

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi Interpersonal

##### 2.1.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi dalam bahasa Inggris “*Communication*” dan dari bahasa Latin yaitu “*Communicatus*” yang memiliki arti berbagi atau menjadi milik bersama, komunikasi memiliki arti sebagai proses berbagi pesan di antara pemberi dan penerima pesan dalam aktivitas komunikasi (Pohan & Fitria, 2021). Salah satu jenis komunikasi adalah komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal merupakan suatu komunikasi yang lebih dekat dengan penyampaian informasi atau suatu pesan yang dilakukan oleh dua orang baik secara langsung ataupun tidak langsung untuk mencapai tujuan yang sama (Nanda & Kartika, 2017). Pengertian komunikasi interpersonal menurut Joseph DeVito Komunikasi interpersonal merupakan proses memberi dan menerima suatu pesan antar dua orang atau sekelompok orang dengan beberapa effect atau umpan balik (Abidin, 2022). Sedangkan menurut Effendi yang dikutip dari (Hanani, 2017) mendefinisikan komunikasi interpersonal disebut sebagai *diadic communication* yaitu komunikasi antar dua individu yang saling berhubungan langsung dalam bentuk percakapan. Hubungan bisa melalui berhadapan muka atau (*face to face*) bisa juga melalui sebuah medium seperti telepon yang sifatnya dua arah atau timbal balik (*two way traffic communication*).

### 2.1.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan dalam menjalankan komunikasi. Menurut Joseph A. Devito tujuan komunikasi interpersonal adalah (Samsinar & Rusnali, 2017):

1. Penemuan diri (*Personal Discovery*)

Komunikasi interpersonal yang dimaksud dalam tujuan ini yaitu ketika seseorang berkomunikasi dengan orang lain, maka tanpa sadar sebenarnya sedang belajar mengenal dan mengetahui diri sendiri dan orang lain.

2. Pembinaan hubungan yang bermakna

Saat berkomunikasi seseorang dapat menghabiskan waktu dan energi mereka untuk membina dan memelihara hubungan sosial.

3. Persuasi

Komunikasi berusaha menyakinkan untuk mengubah suatu sikap atau perilaku baik diri sendiri maupun orang lain. Saat melakukan persuasi antarpribadi baik sebagai sumber ataupun sebagai penerima informasi seseorang cenderung akan berusaha mengubah sikap orang lain juga.

4. Hiburan

Dalam berkomunikasi lebih banyak untuk bermain dan menghibur diri serta orang lain. Artinya hiburan merupakan cara untuk mengikat perhatian dari orang lain sehingga seseorang bisa mencapai tujuan yang lainnya.

### **2.1.3 Efektivitas Komunikasi Interpersonal**

Menurut Devito (Devito, 1997) efektivitas komunikasi interpersonal memiliki lima kualitas umum yang dapat dipertimbangkan yaitu:

1. Keterbukaan, merupakan sikap yang dapat menerima suatu pendapat atau masukan dari orang lain dan dapat menyampaikan informasi kepada orang lain.
2. Empati, merupakan suatu sikap seseorang yang dapat dirasakan dan dipahami oleh keadaan orang lain serta dapat melihat suatu permasalahan dari sudut pandang orang lain.
3. Sikap mendukung, Pihak yang melakukan suatu komunikasi memiliki komitmen untuk saling mendukung agar terjadinya suatu interaksi secara terbuka.
4. Sikap positif, Sikap yang di tunjukkan dalam berkomunikasi dapat dilihat melalui suatu perilaku.
5. Kesetaraan, dalam berkomunikasi kedua belah pihak sama atau setara. Artinya dalam berkomunikasi saling menghargai satu sama lain.

### **2.1.4 Jenis- Jenis Komunikasi Interpersonal**

Menurut Ngalimun (Ngalimun, 2022) komunikasi interpersonal dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam keadaan berhadapan langsung. Komunikasi diadik dapat dilakukan dalam tiga bentuk, seperti: percakapan yang bersifat bersahabat dan

informal, dialog yang berlangsung pada situasi lebih intim dan lebih personal, serta wawancara yang bersifat lebih serius sehingga ada pihak yang bertanya dan ada pihak yang menjawab.

2. Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Grup Communication*) merupakan proses komunikasi yang berlangsung tiga orang atau lebih secara langsung, sehingga anggotanya saling berinteraksi.

### **2.1.5 Sifat – Sifat Komunikasi Interpersonal**

Agar terjalinnya hubungan komunikasi interpersonal terdapat sifat-sifat yang ada didalamnya, antara lain (Najib, 2022):

1. Melibatkan individu dan saling bergantung satu sama lain. Ketika seseorang melakukan komunikasi interpersonal, saat proses komunikasi akan berdampak pada orang lain (saling bergantung).
2. Bersifat relasional. Dalam hubungan komunikasi interpersonal memiliki dampak dan arti tersendiri sehingga seseorang harus mengetahui cara berkomunikasi melalui hubungan baik antar individu satu dengan yang lain sehingga hubungan yang terjalin menjadi efektif.
3. Terdapat dalam suatu rangkaian. Rangkaian yang ada pada komunikasi interpersonal dari impersonal ke personal yang lebih tinggi. Dalam keadaan impersonal komunikasi cenderung sesuai dengan peran. Sedangkan personal yang lebih tinggi akan membicarakan hal pribadi.
4. Melibatkan pesan verbal dan nonverbal dalam penyampaian pesan. Komunikasi tidak hanya menyampaikan pesan dan

menerima suatu pesan, tetapi juga melibatkan ekspresi yang diberikan.

5. Terjadi dalam berbagai bentuk. Komunikasi interpersonal biasanya terjadi secara tatap muka. Namun, di perkembangan era ini komunikasi interpersonal dapat terjadi melalui jenis jaringan teknologi komputer. Contohnya email, zoom, telfon, sms, dan postingan media sosial.
6. Melibatkan pengambilan pilihan. Komunikasi yang dilakukan dengan orang lain merupakan sebuah pilihan yang dibuat oleh komunikator. Komunikator dapat memilih dengan siap berhubungan dan topik apa yang akan di tentukan.

## **2.2 Pengungkapan Diri (*Self - Disclosure*)**

### **2.2.1 Pengertian *Self- Disclosure***

Pengungkapan diri (*self-disclosure*) adalah suatu aktivitas atau proses berbagi informasi dengan orang lain. Informasi yang dibagikan berupa pengalaman pribadi, perasaan yang dirasakan, dan rencana masa depan dan sebagainya (Mahardika & Farida, 2019). Pengertian lain *self-disclosure* Menurut DeVito (DeVito, 2007) *self-disclosure* merupakan pengungkapan informasi mengenai diri kita yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain. Pengungkapan diri melibatkan informasi yang di komunikasikan kepada orang lain secara bebas atau informasi yang di sebarakan adalah informasi baru atau menjelaskan perasaan seseorang yang dirasakan.

Sedangkan menurut Wood, dikutip dalam (Andrian et al., 2022) *self-disclosure* merupakan pengungkapan informasi tentang diri sendiri yang tidak bisa diketahui oleh orang lain. Seseorang tidak dapat membuka diri ketika seseorang tersebut dapat membagikan informasi pribadi tentang dirinya sendiri seperti sebuah harapan, ketakutan, perasaan, pikiran bahkan pengalamannya.

### 2.2.2 Dimensi *Self-Disclosure*

Dalam melakukan *self-disclosure*, *self-disclosure* memiliki dimensi. Menurut Wheelers dan Grotz, dikutip dari (Latifa et al., 2019) ada 5 dimensi *self-disclosure*, antara lain:

1. Kesiediaan individu untuk melakukan pengungkapan (*Intended disclosure*). Sejauh mana individu mengekspresikan apa yang ingin ungkapkan dan seberapa banyak individu sadar untuk mengontrol informasi yang akan di berikan kepada orang lain.
2. Jumlah pengungkapan yaitu frekuensi atau durasi pesan yang akan diungkapkan (*Amount of disclosure*). Jumlah *self-disclosure* dapat diukur melalui frekuensi seberapa banyak individu mengungkapkan tentang dirinya dan seberapa sering pesan yang diungkapkan kepada orang lain.
3. Dampak positif/negatif pengungkapan (*Positive/negative disclosure*). Apakah konten pengungkapan yang dibagikan oleh individu berdampak positif atau negatif kepada individu dalam mengekspresikan tentang dirinya. Individu dapat

mengekspresikan dirinya tentang hal-hal yang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan dalam diri mereka.

4. Kontrol dalam pengungkapan (*Control of depth disclosure*), yaitu sejauh mana individu dapat mengontrol lebih dalam dan lebih intim terhadap pengungkapan yang dilakukan. Individu dapat mengungkapkan detail paling intim dari kehidupan mereka, atau hal-hal yang dianggap sebagai impersonal atau kebohongan.
5. Kejujuran dan akurasi (*honesty and accuracy*), yaitu akurasi dan kejujuran individu dalam mengekspresikan diri. Keakuratan pengungkapan diri dibatasi oleh sejauh mana individu mengenal dirinya. Dalam *self-disclosure* dapat berbeda dalam kejujuran. Individu dapat benar-benar jujur atau melebih-lebihkan, melewatkan bagian-bagian atau berbohong.

### **2.2.3 Faktor-Faktor *Self-Disclosure***

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya *self-disclosure*. Berikut merupakan faktor-faktor terjadinya *self-disclosure* menurut Devito (Devito, 2014), antara lain:

1. Kepribadian

Individu yang memiliki karakter sangat ramah dan cenderung suka berinteraksi dengan orang cenderung mengungkapkan diri lebih banyak dibanding dengan individu yang kurang ramah dan cenderung lebih tertutup.

## 2. *Audiens* (Pengguna Instagram)

Orang cenderung mengungkapkan sesuai dengan dukungan yang diterima, kepada orang yang disukai dan kepada orang yang dipercaya. Seseorang juga bisa mengungkapkan diri ketika orang lain juga mengungkapkan, sehingga membentuk sebuah pola yang disebut dengan efek diadik.

## 3. Budaya

Budaya yang berbeda juga mempengaruhi pengungkapan diri secara berbeda. Misalnya perbedaan dari segi bahasa, lingkungan dan sebagainya.

## 4. Topik

Pengungkapan diri yang dilakukan oleh seseorang lebih mungkin terjadi ketika ada beberapa topik yang terjadi. Contohnya seperti orang mungkin mengungkapkan informasi mengenai dirinya tentang pekerjaan yang mereka kerjakan atau hobi yang sedang mereka sukai. Umumnya, ketika pengungkapan diri terjadi topik yang digunakan lebih negatif dan pribadi memiliki sedikit kemungkinan untuk diungkapkan.

## 5. Jenis Kelamin

Banyak penelitian yang mendukung bahwa wanita lebih banyak mengungkapkan diri dibanding dengan pria. Misalnya, wanita lebih banyak mengungkapkan tentang hubungan romantis mereka, persaan mengenai teman dekat mereka, ketakutan, dan hal yang tidak disukai.



#### 2.2.4 Manfaat *Self-Disclosure*

Adapun manfaat dari self-disclosure (Devito, 2016), antara lain:

1. Mengenal Tentang Diri Sendiri. Pengungkapan diri dapat membantu seseorang memperoleh pengetahuan tentang dirinya sendiri, seperti perspektif baru tentang diri mereka dan pemahaman yang lebih tentang perilaku diri.
2. Meningkatkan kesukaan serta daya Tarik. Seseorang yang mengungkapkan keintiman hidup mereka lebih mudah disukai dan dianggap menarik dibanding yang tidak ikut serta dalam pengungkapan tersebut.
3. Kesejahteraan fisiologis. Melalui pengungkapan diri seseorang cenderung akan terhindar dari penyakit yang disebabkan oleh stress. Ketika melakukan pengungkapan diri seseorang meluapkan masalah mereka dengan cerita, sehingga ada perasaan rileks dalam menjalankan kehidupan karena merasa semua persoalan telah terpecahkan.
4. Efektivitas komunikasi. Pengungkapan diri dapat membantu seseorang mencapai hubungan lebih dekat dengan orang lain yang menerima maksud pengungkapan diri mereka dan meningkatkan kepuasan dalam hubungan.
5. Mencegah masalah kesalahpahaman. Berkaitan dengan meningkatnya efektifitas komunikasi kecil kemungkinan tanpa adanya pengungkapan, orang lain akan bertanya tentang berbagai hal dan membuat penjelasan yang buruk daripada sebuah rahasia.

Oleh karena itu dengan adanya pengungkapan diri dapat mencegah kesalahpahaman saat terjadinya komunikasi.

Sedangkan menurut Lumsden dalam (Septiani et al., 2019) menjelaskan bahwa *self-disclosure* dapat membantu seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain, meningkatkan kepercayaan diri dan membuat hubungan menjadi lebih dekat.

### **2.2.5 Risiko *Self-Disclosure***

Adapun risiko yang ada saat melakukan *self-disclosure* (Devito, 2016) antara lain:

1. *Personal risks* merupakan risiko yang berpengaruh pada persepsi individu lain terhadap individu yang melakukan *self-disclosure*. Pada risiko ini dapat berupa penolakan dari lingkungan, menjadi seseorang yang tidak diinginkan dari lingkungannya dan mendapatkan label negatif.
2. *Relational risks* merupakan risiko yang berpengaruh dalam hubungan yang sudah terjalin antar individu setelah pengungkapan. *Self-disclosure* dapat mengurangi hubungan antar individu, mengurangi kepercayaan, dan ikatan yang terjalin. Hal tersebut terjadi karena pengungkapan informasi yang diungkapkan berpotensi menimbulkan efek yang negatif.
3. *Professional risks* merupakan risiko yang dapat terjadi oleh individu berkaitan dengan suatu pekerjaan. Pengungkapan informasi mengenai rasisme, pemilihan politik, dan pendapat

yang bertolak belakang dengan nilai-nilai organisasi yang dapat mengancam kedudukan individu dalam organisasi.

## **2.3 Instagram**

### **2.3.1 Pengertian Instagram**

Instagram merupakan jenis media sosial berbentuk aplikasi menggunakan internet dan menggunakan teknologi yang memungkinkan pengguna untuk bertukar dan menciptakan *usergenerated content*. Sehingga bisa dikatakan instagram merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video (Mubarog & Hidayati, 2022).

Instagram berasal dari kata “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata instan, yang memiliki arti pengguna aplikasi dapat membagikan foto maupun video secara instan atau langsung. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata telegram, yang memiliki arti pengguna aplikasi dapat membagikan foto dan video dengan cepat (Feroza & Misnawati, 2021).

### **2.3.2 Fitur-Fitur Instagram**

Adapun fitur- fitur yang ada di instagram, antara lain (Kartini et al., 2022) :

1. Berbagi foto dan video (*feed*), merupakan konten yang diunggah oleh pengguna disosial media. Dalam fitur ini dapat ditambahkan filter dan efek yang tersedia di dalam mengunggah foto maupun video. Dalam penggunaannya dapat ditambahkan lokasi dan penanda untuk pengguna lain.

2. *Direct message*, merupakan fitur untuk berkomunikasi secara pribadi dengan pengguna lain. Dalam fitur ini juga dapat membuat grup dengan menambahkan pengguna lain.
3. *Instagram stories*, merupakan sebuah fitur untuk pengguna mengambil foto dan video, menambah efek dan menambahkan ke feed instagram stories pengguna. Gambar atau video yang diunggah di fitur ini memiliki masa waktu selama 24 jam.
4. IGTV (*Reels*), merupakan fitur untuk berbagi video dengan durasi maksimal 10 menit. Pada IGTV, menyediakan presentasi rata-rata ditonton oleh penonton lain. Selain itu fitur ini dilengkapi dengan komentar, suka dan share.
5. Siaran langsung, merupakan fitur memungkinkan pengguna untuk membagikan video secara langsung dengan pengguna lainnya. Pada fitur ini pengguna dapat membagikan video percakapan dua arah dengan pengguna lain.
6. *Editing*, merupakan fitur yang disediakan oleh instagram untuk mengedit foto maupun video sebelum di unggah. Selain itu pada filter ini dapat digunakan untuk menambah keterangan terhadap konten yang akan diunggah.
7. *Hastag*, merupakan fitur yang disediakan sebagai subjek pencarian, sehingga memudahkan pengguna lain untuk mencari pada kolom pencarian. hastag dapat digunakan dalam mempromosikan setiap unggahan dan tidak memiliki batasan tertentu.

8. *Explore*, merupakan fitur yang digunakan untuk menampilkan tag dan tempat yang sedang tren, konten yang disukai, dan kemampuan mencari lokasi.
9. Komentar, merupakan fitur yang disediakan oleh instagram menjadi tempat diskusi pada konten yang diunggah.

### 2.3.3 *Second account Instagram*

*Second account* instagram merupakan akun instagram yang dibuat untuk menjadi lebih bebas berekspresi dan menjadi diri sendiri. *Second account* dibuat untuk mengunggah konten hanya kepada pengikut (*followers*) yang dirasa memiliki simpati dengan konten yang diunggah, contohnya teman dekat. Biasanya konten yang diunggah berupa sambatan, lelucon internal, hingga foto (Nurbaiti & Anshari, 2020).

Sedangkan menurut pendapat lain *second account* instagram adalah akun lain yang sengaja dibuat oleh penggunanya diluar akun utama mereka. Dilihat dari segi bahasa, *first account* merupakan akun pertama yang dibuat penggunanya sedangkan *second account* adalah akun kedua yang dibuat setelah akun pertama (Fitriyani et al., 2022).

Adanya *second account* digunakan untuk tujuan tertentu. Pengguna instagram memiliki *second account* untuk menyembunyikan identitas mereka dan membuat akun menjadi lebih privasi. Penggunaan *second account* digunakan lebih sering oleh penggunanya untuk menjadi tempat mengekspresikan diri dengan bebas karena sifat akun yang lebih privasi dan tidak ada tuntutan menjadi lebih sempurna dalam mengunggah konten. Orang yang ada didalam *second account* biasanya

orang terdekat atau orang-orang tertentu yang pemilik akun kenal. Dampak dari adanya *second account* adalah membuat diri menjadi lebih tertutup dari orang lain. Hal tersebut terjadi karena lebih sering memposting cerita untuk mengekspresikan diri pada *second account* yang diikuti oleh orang terdekat mereka saja daripada memposting pada akun utama yang mereka miliki (Prihantoro et al., 2020a).

Adapun ciri-ciri *second account* adalah menggunakan username yang berbeda dengan nama asli pengguna, jumlah pengikut dan yang diikuti (*following*) sedikit, dan *following* tidak banyak dari lawan jenis (Budiani et al., 2023).

Menurut penelitian riset yang dilakukan, terdapat faktor-faktor penyebab seseorang menggunakan *second account*. Antara lain (S., 2024) :

1. Pertimbangan unggahan konten. Dalam mengunggah sebuah konten, individu akan cenderung mempertimbangkan konten apa yang akan di unggah dalam akun. Pada akun pertama pengguna akan memastikan kesan baik dari orang lain yang melihat unggahan mereka. Namun sebaliknya pada pengguna *second account*, dapat mengunggah tanpa mempertimbangkan kualitas konten yang mereka unggah pada akun mereka.
2. Perbedaan motif. Motif penggunaan pada *second account* digunakan untuk membagikan keluh kesah pada kehidupan sehari-hari dan membagikan foto-foto acak karena pengikut pada *second account* hanya orang terdekat saja. Sedangkan akun

pertama pengguna mengunggah foto yang dianggap bagus dan estetik karena memunculkan citra baik ketika dilihat oleh pengguna lain.

3. *Insecure* (Kurang Percaya Diri). Penggunaan media sosial kini lebih menonjolkan citra baik seseorang secara terus menerus sehingga membuat sebagian pengguna lain merasa tidak percaya diri atau *insecure*. Karena hal itu pengguna harus memastikan kelayakan konten mereka ketika akan mengunggah.
4. Menjaga keestetikan konten. Dalam sebuah penelitian ditemukan bahwa individu sering membagikan unggahan mereka melalui fitur *instagram story* saja. Jika ingin membagikan unggahan mereka cenderung memperhatikan tata letak pada tampilan instagram mereka agar terlihat rapi dan menarik.
5. Menjaga privasi. Penggunaan akun pertama digunakan untuk mengunggah kegiatan yang bersifat formal karena pada akun pertama jumlah pengikut atau yang diikuti lebih banyak sehingga pengguna berhati hati dalam mengunggah suatu konten. Sebaliknya pada *second account* dapat melindungi privasi dan keamanan karena batasan pengikut yang dapat melihat konten yang dibagikan.
6. *Trauma* (Pengalaman Buruk). Penggunaan *second account* dapat menjadi ruang aman bagi seseorang yang mengalami trauma atau pengalaman buruk salah satunya dari hal negatif seperti

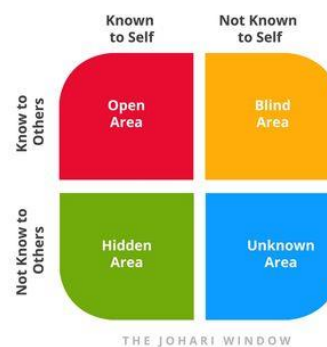
penyalahgunaan konten oleh orang yang tidak bertanggung jawab.

7. *Stalking* (Menggali Informasi Lebih Dalam). Tidak sedikit pengguna instagram memanfaatkan akun untuk fungsi yang berbeda seperti *stalking*. Memanfaatkan *second account* untuk menggali informasi lebih dalam tentang orang lain menjadi lebih tanpa diketahui identitas sebenarnya.

#### 2.4 Teori Jendela Johari (Johari Window)

Teori *self-disclosure* sering disebut juga teori "johari window" atau jendela johari. Teori jendela johari merupakan sebuah teori yang memiliki empat konsep prespektif yang berbeda-beda yang disetiap maknanya terdapat pemahaman yang mempengaruhi pandangan seseorang. Pandangan tersebut mengenai perasaan kesadaran dan perilaku yang dimiliki setiap orang dapat dipahami oleh diri sendiri, orang lain, hingga dapat dipahami oleh keduanya (Prihantoro et al., 2020).

Teori Jendela Johari menggambarkan empat bagian atau kuadran tingkatan yang mencerminkan seseorang mengungkapkan diri tentang mereka, seperti berikut:



Gambar 2.1 Ilustrasi Jendela Johari  
Sumber: Kompas.com



Pada gambar tersebut terdapat empat bagian atau kuadran yang ada pada teori jendela johari masing masing area tersebut adalah area terbuka (*open area*), area buta (*blind area*), area tertutup (*hidden area*) dan area gelap (*unknown area*) (Samsinar & Rusnali, 2017).

1. Area terbuka (*open area*), merupakan area yang berisi semua informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, gagasan, ide, dan sebagainya yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Komunikasi yang terjalin pada area ini tergantung nyaman tidaknya komunikasi berlangsung. Ketika individu membuka area terbuka secara lebar maka semakin baik komunikasi yang terjalin. Sebaliknya ketika individu semakin kecil terbuka maka komunikasi yang terjalin semakin buruk.
2. Area buta (*blind area*), merupakan area yang berisi informasi tentang diri kita yang diketahui oleh orang lain namun kita tidak menegtahuinya. Contohnya seperti kebiasaan sehari-hari, atau hal yang berarti seperti sikap defensive atau pengalaman terdalam. Komunikasi pada daerah ini sulit karena menuntut keterbukaan pihak-pihak yang terlibat sehingga akan tetap ada walaupun berusaha menghilangkannya.
3. Area tertutup (*hidden area*), merupakan area yang berisi semua hal yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain, namun disimpan untuk diri sendiri. Pada area ini terdapat individu yang terlalu terbuka (*overdisclosure*) dan individu yang terlalu tertutup (*underdisclosure*). Kebanyakan individu berada diantara dua sifat tersebut sehingga dapat membuka diri kepada orang-orang tertentu dan membuka diri pada ora tertentu juga.

4. Area gelap (*unknown area*), merupakan bagian dari diri yang tidak diketahui oleh diri sendiri maupun oleh orang lain. Informasi yang terjadi berada pada alam bawahsadar atau sesuatu yang luput dari perhatian. Area ini terungkap melalui perubahan kontenporer seperti minum obat atau melalui mimpi. Area ini akan mendalam melalui interaksi dengan terbuka, jujur, dan empatik dengan rasa saling percaya kepada orang lain.

Teori Johari Window pada penelitian ini digunakan agar untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang di rasakan oleh pengguna *second account* dalam melakukan pengungkapan diri, menjaga kestabilan mental, mengetahui *self awareness* yang diungkapkan, dan untuk mengetahui public speady yang ditimbulkan dari *second account*.

## 2.5 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terlebih dahulu yang relevan digunakan sebagai acuan dan referensi dalam penelitian yang menyangkut bentuk dan dampak komunikasi interpersonal pengungkapan diri (*self-disclosure*) penggunaan *second account* di Instagram, berikut adalah hasil penelitian terdahulu:

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil penelitian	Perbedaan
1.	Theresia Eka Widya	“Analisis Penggunaan <i>Second account</i> Instagram Sebagai Media Keterbukaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa keterbukaan diri pengguna <i>second account</i> di instagram melalui panggung depan dan panggung belakang	Pada penelitian ini pembahasan yang dibahas mengenai keterbukaan diri pengguna <i>second account</i> di instagram melalui panggung

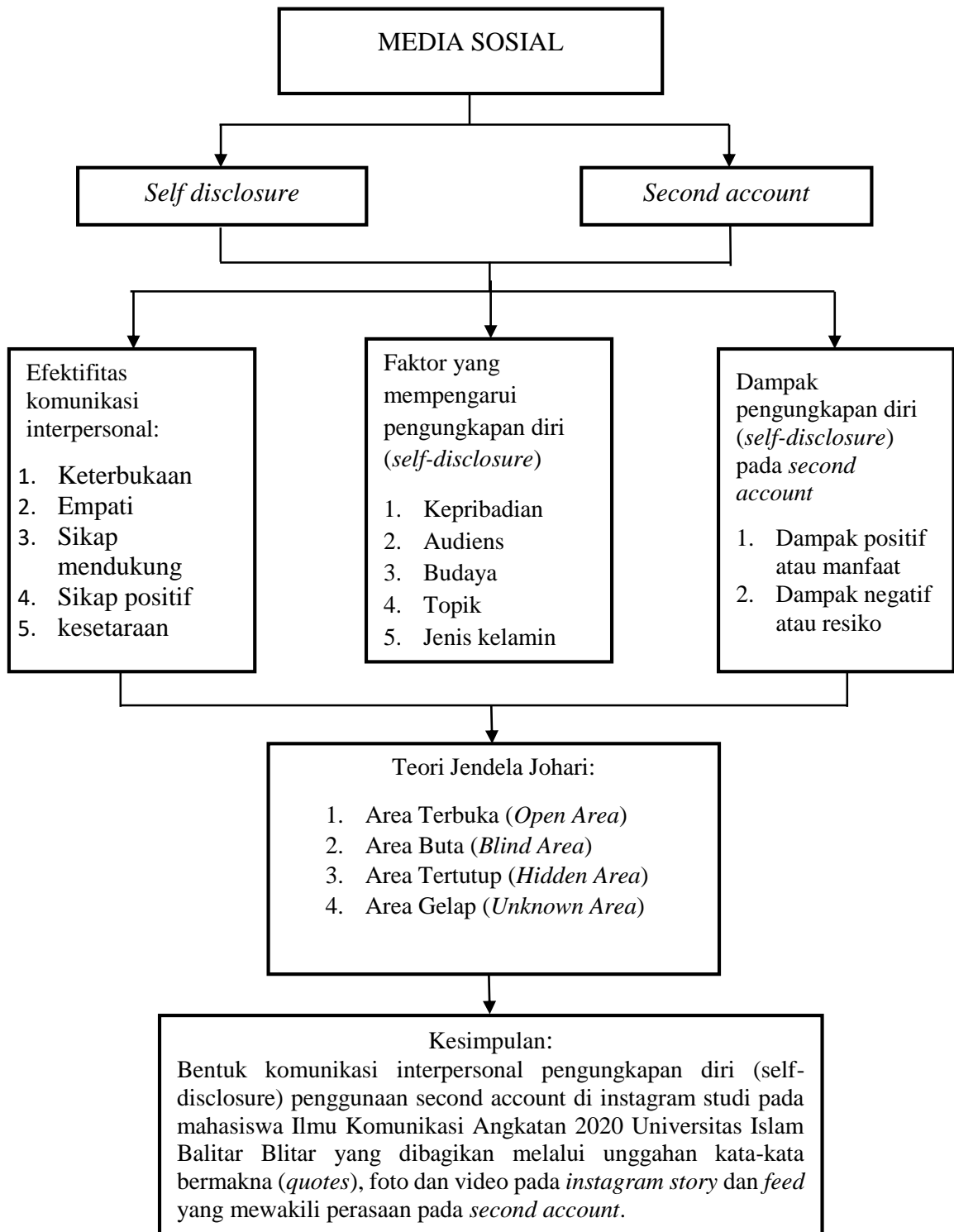
		<p>Diri Mahasiswi Prodi Psikologi UIN SUSKA RIAU” (Widya, 2024)</p>	<p>dalam teori dramaturgi. Pada panggung depan, akun utama menunjukkan sisi positif untuk melakukan <i>personal branding</i>. Pada panggung belakang, <i>second account</i> terdapat kehidupan realita dimana hanya dapat diketahui oleh orang-orang terdekat. Informan menggunakan <i>second account</i> sebagai akun untuk membagi keseharian, wadah berkarya, hobi, bahkan bisnis <i>online</i> mereka merasa pada <i>second account</i> lebih aman dan nyaman untuk melakukan aktivitas dibanding akun utama.</p>	<p>depan dan belakang. Teori yang digunakan adalah teori Dramaturgi dari Erving Goffman. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.</p>
2.	<p>Shafira Dinda Febriola, Mohammad Insan Romadhan, Herlina Kusumaningrum</p>	<p>“Proses Penetrasi Sosial Pada Pertemanan Di <i>Second account</i> Instagram (Studi Pada Mahasiswa</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah subjek menambahkan atau memasukkan teman ke <i>second account</i> instagram mereka karena suatu hal yang menurut standar keinginan mereka sudah</p>	<p>Pada penelitian ini membahas mengenai proses penetrasi sosial pada pertemanan di <i>second account</i> instagram. Metodologi yang diambil pada</p>

		<p>Ilmu Komunikasi Untag Surabaya)” (Febriola et al., 2023)</p>	<p>mencukupi contohnya seperti: komunikasi lancar, tidak menjudgmental, menerima apa adanya, dapat dipercaya, terbuka, frekuensi, saling melengkapi, humor yang nyambung, kesukaan yang sama, easy going dll) sehingga subjek penelitian tidak harus memiliki hubungan yang dekat dengan teman mereka. Selain itu, subjek juga dapat mengetahui capaian tingkat pertemanan yang mereka bangun.</p>	<p>penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan teori penetrasi sosial.</p>
3.	<p>Yasirul Amri Muhammad, Yanuar Luqman, Nurul Hasfi</p>	<p>“ Memahami Fenomena Komunikasi Hyperpersonal Di Instagram : Studi Penggunaan <i>Second account</i> Oleh Pengguna Instagram”</p>	<p>Hasil dari penlitian ini menunjukkan pengguna <i>second account</i> melakukan komunikasi <i>hyperpersonal</i> untuk dapat memperhankan hubungan pertemanan dekat melalui fitur <i>private account</i> pada <i>second account</i>. Hal itu dilakukan untuk membatasi dan memilih</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang memahami bagaimana pengguna <i>second account</i> melakukan komunikasi <i>hyperpersonal</i> dengan teman dekat yang menjadi pengikutnya melalui pengalaman yang</p>

		(Muhammad et al., 2022)	siapa saja yang dapat terhubung dengan akunnya. Hubungan pertemanan yang terjadi pada penelitian ini adalah <i>friendship of reciprocity</i> dan <i>receptivity</i> dimana hubungan sudah muncul mutual <i>positive regard</i> dengan adanya kepercayaan, dukungan emosional, dan berbagai hal yang lainnya.	subjektif dari individu yang mengalami realita secara langsung. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu <i>self-expansion theory</i> , komunikasi <i>hyperpersonal</i> , dan teori aturan hubungan. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan paradigm interpretatif.
4.	Alvira Iswinda Mu'alifah, Sumardijati	“ <i>Self Disclosure</i> Pada Pengguna Media Sosial Twitter Studi Kualitatif <i>Self Disclosure</i> Pada Pengguna Media Sosial Twitter“ (Mu'alifah & ., 2023)	Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa setiap informan memiliki banyak perbedaan dalam proses pengungkapan diri, sesuai dengan situasi dan kondisi yang sedang dialami. Dengan memnggungah informasi yang rahasia melalui fitur teks dalam twitter bertujuan untuk memberi rasa lega, mendapat sudut pandang baru, dan merasa	Penelitian ini membahas tentang bagaimana proses pengungkapan diri bisa terlaksana melalui media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Teori Johari Window dan Teori Computer Mediated Communication (CMC).

			didengar oleh pengguna lain ketika meluapkan apa yang sedang dirasakan atau dipikirkan.	
--	--	--	---	--

## 2.6 Kerangka Pikir



Skema 2.1  
Kerangka pikir

Sumber: (Penulis, 2024)

**Keterangan:**

Perkembangan teknologi internet terutama pada media sosial memberikan dampak beragam bagi penggunanya terutama pengguna instagram khususnya pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar yang memiliki *second account* di media sosial instagram. *Second account* biasanya digunakan oleh penggunanya sebagai sarana untuk pengungkapan diri (*self-disclosure*). Penggunaan *second account* sebagai alat pengungkapan diri membentuk interaksi dengan pengikut yang ada pada akun mereka. Selain itu, adanya faktor yang melatarbelakangi pengungkapan diri pada *second account* menjadikan dampak atau efek yang timbul sehingga bisa berdampak positif dan negatif bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar yang melakukan pengungkapan diri pada *second account* instagram. Dengan adanya dampak-dampak tersebut dapat memberikan arahan dan penjelasan kepada pengguna *second account* yang melakukan pengungkapan diri (*self-disclosure*) untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Peneliti menggunakan Teori Jendela Johari untuk mengetahui bentuk komunikasi interpersonal dalam *second account* mereka dan dampak yang ditimbulkan dari pengungkapan diri (*self-disclosure*) pada *second account* di instagram. Sehingga, peneliti dapat menarik kesimpulan bentuk komunikasi interpersonal pengungkapan diri (*self-disclosure*) penggunaan *second account* di instagram studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar yang dibagikan melalui unggahan kata-kata bermakna (*quotes*), foto dan video pada *instagram story* dan *feed* yang mewakili perasaan pada *second account*.