

Hubungan Antara *Self-Disclosure* dengan *Psychological Well-Being* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Pemilik *Second Account* Instagram di Universitas Medan Area

The Correlation Between Self-Disclosure and Psychological Well-Being on Female Students of The Faculty Of Psychology Who Own Second Instagram Accounts at University of Medan Area

Pina Palentina^(1*), Istiana⁽²⁾ & Nini Sri Wahyuni⁽³⁾

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

Disubmit: 21 April 2025; Direview: 06 Mei 2025; Diaccept: 26 Mei 2025; Dipublish: 17 Juni 2025

*Corresponding author: pinapalentina12@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *self-disclosure* dengan *psychological well-being* pada pemilik *second account* Instagram. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dengan sampel 123 pemilik *second account* Instagram, menggunakan teknik *incidental sampling*. Metode analisis data menggunakan uji korelasi *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *self-disclosure* dengan *psychological well-being* pada pemilik *second account* di Instagram dengan nilai $r_{xy} = 0,661$ dengan $P = 0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Koefisien determinan (R^2) sebesar 0,436, menunjukkan bahwa *self-disclosure* berkontribusi terhadap *psychological well-being* sebesar 43,6% sisanya dari faktor lain yang tidak dikaitkan dalam penelitian ini. Analisis lanjutan menunjukkan bahwa *self-disclosure* tergolong tinggi (mean empirik = 59,42, mean hipotetik = 50 dan standar deviasi = 8,376). *Psychological well-being* juga tergolong tinggi (mean empirik = 99,57, mean hipotetik 82 dan standar deviasi = 12,292).

Kata Kunci: Psychological Well-Being; Self-Disclosure; Pemilik Second Account Instagram.

Abstract

This research aimed to examine the correlation between self-disclosure and psychological well-being among owners of second Instagram accounts. The subjects in this study were female students from the Faculty of Psychology, University of Medan Area, with a sample of 123 second account Instagram owners, using incidental sampling techniques. The data analysis method used the product moment correlation test. The results of the study showed a significant positive correlation between self-disclosure and psychological well-being among second account Instagram owners, with a correlation coefficient of $r_{xy} = 0.661$ and $P = 0.000 < 0.05$. These results indicated that the hypothesis proposed in this study was accepted. The coefficient of determination (R^2) was 0.436, showing that self-disclosure contributed 43.6% to psychological well-being, with the remainder influenced by other factors not considered in this study. Further analysis showed that self-disclosure was categorized as high (empirical mean = 59.42, hypothetical mean = 50, and standard deviation = 8.376). Psychological wellbeing was also categorized as high (empirical mean = 99.57, hypothetical mean = 82, and standard deviation = 12.292).

Keywords: Psychological Well-Being; Self-Disclosure; Second Instagram Account Owners .

DOI: <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v6i2.715>

Rekomendasi mensitasikan :

Palentina. P., Istiana. & Wahyuni, N. S. (2025), Hubungan Antara *Self-Disclosure* dengan *Psychological Well-Being* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Pemilik *Second Account* Instagram di Universitas Medan Area. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 6 (2): 719-725.

PENDAHULUAN

Di era informasi digital saat ini, internet dan media sosial sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta pengguna selama periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan periode sebelumnya yang tercatat sebanyak 210,03 juta pengguna. Angka tersebut setara dengan sekitar 78,19% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa. Selain itu, menurut laporan We Are Social pada Oktober 2023, Indonesia memiliki sekitar 104,8 juta pengguna Instagram, sehingga menjadikannya negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar keempat di dunia. Peningkatan jumlah pengguna internet dan Instagram ini mengindikasikan semakin tingginya adopsi dan keterlibatan dalam platform digital (Bilqis dkk., 2024).

Media sosial memungkinkan orang untuk berpartisipasi dengan memberikan komentar, memberikan umpan balik secara publik, dan memberikan informasi secara cepat tanpa batasan ruang dan waktu (Secsio et al.). Sebuah penelitian oleh Kusuma dan Yuniardi (2020) menemukan bahwa Instagram dapat memengaruhi *psychological well-being* individu dan bahkan dapat menginspirasi mereka untuk menjalani kehidupan yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang melihat unggahan atau cerita tentang nilai-nilai kehidupan dan spiritualitas di Instagram memiliki perspektif yang lebih baik terhadap kehidupan, dan manfaat tambahan dari

akun tersebut dapat mengarah pada peningkatan kualitas hidup.

Instagram merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengelola citra diri mereka di depan publik. Popularitas Instagram saat ini khususnya menarik minat generasi milenial yang kerap mengunggah swafoto dan video. Kekuatan dari seringnya mengunggah foto, video, dan komentar menjadikan Instagram lebih dari sekadar alat untuk berbagi informasi atau berkomunikasi. Platform ini kini digunakan sebagai sarana untuk mengelola citra diri, menampilkan diri secara positif kepada publik, dan memamerkan aspek-aspek tertentu dari diri sendiri secara lebih efektif dibandingkan media sosial lainnya (Mutia, 2017).

Hal ini memungkinkan pengguna untuk memanipulasi diri mereka sendiri agar terlihat sempurna di hadapan orang lain. Karena pengguna Instagram tidak mungkin terus-menerus menampilkan konten yang sempurna untuk diunggah, mereka membuat akun tambahan untuk mengunggah konten yang mereka inginkan. Menurut Hidayati & Irwansyah (2021), pengguna memiliki kendali atas informasi pribadi mereka, dan pengungkapan serta penyembunyian informasi pribadi dapat diubah sesuai dengan aturan yang mengatur aksesibilitas informasi. Pengguna mungkin tidak percaya diri dalam mengunggah foto atau video ke akun utama mereka, sehingga mereka biasanya membuat akun kedua.

Fenomena yang terjadi secara konsisten di Instagram setiap tahunnya, dan disebut oleh banyak pengguna media sosial sebagai “*second account*”. Penelitian sebelumnya tentang akun Instagram kedua

menunjukkan bahwa akun-akun ini sering menggunakan nama samaran, atau pseudonim dalam istilah KBBI. *Second account* adalah akun yang menggunakan identitas palsu. Akun-akun ini menawarkan manfaat seperti kebebasan berekspresi, mengurangi kecemasan, dan privasi bagi penggunanya, dan juga dapat digunakan untuk menguntit. Salah satu fungsi utama akun Instagram kedua adalah *self-disclosure* (Anatasya, 2023). *Second account* memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka sesuai keinginan, karena mereka memiliki tujuan tertentu dan biasanya perempuan. Siapa pun yang memiliki *second account* dapat terlibat dalam banyak aktivitas baru. Menurut Gandasari et al. (2022), individu memiliki lebih banyak kebebasan untuk mengekspresikan perasaan, pikiran, dan emosi mereka karena mereka tidak memiliki banyak pengikut dan hanya memiliki pengikut yang mereka percaya. Hal ini karena individu saling percaya dan memiliki keberanian untuk berbagi pikiran dan perasaan mereka.

Menurut Ryff (1989), *psychological well-being* merupakan suatu konstruk multidimensi yang terbentuk dari sifat atau sikap seseorang terhadap kehidupannya. *Psychological well-being* merupakan suatu konsep yang berkaitan dengan emosi yang dirasakan seseorang sebagai akibat dari peristiwa yang dialaminya dalam kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa *psychological well-being* sangat penting bagi manusia. Kemampuan untuk mengendalikan emosi negatif ketika mengalami kekecewaan, kegagalan, dan kesedihan merupakan bagian normal dari kehidupan. Ketika seseorang merasa baik secara psikologis,

maka ia mampu mengelola lingkungannya dan lebih mungkin memberikan dampak positif bagi orang lain dan lingkungannya. Memiliki *psychological well-being* yang baik pada masa dewasa awal sangatlah penting karena dapat membantu menghadapi berbagai permasalahan hidup dan menjaga keseimbangan hidup. Suseno & Pramithasari (2019) berpendapat bahwa emosi individu memegang peranan penting karena saling berkaitan dengan dampak positif dan negatif.

Jika ditelaah satu aspek dari pola komunikasi pengguna Instagram dalam rangka mendapatkan pujian, yaitu *self-disclosure* melalui fungsi-fungsi yang disediakan oleh media sosial Instagram. Misalnya, pada fungsi *Insta-Story*, para pengguna Instagram pada awalnya mengunggah pengalaman atau kehidupan sehari-hari mereka dengan cara yang memungkinkan mereka untuk bebas mengekspresikan diri, memberikan pendapat kepada pengguna lain, berbagi cerita, dan melampiaskan kekesalan mereka. Fenomena ini sesuai dengan teori *self-disclosure* dalam pembentukan hubungan dan akan dibahas lebih rinci dalam penelitian ini.

Masa dewasa awal merupakan tahap kritis dalam kehidupan di mana individu mengatasi sejumlah tantangan perkembangan penting seperti membangun identitas pribadi, memulai karier, dan membangun hubungan sosial yang stabil. Selama periode ini, individu berjuang untuk menyeimbangkan kehidupan pribadi dan pekerjaan mereka serta mengelola tanggung jawab jangka panjang. Semua ini berkontribusi pada fondasi kehidupan dewasa karena mereka membutuhkan cara untuk membangun

hubungan sosial yang baik dengan orang lain (Hurlock, 2011). 89% pengguna Instagram di Indonesia berusia antara 18 dan 34 tahun. Fenomena ini menunjukkan bahwa sebagian besar pemegang *second account* memasuki masa dewasa awal. Namun, kelompok usia ini termasuk dalam usia dewasa awal yang ditetapkan oleh Hurlock, yaitu 18 hingga 40 tahun. Fenomena yang menarik untuk dibahas dan dikaji terkait dengan Instagram adalah bagaimana pengguna berinteraksi dan memperlakukan akun mereka secara berbeda. Instagram adalah tempat di mana pengguna mengekspresikan, memposting, dan menunjukkan diri mereka di depan orang lain untuk menunjukkan kehadiran mereka.

Berdasarkan kondisi di atas, peneliti merasa perlu didalami untuk lebih jauh mengeksplorasi hubungan antara *psychological well-being* dan *self-disclosure* pemilik *second account* di Instagram. Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan mahasiswa berinisial NM dari Universitas Medan Area, ditemukan bahwa subjek merasa lebih aman, lebih bebas, dan lebih intim dengan orang-orang terdekatnya di *second account*. Subjek merasa kurang aman, lebih nyaman, dan kurang privasi di akun pertama, dan mereka merasa kurang intim saat mengungkapkan diri di grup besar. Hal ini menunjukkan bahwa subjek sebelumnya tidak merasakan *psychological well-being*, tetapi setelah membuat *second account* dan melakukan *self-disclosure*, mereka mampu merasakan *psychological well-being*.

Wawancara lain yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa berinisial M dari Universitas Medan Area mengungkapkan bahwa subjek merasa

tertekan atau kurang percaya diri untuk mengekspresikan dirinya pada akun pertama karena jumlah orang pada akun pertama terlalu banyak dan takut menjadi bahan gunjingan. Berbeda dengan *second account*, subjek lebih menyukai *second account* karena orang-orang pada *second account* merupakan orang yang dikenalnya atau dipercaya sehingga ia merasa lebih bebas dan lebih leluasa serta dapat menunjukkan jati dirinya kepada orang-orang yang dipercaya atau disukainya. Hal ini juga menunjukkan bahwa subjek menemukan *psychological well-being* pada *second account* saat ia melakukan *self-disclosure* pada kelompok kecil.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dan menurut Salim (2018) pendekatan kuantitatif adalah mengumpulkan data berupa data numerik atau angka-angka untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Psikologi Universitas Medan, populasi sebanyak 557 orang, dan sampel sebanyak 123 orang pengguna Instagram. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yaitu skala *self-disclosure* dan skala *psychological well-being*, dan data dianalisis menggunakan analisis korelasi Pearson.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi product moment untuk menguji hubungan antara dua variabel yaitu *self-disclosure* (x) dan *psychological well-being* (y). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi product

moment dengan menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 21.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian kedua variabel mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel menggunakan *SPSS for Windows versi 21*. Berdasarkan hasil analisis, data variabel *self-disclosure* dan variabel *psychological well-being* diketahui mengikuti distribusi normal. Berdasarkan prinsip kurva normal, jika $p > 0,05$, distribusi data dinyatakan berdistribusi normal, dan sebaliknya, jika $p < 0,05$, distribusi data dinyatakan tidak normal. Berikut ini adalah tabel ringkasan uji normalitas untuk variabel *self-disclosure* dan variabel *psychological well-being*.

Tabel 1. Hasil perhitungan uji normalitas sebaran				
Variabel	Mean	K-S	SD	P(sig)
Self-Disclosure	59,42	0,873	8,376	0,431
Psychological Well-being	99,57	1,627	12,292	0,110
				Normal

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel independen berhubungan dengan variabel dependen. Uji linearitas dapat digunakan untuk mengetahui apakah korelasi antara variabel independen dan variabel dependen dapat dianalisis. Uji linearitas didefinisikan sebagai linear jika p difference lebih besar dari 0,05. Hasil uji linearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil perhitungan uji linearitas		
Korelasional	F	p
X-Y	4,890	0,241

Hasil uji linearitas antara variabel *self-disclosure* (X) dengan variabel *psychological well-being* (Y) diperoleh nilai $F = 4,890$ dan taraf signifikansi $P = 0,241$ ($p > 0,05$) yang berarti terdapat hubungan

linear antara *self-disclosure* (X) dengan *psychological well-being* (Y).

Tabel 3. Hasil perhitungan korelasi product moment

Korelasional (r _{xy})	(R ²)	P	BE %	Keterangan
X-Y	0,661	0,436	0,000	43,6% Signifikan

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi product moment, ditemukan adanya hubungan antara *self-disclosure* dengan *psychological well-being* pemilik *second account* di Instagram, dengan nilai $r = 0,661$, taraf signifikansi $0,000$ ($p < 0,05$) yang menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara *self-disclosure* dengan *psychological well-being*. Nilai korelasi sebesar $0,661$ menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara *self-disclosure* dengan *psychological well-being*. Dalam konteks penelitian ini, *self-disclosure* atau keterbukaan dalam membagikan informasi pribadi di media sosial berpengaruh positif terhadap *psychological well-being*. Artinya, mahasiswa yang lebih sering dan lebih terbuka membagikan informasi pribadi melalui *second account* di Instagram cenderung mengalami *psychological well-being* yang lebih tinggi. Hal ini menurut Luo dan Hancock (2020) terdapat hubungan yang signifikan antara *self-disclosure* di media sosial dengan *psychological well-being*. Semakin tinggi *self-disclosure* maka semakin tinggi pula *psychological well-being*, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa individu dengan *self-disclosure* yang lebih tinggi akan merasa lebih aman dalam hidupnya.

Koefisien determinasi sebesar 43,6% menunjukkan bahwa *self-disclosure* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *psychological well-being*. Hal ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari varians *psychological well-being* dapat dijelaskan oleh tingkat *self-disclosure*.

Meskipun ini merupakan proporsi yang signifikan, penting untuk diingat bahwa 56,4% dari varians *psychological well-being* dapat dikaitkan dengan faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Orang dengan *self-disclosure* yang tinggi tentu memiliki karakteristik atau sifat tertentu. Menurut Delgera et al. (2008), individu dengan *self-disclosure* yang tinggi mengungkapkan perasaannya kepada orang lain, mengungkapkan masalah yang dihadapinya agar orang lain dapat memahami masalah mereka, individu dapat mengungkapkan atau menyembunyikan informasi tentang diri mereka sendiri untuk kontrol sosial, dan berbagi perasaan tentang diri mereka dengan orang lain berdasarkan rasa saling percaya, sehingga menciptakan hubungan yang lebih dekat. Hal ini konsisten dengan penelitian Ting Chen & Li (2017) bahwa pengguna media sosial dengan tingkat *self-disclosure* yang tinggi dapat mengekspresikan diri dan mengidealkan citra mereka. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *self-disclosure* berkontribusi secara signifikan terhadap *psychological well-being* pengguna media sosial.

Hasil analisis *self-disclosure* pemilik *second account* relatif tinggi (mean empiris = 59,42 > mean hipotetis = 50). Hasil analisis *psychological well-being* pemilik akun Instagram kedua juga relatif tinggi (mean empiris = 99,57 > mean hipotetis = 82). Hasilnya, tingkat *self-disclosure* dan *psychological well-being* responden ditemukan lebih tinggi dari nilai hipotetis yang diharapkan. Fakta bahwa mean empiris lebih tinggi dari mean hipotetis berarti bahwa mahasiswa yang memiliki *second account* umumnya memiliki tingkat *self-disclosure* dan *psychological well-being*

yang lebih tinggi dari rata-rata yang diharapkan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* berhubungan positif dan signifikan dengan *psychological well-being* di kalangan mahasiswa yang memiliki *second account*. *Self-disclosure* memberikan kontribusi signifikan terhadap *psychological well-being*, tetapi ada faktor lain yang memengaruhi *psychological well-being*. Hasil ini mendukung pentingnya *self-disclosure* dalam meningkatkan kesejahteraan emosional, dan menunjukkan bahwa bersikap terbuka tentang berbagi informasi pribadi dapat memberikan manfaat psikologis yang signifikan. Penelitian di masa mendatang dapat meneliti faktor-faktor tambahan dan mengeksplorasi strategi untuk memanfaatkan *self-disclosure* guna mendukung kesehatan mental dan *psychological well-being*.

SIMPULAN

Hasil analisis korelasi product moment menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif signifikan antara *self-disclosure* dengan *psychological well-being*, $r_{xy} = 0,661$, taraf signifikansi 0,000 ($<0,05$). Artinya semakin tinggi *self-disclosure* maka semakin tinggi pula *psychological well-being*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif signifikan antara *self-disclosure* dengan *psychological well-being* pada mahasiswa yang memiliki *second account*.

Koefisien determinasi (R^2) adalah 0,436, yang berarti bahwa *self-disclosure* menyumbang 43,6% dari nilai tersebut. Ini adalah angka yang cukup tinggi, yang menunjukkan bahwa faktor *self-disclosure*

memegang peranan penting dalam *psychological well-being*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* dan *psychological well-being* tergolong tinggi. *Self-disclosure* memiliki mean empiris sebesar 59,42, melebihi mean hipotesis sebesar 50, dan simpangan baku (SD) sebesar 8,376. Sementara itu, *psychological well-being* memiliki mean empiris sebesar 99,57, melebihi mean hipotesis sebesar 82, dan simpangan baku (SD) sebesar 12,292. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara variabel X dan variabel Y.

DAFTAR PUSTAKA

- Delgera, V., Winstead, B. A., Mathews, A., & Braitman, A. L. (2008). *Why Does Someone Reveal Highly Personal Information? Attributions For And Against Self-Disclosure In Close Relationships*. *Communication Research Reports*, 2(25), 115-130.
- Dewi Bilqis, T., Raudan Alfiani, M., Ayu Gayatri, F., & Studi Sains Komunikasi, P. (2024). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure. *Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 155-164.
- Gandasari, D., Muslimah, T., Pramono, F., Nilamsari, N., Iskandar, A. M., Wiyati, E. K., Aminah, R. S., & Nahuway, L. (2022). *Pengantar Komunikasi Antar Manusia* (J. Simarmata, Ed.; Janner Simarmata). Yayasan Kita Menulis.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (E. B. Hurlock, Ed.; 5 Ed.). Erlangga
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). *Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being*. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110-115
- Mutia, T. (2017). Generasi Milenial, Instagram Dan Dramaturgi : Suatu Fenomena Dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Islam. *Jurnal Pemikiran Islam*, 40.
- Rahma Hidayati, F., & Irwansyah, I. (2021). Privasi "Pertemanan" Remaja Di Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 78-91.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness Is Everything, Or Is It? Explorations On The Meaning Of Psychological Well-Being. Dalam *Journal Of Personality And Social Psychology* (Vol. 57, Nomor 6).
- Salim, M. P. (2018). *Metologi Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda, Ed.). Citapustaka Media.
- Suseno, M. N., & Pramithasari, A. (2019). Kebersyukuran Dan Kesejahteraan Subjektif Pada Guru Sma Negeri I Sewon. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2), 1-12.
- Ting Chen, H., & Li, X. (2017). He Contribution Of Mobile Social Media To Social Capital And Psychological Well-Being: Examining The Role Of Communicative Use, Friending And Self- Disclosure. *Computers In Human Behavior*, 75.