuk diteliti. Banyak kaum muda terutama mahasiswa yang meskipun sudah memiliki akun pertama (*first account*) pada media sosial Instagram, tetapi juga memiliki akun kedua (*second account*). Penelitian terkait komunikasi pengguna pada media sosial menjelaskan bahwa para pengguna, sering kali pasif atau tidak melakukan interaksi apapun pada media sosial. Banyak pengguna memutuskan hubungan pada media sosial karena beberapa perbedaan-perbedaan utama yang sering muncul. Penelitian lain telah menganalisis hubungan antara pengungkapan diri dan berakhirnya hubungan menunjukkan bahwa pengguna seringkali tidak sepenuhnya menyadari kepada siapa mereka berbagi atau mengungkapkan sesuatu melalui media sosial (Karakayali & Kilic, 2013). Penelitian tentang pengungkapan diri menyatakan bahwa sebagian besar individu akan mengungkapkan lebih banyak dalam interaksi komunikasi yang dimediasi komputer (CMC) dan komunikasi melalui media sosial (Jiang et al., 2013). Semakin banyak orang terlibat dengan media sosial, semakin banyak informasi yang mereka ungkapkan tentang diri mereka kepada orang lain (Jiang et al., 2013).

Penelitian terkait keterbukaan diri dalam *second account* pada media sosial Instagram di Indonesia menjelaskan bahwa melalui *Second account*, generasi milenial dapat mengungkapkan dirinya dengan efektif. *Second account* Instagram memberikan kesempatan bagi generasi milenial untuk mengeksplorasi berbagai sisi kepribadian mereka yang mungkin tidak terungkap di akun utama mereka. Dengan cara ini, mereka dapat menunjukkan bakat, aspirasi dan pandangan yang berbeda dari sisi lain diri mereka. Selain itu siswa tersebut juga membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya (Prihantoro & Paula, 2020). Namun, belum ada penelitian terutama di Indonesia yang memahami bagaimana pengguna *second account* membangun hubungan secara *online* melalui interaksi antarpribadi. Seperti yang dijelaskan bahwa komunikasi dimediasi komputer (CMC) menjadi bagian yang penting dari komunikasi sehari-hari, baik dalam proses membangun dan menjaga hubungan antarpribadi. Oleh karena itu peneliti merasa penting untuk memahami pengembangan dan pemeliharaan relasional antara pengguna *second account* pada media sosial Instagram dan *followers*-nya dengan menerapkan teori penetrasi sosial (Pennington, 2020).

Asumsi utama teori penetrasi sosial terkait pengembangan relasional atau hubungan adalah dengan pengungkapan diri. SPT yang dikembangkan oleh Altman dan Taylor (1973) bertujuan untuk melihat kedalaman dan keluasan pengungkapan diri sebagai mitra relasional yang bergerak melalui bergerak melalui tahapan perkembangan relasional. Dalam teori penetrasi sosial dijelaskan bahwa sebuah proses ikatan hubungan di mana individu-individu bergerak dari komunikasi yang superfisial atau komunikasi yang dangkal menuju ke komunikasi yang lebih mendalam. Menurut Altman dan Taylor, kedalaman dalam berhubungan di sini lebih dari sekedar fisik; dimensi lain dari keintiman termasuk intelektual dan emosional, dan hingga pada batasan di mana mereka melakukan aktivitas bersama (West & Turner, 2008). Penelitian ini berusaha untuk memahami asumsi teori yang berkaitan dengan kedalaman dan luasnya pengungkapan diri secara *online* pada *second account* Instagram terkait dengan pengembangan hubungan.

Teori penetrasi sosial dihubungkan juga dengan *self disclosure* pada interaksi yang diharapkan dapat membangun hubungan lebih dalam. Altman dan Taylor beranggapan *self disclosure* ini sangat penting dalam tahapan awal hubungan untuk mencari kesamaan dan keterhubungan satu sama lain. Kesamaan untuk mencapai kedalaman dan keluasan dapat membangun kepercayaan untuk menuju tahap berikutnya dalam berkomunikasi (Littlejohn & Foss, 2009). *Self disclosure* dapat membantu pembangunan hubungan dan berkontribusi dalam kematangan serta perubahan dalam konsep diri. Oleh karena itu manusia memiliki alasan secara individu maupun dari sisi hubungan mengenai penting adanya *self disclosure* (West dan Turner, 2006)

Ada banyak faktor yang terkait erat dengan peningkatan kedalaman tahapan perkembangan relasional termasuk: jumlah waktu yang dihabiskan untuk terlibat dengan mitra relasional, komitmen (kepuasan dengan hubungan), lingkungan, dan manfaat yang dirasakan dari pengungkapan diri. Social Penetration Theory (SPT) biasanya digunakan pada komunikasi tatap muka. Versi baru SPT memperhitungkan perubahan kecepatan ini sebagai akibat dari interaksi *online*. Penelitian ini berupaya memperluas penggunaan SPT ke komunikasi *online* khususnya *second account* Instagram. Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah mengapa mahasiswa menggunakan *second account* dan bagaimana komunikasi mereka dalam pengembangan hubungan antarpribadi pada penggunaan *second account* Instagram? Penelitian bertujuan untuk memahami komunikasi dalam pengembangan hubungan antarpribadi pada pengguna dan *followers* *Second account* Instagram.

METODOLOGI

Paradigma yang digunakan dalam penelitian adalah paradigma konstruktivisme yang digunakan untuk mengeksplorasi penggunaan motif penggunaan *second account* dalam memberikan kepuasan pada anggotanya. Setiap pengguna membangun makna secara subyektif dari pengalamannya ketika berinteraksi dengan lingkungan. Pembentukan makna terus dinegosiasi oleh individu yang memiliki perbedaan sosial dan historis yang beroperasi dalam setiap kehidupan individu (Creswell, 2009).

Alasan menggunakan paradigma konstruktivisme antara lain: dari sisi ontologis (sifat realita), menjelaskan realitas sosial adalah wujud bentukan (construction) individu-individu subyek yang terlibat dalam penelitian yaitu terutama tineliti dan peneliti, bersifat subyektif dan majemuk. "Subyektif" artinya melihat dari sudut pandang tineliti sebagai subyek penelitian, sedangkan sisi epistemologi (hubungan antara peneliti dan tineliti) terjadi interaksi sosial yang dinamis, informal, dan akrab. Hubungan antara peneliti dan tineliti memiliki kedudukan sebagai orang yang sama-sama belajar memaknai realitas sosial yang diteliti bahkan kadang peneliti bisa menjadi orang yang diteliti.

Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada lima orang mahasiswa yang sudah memiliki *second account* selama minimal dua tahun dan aktif berinteraksi dengan pengguna lainnya. Dalam penelitian, penulis akan melibatkan partisipan yang merupakan mahasiswa yang aktif menggunakan *second account* Instagram. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipan di media sosial mereka. Selanjutnya semua data ditranskrip menjadi satu dokumen dan dibaca sekali untuk pemahaman. Setelah pembacaan awal, pengkodean baris demi baris terbuka dilakukan tema-tema utama dan pola-pola yang muncul.

Metode perbandingan konstan digunakan untuk menilai serangkaian kode, dan akhirnya tema yang terkait dengan data (Miles et al., 2014). Proses Komunikasi dalam hubungan antarpribadi pada pengguna dan *followers* di *second account* Instagram terkait dengan pengalaman informan. Peneliti juga mengamati langsung secara mendalam terhadap perilaku dan interaksi sosial informan melalui cerita atau pengalaman saat informan membangun hubungan antarpribadi pada pengguna dan *followers* di *second account* Instagram. Cerita atau pengalaman yang dijabarkan oleh informan melalui wawancara dan observasi tersebut valid, karena hal itu merupakan konsep diri yang telah dibangun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alasan menggunakan *second account*

Pertanyaan pertama yang ditanyakan kepada para informan adalah mengapa mereka memiliki dua akun dalam Instagram. Hasil wawancara menjelaskan bahwa pada *first account* Instagram, seseorang pengguna membuat profil yang menampilkan foto, nama sebenarnya, dan identitas lainnya. Mereka memiliki akun tersebut selama beberapa tahun untuk menemukan seseorang yang sudah dikenal di dunia nyata atau bertemu dengan kenalan baru. *Followers* baru Instagram dapat dengan mudah mencari *timeline* atau foto untuk melihat aktivitas yang dilakukan *followers* sebelum mengenal mereka, demikian juga sebaliknya. Dengan menampilkan identitas sebenarnya para *followers first account* Instagram dapat dengan mudah mengenali dan melihat semua foto lama mereka selama bertahun-tahun. Pengguna tidak melakukan seleksi ketat dalam menyetujui pertemanan dan mem-*follow* akun Instagram pengguna lain yang dikenal secara dekat ataupun tidak dikenal seperti para artis, selebgram, bahkan olshop. Berbeda dengan *second account*, pengguna biasanya tidak menampilkan atau berusaha menyamarkan profil, nama, foto, atau didentitas lain. Jika di *first account* Instagram, seorang pengguna melakukan pencitraan diri, diakun kedua justru sebaliknya (pengguna tidak perlu melakukan pencitraan diri).

Followers second account Instagram adalah orang-orang yang sudah dikenal secara dekat di dunia nyata. Pengguna *first account* umumnya pasif dan sangat jarang membagikan aktivitas mereka pada feeds, Instastory atau reels. Alasannya karena banyak *followers* dari akunnya yang tidak dikenal dekat. Selain itu, perasaan khawatir akan respon negatif atau takut dihakimi, sehingga mereka tidak percaya diri bila membagikan sesuatu. Pengguna *first account* lebih aktif melihat feeds, story, dan reels yang dibagikan selebgram, publik figur, atau olshop yang diikutinya dibandingkan membagikan kesehariannya. Tujuannya sebagai hiburan, referensi gaya hidup (kuliner, fashion, tempat wisata), untuk menghabiskan waktu, mengusir kesepian, dan lain-lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna lebih banyak menghabiskan waktu di *second account* dibandingkan dengan *first account*. Pengguna *first account* membagikan konten yang merepresentasikan identitas aslinya karena terkait dengan pembentukan citra dirinya (Baym, 2010). Umumnya mereka adalah pengamat pasif, sementara pada *second account* pengguna dan *followers* saling berbagi dengan aktif. Informan menyatakan saat berbagi dengan mem-posting aktivitas pada *second account*, mereka merasa bahwa *followers* akan menerima informasi tersebut dengan sikap terbuka, tidak menghakimi, dan merespon dengan positif. Orang akan mengungkapkan lebih banyak informasi ketika mereka menjadi lebih dekat dan lebih santai dalam hubungan mereka. Pengguna lebih banyak menghabiskan waktu tanpa memiliki kekhawatiran tentang pengungkapan diri, karena mereka merasa nyaman, dekat dan percaya pada pengikut, serta mengharapkan konsekuensi positif dan negatif yang dihasilkan dari komunikasi dengan orang lain melalui teknologi (Al-Kandari et al., 2016). Berikut pernyataan salah seorang informan yang menyatakan bahwa *first account* adalah akun yang membosankan karena pada akun tersebut banyak mem-*follow* orang-orang yang tidak dikenal dekat.

First account adalah akun yang membosankan karenanya saya lebih sering buka seccond account. Di first account banyak follow selebgram/ artis bahkan banyak olshop

Pengembangan hubungan antarpribadi

Komunikasi yang terjadi dalam mengembangkan hubungan interpersonal dalam *second account* dimulai dari pemilihan *followers* (teman). Pemilihan *followers* didasarkan pada kedekatan dan kepercayaan seseorang yang sudah terjadi dalam dunia nyata (*offline*). Tujuannya pemilihan *followers* adalah agar pengguna dapat berkomunikasi secara terbuka dalam membagikan pengalaman hidup dan aktivitas sehari-hari dengan bebas tanpa takut penilaian negatif. Komunikasi yang bersifat terbuka dari pengguna mengarahkan *followers*-nya untuk terbuka juga. Keterbukaan diri merupakan komponen pokok dalam teori penetrasi sosial yang pada mulanya diterapkan dalam masyarakat di dunia nyata (Altman & Taylor, 1973).

Teori penetrasi sosial memprediksi ketika suatu hubungan berkembang, mitra relasi bergerak melalui lapisan-lapisan yang bertahap dan sistematis dalam keterbukaan diri. Demikian juga proses keterbukaan diri yang terjadi pada *second account* Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahap membangun hubungan atau relasi yang dijelaskan pada teori penetrasi sosial menghasilkan sebuah peta komunikasi pada *second*

account media sosial Instagram. Ketika dua individu memulai suatu hubungan, mereka terlibat dalam pengungkapan diri sebagai cara untuk melakukannya (Derlega & Winstead, 2012). Cara yang dilakukan pengguna dan *followers* untuk mengungkapkan diri adalah dengan cara berinteraksi menggunakan fitur-fitur pada Instagram, seperti: "Instasotry", "live", "reels" dan "feeds."

Ketika membahas secara mendalam terkait pengungkapan diri dalam pengembangan hubungan dan relasional seseorang, analogi umum yang digunakan oleh teori penetrasi sosial adalah analogi bawang merah yang terdiri dari berbagai lapisan. Ada empat lapisan pengungkapan yang dikemukakan oleh teori penetrasi sosial yaitu: tahap orientasi atau disebut dengan tahap awal, tahap eksplorasi atau tahap afektif, tahap pertukaran afektif, dan tahap sentral atau tahap stable-exchange (Altman & Taylor, 1973). Sebuah hubungan relasional yang berkembang bergerak menuju lapisan yang lebih dalam.

Teori penetrasi sosial menyatakan bahwa pengungkapan diri pada tahap awal berpotensi menjadi pembuka percakapan. Komunikasi berorientasi dan mengacu pada pengungkapan fakta berupa informasi umum atau fakta yang sangat dangkal. Menurut teori penetrasi sosial, pengungkapan diri pada tahap awal dianggap tidak berbahaya dan hanya sekedar untuk berbagi. Informasi yang dibagikan pada tahap awal (permukaan) tidak menghasilkan keintiman yang dalam. Pada level permukaan biasanya dilakukan diskusi-diskusi ringan seperti: tugas kuliah, hobby, kuliner, dll. Hal ini berbeda dengan pengungkapan diri di tahap awal pada *second account* yang sudah terjadi secara *offline*, mengingat pengguna dan *followers*-nya sudah saling mengenal. Penelitian pada media sosial pada umumnya seperti Facebook atau Instagram (*first account*) juga mempunyai hasil yang berbeda, dimana *followers* terkadang tidak saling mengenal secara dekat dan kedekatan itu tidak selalu diperlukan untuk menjaga hubungan (Baym, 2010). Pengguna *second account* benar-benar melakukan seleksi dan tidak sembarangan dalam menyetujui seseorang untuk menjadi *followers*-nya. Pengguna memastikan bahwa calon *followers*-nya adalah orang yang dikenalnya secara baik. Demikian pernyataan salah seorang informan.

Saya tidak sembarangan menyetujui seseorang untuk menjadi followers jika tidak benar-benar mengenalnya. Second account Instagram bsaya privat.

Tahap selanjutnya terkait pengembangan hubungan adalah tahap eksplorasi atau lapisan kedua. Lapisan kedua ditandai dengan keterbukaan diri lebih dalam dan apa adanya (jujur). Pengungkapan pada tahap eksplorasi berisi informasi yang lebih selektif dalam pengungkapannya. Pengguna dan *followers* berbagi aspek kepribadian satu sama lain dan menghabiskan waktu bersama secara *online*. Ada perubahan kecepatan dalam pengungkapan melalui media dimediasi komputer pada tahap ini. Pengguna mulai sering memposting status terkait aktivitas sehari-hari sehari-hari melalui Instastory Instagram. Instastory adalah foto atau video yang diposting pengguna dan muncul selama 24 jam pada *followers*. Pembuatan instastory pada Instagram bertujuan untuk menginformasikan kepada *followers* apa yang sedang terjadi dalam kehidupan pengguna tanpa merasa terlalu banyak berbagi. Profil pengguna akan muncul di bagian atas Instagram *followers* untuk memberi tahu *followers* bahwa pengguna memiliki cerita atau berita.

Instastory yang dibagikan pengguna seperti: tempat-tempat kuliner atau tempat pariwisata yang sedang dikunjungi. Kegiatan meng-cover lagu, fashion, musik, mem-posting sesuatu yang absurd, dan berbagai pengalaman pribadi yang relevan dengan pertemanan mereka. Hal-hal tersebut dibagikan secara ekspresif dan apa adanya. Komunikasi ekspresif dapat dilakukan, baik sendirian maupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, tetapi dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi). Perasaan-perasaan seperti: sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, dan benci dapat diungkapkan melalui kata-kata dan juga dapat dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Seorang informan menyatakan ada perbedaan jika ingin memposting di *first account*, pengguna menyatakan harus memilih foto-foto atau video terbaiknya. Demikian pernyataannya.

Dengan cara saya suka post foto atau video random sih. Terus selfie senyum gitu Kaya yaudah apa adanya tanpa harus gimic kaya di first account.

Kegiatan tersebut dapat menjadi hiburan, mengisi waktu, bertukar informasi, dan menghindari kesepian. Hal ini senada dengan penelitian (Deters & Mehl, 2013) yang menyatakan bahwa seseorang yang

mem-posting kegiatan keseharian pada media sosial dan pengakuan diri pengalaman pribadi sehari-hari dapat meningkatkan keterhubungan, yang pada gilirannya dapat mengurangi kesepian. Membangun keterbukaan diri adalah membuka informasi dalam mengenai diri sendiri, tentang pikiran, perasaan, unek-unek serta emosional seseorang yang menjadi pengungkapan diri sebagai tindakan yang dilakukannya (DeVito, 2011).

Pengguna berinteraksi dengan mengirimkan pesan kepada *followers* dan sebaliknya *followers* akan memberikan komentar. Berbagi cerita dan pesan tersebut merupakan bentuk pengungkapan diri. Pengungkapan diri dalam teori penetrasi sosial merupakan proses mengembangkan dan mempertahankan hubungan (Altman & Taylor, 1973). Pengungkapan secara *online* dapat meningkatkan kekuatan ikatan, dalam beberapa kasus mengubah ikatan yang lemah menjadi ikatan yang kuat.

Pengguna *second account* mengharapkan respon atau balasan dari *followers*-nya dari proses keterbukaan diri yang dilakukannya. Dengan kata lain keterbukaan diri pengguna mengarahkan pengikutnya untuk merespon atau membalasnya. Pengguna berharap cerita yang dibagikan akan dilihat oleh pengikutnya. Pengguna biasanya mengecek siapa saja *followers* yang sudah melihat story yang dibagikannya. Respon berupa simbol suka (like), tanda love (senang), tanda jempol (setuju), atau berbagai narasi (seperti "keren", "itu dimana", Enaknya jadi ngiler, Top). Dari balasan atau respon tersebut, terjadi langkah yang lebih dalam yaitu memulai percakapan secara langsung. Balasan yang diberikan *followers* merupakan penghargaan tersendiri bagi pengguna. Penghargaan tersebut dapat mendorong interaksi yang semakin dalam, meningkatkan kepercayaan diri, dan menjadikan pengguna dan *followers* lebih saling terbuka. Hal ini dijelaskan bahwa interaksi pada media sosial membutuhkan penghargaan yang dapat meningkatkan harga diri di antara orang-orang yang penuh perhatian (Yang et al., 2017)

Seperti hasil wawancara dengan seorang informan yang menyatakan bahwa setiap meng-update story, pengguna selalu melihat siapa aja yang melihat story-nya. Pengguna terkadang menunggu seseorang yang diharapkan dapat melihat, merespon, atau membalas (me-reply) update story. Berikut ungkapannya:

sering kalo aku lagi post atau update story maupun feeds karena ada satu orang yang aku tunggu bgtt kalo aku lagi story maupun update feeds kaya, "dia udh seen story gue belom ya" "dia ngelike ga ya?", "dia bakal reply story yang gue buat ga ya?", jadi sebenarnya secc akun itu juga jadi sarana buat kode ke seseorang yang bener" aku tunggu kehadirannya buat mulai percakapan di direct message karna aku buat story di secc akun aku berharap dia reply story aku.

Lapisan selanjutnya adalah lapisan inti yang banyak menghadirkan informasi yang lebih pribadi seperti curhatan hati. Namun perlu dijelaskan bahwa pengguna memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda-beda tergantung dari kepribadian masing-masing. Seorang pengguna akan mengevaluasi hubungan *online* pada *second account*. Evaluasi merupakan salah satu pencarian solusi untuk mempertahankan hubungan atau mengakhiri hubungan secara *online*. Sebuah penelitian menyebutkan bahwa pengguna cenderung menghapus seseorang dari pertemanan *online* karena dianggap sebagai sebuah ancaman (Bryant & Marmo, 2012). Seorang pengguna yang merasakan manfaat dalam hubungan *online* di *second account* akan mengungkapkan lebih banyak baik informasi tentang diri mereka baik dari segi kedalaman maupun keluasan. Pengguna akan memanfaatkan *second account* sebagai media berbagi kesedihan atau menumpahkan curahan hatinya (curhat). Komentar ataupun empati dari *followers* di *second account* dapat memberi motivasi bagi pengguna dan merupakan dukungan sosial. Seorang individu yang terbuka lebih mudah untuk memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi karena individu tersebut mampu untuk bercerita dan meminta pendapat dari orang lain, dan demikian juga sebaliknya. Dukungan sosial mengacu pada manfaat sosial (misalnya, emosional, bantuan informasional, dan instrumental) yang dirasakan, diekspresikan, dan diperoleh orang dari interaksi manusia (Luo & Hancock, 2020). Melalui proses komunikasi tersebut, informan dan pengikut membentuk ikatan yang lebih erat. Hal ini mengandung pengertian bahwa pengguna akun *Instagram second account* akan mengembangkan hubungan dengan menimbang manfaat atau kepuasan. Bila mereka merasakan manfaat, maka informasi yang dibagikan akan menunjukkan keintiman (saling pengertian dan dukungan), meskipun tidak semua bidang kehidupan mereka bagikan secara konsisten dan terbuka.

Sebaliknya, jika pengguna tidak merasakan manfaat atau kepuasan dari hubungan dengan seseorang yang menjadi *followers*-nya, maka pengguna dapat menghapus pertemanan dalam *second account* (remove friend).

Pengguna yang mengakhiri hubungan *online* karena berbagai alasan misalnya konflik di dunia *offline* atau alasan lain seperti: menggunakan bahasa yang tidak pantas, membuat komentar negatif, dan masalah lainnya. Salah seorang informan menjelaskan bahwa ia pernah menghapus pertemanan seseorang yang pernah dekat dengan dirinya pada masa lampau karena konflik di dunia nyata. Berikut ungkapannya:

Aku pernah block teman di second account, alasan nya simple karna orang itu mantan pacar aku yang toxic jadi aku mau berhenti berhubungan sama dia jadi aku block akunnya, bahkan selain aku yang ngeblock, temen aku juga pernah remove aku dari followers nya tapi aku ga masalah sama sekali karna manusiawi yang pernah ga nyaman/ ga suka sama orang lain bahkan memilih untuk menjadi followersnya

Selain itu, pengguna juga dapat memanfaatkan fitur *close friend* yaitu memilih *followers* yang dianggap sangat dekat dan dapat dipercaya saat ini (membentuk kelompok kecil dalam kelompok besar). Hal ini sejalan dengan penjelasan bahwa pada lapisan inti seseorang hanya akan berbagi dengan teman yang sangat dekat, mitra relasi, dan/atau keluarga (Altman & Taylor, 1973). Pengguna juga bisa menggunakan fitur *hide* (menyembunyikan) dengan tujuan agar individu-individu yang disembunyikan tidak dapat melihat *story* pengguna. Informan menyatakan bahwa alasan menyembunyikan beberapa *followers second account* karena dianggap sudah tidak relevan atau dengan berbagai alasan seperti: sudah tidak satu pekerjaan, tidak satu sekolah, sudah jarang *me-reply* atau jarang merespon *story* pengguna dan menyembunyikan sebuah konten agar tidak diketahui. Informan menyatakan lebih memilih fitur menyembunyikan atau “*hide*” dibandingkan menghapus pertemanan di *second account*. Tujuannya agar pengguna tetap mengetahui kehidupan orang tersebut secara detail dan akurat, tanpa orang tersebut tidak perlu mengetahui kehidupan pribadinya. Demikian kutipan hasil wawancaranya:

Alasan meng-hide instastory dari orang di second account walaupun sudah merasa dekat karena biasanya teman atau orang yang di-hide itu sudah tidak sedekat dulu (misalnya sudah beda sekolah, jarang bertemu, jarang berinteraksi atau me-reply story satu sama lain). Alasan me-remove followers dari second account adalah ada masalah di dunia nyata. Alasan lebih memilih meng-hide atau menyembunyikan daripada me-remove followers di second account adalah agar kita tetap bisa mengetahui update kehidupan orang tersebut secara lebih detail atau akurat dibanding apa yang mereka update di first account, tetapi kita tidak terlalu mengumbar kehidupan pribadi dengan orang tersebut dengan cara meng-hide dari instastory kita.

Diskusi

Instagram merupakan aplikasi berbasis foto dan video yang juga memiliki fitur *multiple account* yang memungkinkan penggunanya untuk membuat akun lebih dari satu dalam satu perangkat (*second account*) yang disukai oleh anak muda. Pengguna memilih pengikutnya hanyalah orang-orang yang dekat dan dipercaya. *Second account* Instagram memfasilitasi pengguna untuk berkomunikasi secara ekspresif, percaya diri, dan membagikan apa yang mereka ingin bagikan. Pengguna yang sebagian besar generasi muda memanfaatkan *second account* Instagram untuk membentuk mitra relasional melalui pengembangan hubungan. Pengembangan hubungan dilakukan dengan cara pengungkapan diri. Pengguna *second account* mengungkapkan lebih banyak informasi tentang diri mereka baik dari segi kedalaman maupun keluasan dan membangun kehadiran dari waktu ke waktu. Pengguna memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda-beda tergantung dari kepribadian masing-masing. Komunikasi yang dilakukan pada *second account* dimulai dari pertemanan di dunia nyata (*offline*) lalu bergerak tahap eksplorasi menuju ke hubungan yang lebih intim, jika mereka mendapatkan manfaat dari hubungan tersebut. Manfaat yang lebih ditekankan dalam penetrasi sosial berupa penghargaan dalam sebuah hubungan. Pengguna memperhitungkan manfaat yang ia terima dalam sebuah hubungan untuk menentukan langkah selanjutnya dalam hubungan tersebut (Altman & Taylor, 1973).

Keterbukaan diri pada dasarnya bertujuan agar hubungan antarpribadi menjadi lebih dekat dan terjalin lebih intim. Jika pengguna dan folowers dalam hubungan tersebut menghasilkan manfaat positif, hubungan akan semakin dekat. Komunikasi dalam pengembangan hubungan yang ditunjukkan oleh pengguna *second account* Instagram berbeda dengan pengembangan hubungan di dunia *offline* dan hubungan pada media sosial pada umumnya. Tahap pencitraan diri sebagai bagian awal pada media sosial pada umumnya tidak terjadi pada

second account. Foto profil dan identitas yang dibagikan pengguna justru disamarkan, karena *followers* sudah saling mengenal dekat di dunia nyata. Tahapan pengembangan hubungan yang terjadi adalah tahap eksplorasi lalu bergerak ke tahap inti. Pada tahap eksplorasi pengembangan hubungan menciptakan peluang bagi *followers* untuk merespon dengan empati, simpati, dan pengertian. Respon positif dan dukungan yang diberikan oleh *followers* menjadi dukungan sosial. Dukungan sosial mengacu pada manfaat sosial (misalnya, emosional, bantuan informasional, dan instrumental) yang dirasakan, diekspresikan, dan diperoleh orang dari interaksi manusia (Luo & Hancock, 2020). Dukungan sosial memperkuat ikatan dan memperdalam hubungan di antara mereka. Artinya melalui keterbukaan diri, seseorang dapat memberitahu orang lain bahwa dirinya mempercayai, menghargai dan peduli akan hubungan mereka. Komentar ataupun empati dari *followers* di *second account* dapat memberi motivasi bagi pengguna. Seorang individu yang terbuka lebih mudah berbagi atau bercerita untuk memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi dengan meminta pendapat dari orang lain, demikian juga sebaliknya. Perkembangan hubungan pada tahap ini berpotensi ke tahap yang stabil.

Proses pengembangan relasional dan pemeliharaan terutama bertumpu pada peran pengungkapan diri. Teori penetrasi sosial menyatakan bahwa sebagai relasi atau mitra pengungkapan diri baik dari segi kedalaman maupun keluasan mendorong orang lain untuk membahas dan memungkinkan hubungan akan berkembang. Pengguna tidak merasa malu untuk mengungkapkan dirinya secara ekspresif mengingat komunikasi dimediasi komputer dapat mengurangi rasa malu dan kekhawatiran tentang presentasi diri secara visual dan penilaian orang lain. Pengguna menggunakan *second account* sebagai sarana untuk berbagi pengalaman, pemikiran, mengekspresikan diri, dan emosi yang lebih privasi dengan teman-teman terdekat mereka. Dalam prosesnya, mereka menyadari bahwa keterbukaan diri merupakan bagian dari upaya mereka dalam mengelola kesan diri yang mereka pilih untuk membangun hubungan yang lebih intim dan jujur dengan *followers*-nya.

Kepribadian masing-masing pengguna yang berbeda-beda menentukan tingkat pengungkapan diri, selanjutnya seorang pengguna akan mengevaluasi hubungan *online* pada *second account* berdasarkan manfaat yang didapatkan dalam hubungan *online*. Evaluasi merupakan salah satu bentuk pencarian solusi untuk mempertahankan hubungan atau mengakhiri hubungan secara *online*. Bila mereka merasakan manfaat, maka informasi yang dibagikan akan menunjukkan keintiman (saling pengertian dan dukungan), meskipun tidak semua bidang kehidupan mereka bagikan secara konsisten dan terbuka. Sebaliknya, jika pengguna tidak merasakan manfaat atau kepuasan dari hubungan dengan seseorang yang menjadi *followers*-nya, maka pengguna dapat menyembunyikan bahkan menghapus pertemanan dalam *second account* Instagram

SIMPULAN

Pengguna *second account* yang umumnya generasi muda melakukan seleksi dalam menyetujui seseorang untuk menjadi *followers*-nya dan memastikan bahwa calon *followers*-nya adalah orang yang dikenalnya secara baik. Mereka memanfaatkan *second account* Instagram untuk membentuk mitra relasional melalui pengembangan hubungan yang dilakukan dengan cara pengungkapan diri. Pengguna *second account* mengungkapkan lebih banyak informasi tentang diri mereka baik dari segi kedalaman maupun keluasan dan membangun kehadiran dari waktu ke waktu. Pengguna memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda-beda tergantung dari kepribadian masing-masing. *Second account* Instagram memfasilitasi pengguna untuk berkomunikasi secara ekspresif, percaya diri, dan membagikan apa yang mereka ingin bagikan. Kepribadian masing-masing pengguna yang berbeda-beda menentukan tingkat pengungkapan diri. Komunikasi yang dilakukan dimulai dari dunia *offline* lalu bergerak ke tahap eksplorasi menuju ke hubungan yang lebih intim tergantung apakah hubungan tersebut menghasilkan manfaat positif. Bila pengguna merasakan manfaat, maka informasi yang dibagikan akan menunjukkan keintiman (saling pengertian dan dukungan), meskipun tidak semua bidang kehidupan mereka bagikan secara konsisten dan terbuka. Sebaliknya, jika pengguna tidak merasakan manfaat atau kepuasan dari hubungan dengan seseorang yang menjadi *followers*-nya, maka pengguna dapat menghapus pertemanan dalam *second account*. Implikasi dari penelitian memberikan kontribusi berupa rekomendasi bagi generasi milenial

untuk mengungkapkan diri dengan percaya diri dalam pengembangan dan pemeliharaan hubungan relasional melalui komunikasi pada *second account*. *Second account* merupakan media sosial yang dapat memberikan manfaat seperti bentuk penghargaan pada sebuah hubungan dan di tahap mana seseorang dapat merefleksikan apa yang mereka inginkan secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Kandari, A., Melkote, S. R., & Sharif, A. (2016). Needs and Motives of Instagram Users that Predict Self-disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait. *Journal of Creative Communications*, 11(2), 85–101. <https://doi.org/10.1177/0973258616644808>
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). Social penetration: The development of interpersonal relationships. In book.google (p. 25). NY: Holt, Rinehart, & Winston. https://www.google.co.id/books/edition/Social_Penetration/wiu3AAAAIAAJ?hl=id
- Baym, N. K. (2010). Personal connections in the digital age. Polity Press.
- Bazarova, N. N. (2012). Public intimacy: Disclosure interpretation and social judgments on Facebook. *Journal of Communication*, 62(5), 815–832. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01664.x>
- Bryant, E. M., & Marmo, J. (2012). The rules of Facebook friendship: A two-stage examination of interactions rules in close, casual, and acquaintance friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 29, 1013–1035. <https://doi.org/.doi:10.1177/0265407512443613>
- Creswell, J. W. (2009). Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (3rd ed., Vol. 8). Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.2307/1523157>
- Derlega, V., & Winstead, B. (2012). Friendship and Social Interaction. Springer Verlag. <https://doi.org/doi:10.1007/97801-4612-4880-4>
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does Posting Facebook Status Updates Increase or Decrease Loneliness? An Online Social Networking Experiment. Sage Journal, 4(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1948550612469233>
- DeVito, J. (2011). Komunikasi Antarmanusia. Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group.
- Jiang, L. C., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2013). From perception to behavior: Disclosure reciprocity and the intensification of intimacy in computer-mediated communication. *Communication Research*, 40, 125–143. <https://doi.org/doi:10.1177/0093650211405313>
- Karakayali, N., & Kilic. (2013). More network conscious than ever? Challenges, strategies, and analytic labor of users in the Facebook environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 175–189. <https://doi.org/doi:10.1111/jcc4.12005>
- Littlejohn, S., & Foss, K. A. (2009). Teori Komunikasi (9th ed.). Salemba Humanika.
- 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/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook (3rd ed.). Sage Publications.
- Pennington, N. (2020). Building and Maintaining Relationships in the Digital Age: Using Social Penetration Theory to Explore Communication through Social Networking Sites. In Y. Nam & So Y. Bae (Eds.), book.google (p. 169). https://www.google.co.id/books/edition/Sustainable_Tourism_in_the_Social_Media/ELgIEAAAQBAJ?hl=id
- Prihantoro, E., & Paula, K. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3).
- West R. & Turner LH. (2008). Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi. Buku 1 edis ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yang, C., Holden, S. M., & Carter, M. D. K. (2017). Emerging adults' social media self-presentation and identity development at college transition: Mindfulness as a moderator. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 52, 212–221. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.appdev.2017.08.006>

WEBSITE

Rizaty, MA. (2023). Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>