Arus Jurnal
Psikologi dan Pendidikan (AJPP)
Website: http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpp
Email: jurnal.ajpp@ardenjaya.com

Hubungan *Self-Esteem* dengan *Self-Disclosure* pada Pengguna *Second Account* Instagram di Kalangan Mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis Stikes Gorontalo

INFO PENULIS

Faizah Muksin Badar
Universitas Muhammadiyah Gorontalo
Faizahmuksi11@gmail.com

Fendi Ntobuo
Universitas Muhammadiyah Gorontalo
fendintobuo@umgo.ac.id

Sitti Rojiyah Nur Insyirah Puhi
Universitas Muhammadiyah Gorontalo
sittirojiyah@umgo.ac.id

INFO ARTIKEL

ISSN: 2963-8933
Vol. 5, No. 2 Juni 2026
http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpp

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Bandar, F. M., Ntobuo, F., & Puhi, S. R. N. I. (2026). Hubungan Self-Esteem dengan Self-Disclosure pada Pengguna Second Account Instagram di Kalangan Mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis Stikes Gorontalo. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan (AJPP), 5*(2), 2130-2138.

Abstrak

Penggunaan second account Instagram di kalangan Generasi Z semakin berkembang sebagai ruang yang lebih privat untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan pengalaman pribadi melalui proses self-disclosure. Tingkat keterbukaan diri tersebut diduga berkaitan dengan self-esteem yang dimiliki individu. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat self-esteem, tingkat self-disclosure, serta hubungan antara kedua variabel pada pengguna second account Instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel penelitian berjumlah 108 mahasiswa yang ditentukan menggunakan teknik total sampling. Data dikumpulkan melalui skala Self-Liking/Self-Competence Scale-Revised (SLCS-R) untuk mengukur self-esteem dan skala self-disclosure berdasarkan aspek yang dikemukakan Hargie. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan uji korelasi Pearson Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki self-esteem dan self-disclosure pada kategori sedang. Hasil uji korelasi memperoleh nilai r = 0,006 dengan signifikansi p = 0,948, sehingga tidak terdapat hubungan yang signifikan antara self-esteem dan self-disclosure. Temuan ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri pada second account Instagram lebih mungkin dipengaruhi oleh faktor lain di luar self-esteem.

Kata Kunci: self-esteem, self-disclosure, second account Instagram, Generasi Z

Abstract

The use of Instagram second accounts among Generation Z is increasingly prevalent, serving as a private space to express thoughts, feelings, and personal experiences through self-disclosure. This level of self-disclosure is hypothesized to be linked to an individual's self-esteem. This study aims to analyze the levels of self-esteem and self-disclosure, as well as the relationship between these two variables, among Generation Z university students in the Medical Records Study Program at STIKES Gorontalo who use Instagram second accounts. A quantitative approach with a correlational method was employed. The sample consisted of 108 students selected using a total sampling technique. Data were collected using the Self-Liking/Self-Competence Scale-Revised (SLCS-R) to measure self-esteem and a self-disclosure scale based on aspects proposed by Hargie. Data analysis was conducted using descriptive statistics and the Pearson Product Moment correlation test. The results indicate that the majority of respondents fell into the moderate category for both self-esteem and self-disclosure. The correlation test yielded a value of r = 0.006 with a significance of p = 0.948, indicating no significant relationship between self-esteem and self-disclosure. These findings suggest that self-disclosure on Instagram second accounts is likely influenced by factors other than self-esteem.

Keywoards: self-esteem, self-disclosure, Instagram second account, Generation Z**.**

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat, khususnya melalui penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri. Berdasarkan laporan Digital 2025: Global Overview Report, Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbesar di dunia dan didominasi oleh kelompok usia 18–24 tahun (We Are Social & Meltwater, 2025). Di Indonesia, Instagram juga menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z sebagai sarana komunikasi, berbagi informasi, membangun identitas diri, serta mengekspresikan pikiran dan perasaan (GoodStats, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang bagi individu untuk melakukan self-disclosure atau pengungkapan diri (Wiyono & Muhid, 2020).

Seiring meningkatnya penggunaan Instagram, muncul fenomena penggunaan *second account*, yaitu akun kedua yang umumnya bersifat privat dengan jumlah pengikut yang lebih terbatas. Berbeda dengan akun utama yang cenderung digunakan untuk membangun citra diri di ruang publik, *second account* dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih aman untuk membagikan pikiran, perasaan, dan pengalaman kepada orang-orang terdekat (Sirait, 2022). Penelitian Meilia (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z memanfaatkan second account sebagai ruang yang lebih privat sehingga merasa lebih nyaman dalam mengekspresikan diri tanpa khawatir terhadap penilaian sosial. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *second account* tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan privasi, tetapi juga mencerminkan kecenderungan individu dalam melakukan *self-disclosure*.

Self-disclosure merupakan proses individu mengungkapkan informasi mengenai dirinya kepada orang lain, baik berupa pikiran, perasaan, maupun pengalaman pribadi (Hargie, 2010). Dalam konteks media sosial, tingkat pengungkapan diri setiap individu tidak sama karena dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor psikologis yang diduga berperan adalah *self-esteem*, yaitu evaluasi individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya (Tafarodi & Swann, 2001). Individu dengan *self-esteem* yang tinggi umumnya memiliki rasa percaya diri dan penerimaan diri yang lebih baik sehingga lebih nyaman dalam mengungkapkan dirinya. Sebaliknya, individu dengan self-esteem yang rendah cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan pengungkapan diri karena khawatir terhadap penilaian negatif dari orang lain (Sareba & Umar, 2025). Oleh karena itu, *self-esteem* diduga menjadi salah satu faktor yang berhubungan dengan perilaku *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram.

Hubungan antara *self-esteem* dan *self-disclosure* telah diteliti pada beberapa penelitian sebelumnya. Sareba dan Umar (2025) menemukan bahwa mahasiswa dengan *self-esteem* yang lebih tinggi cenderung memiliki tingkat *self-disclosure* yang lebih baik. Hasil serupa dilaporkan oleh Putri dan Wibowo (2025), yang menunjukkan bahwa *self-esteem* berperan sebagai salah satu prediktor penting dalam perilaku pengungkapan diri pada dewasa awal. Selain itu, Salsa *et al*. (2024) juga menemukan adanya hubungan antara *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa *self-esteem* merupakan faktor yang berpotensi memengaruhi perilaku pengungkapan diri, baik dalam komunikasi interpersonal maupun melalui media sosial.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada populasi yang berbeda dan belum secara khusus mengkaji mahasiswa Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo. Padahal, mahasiswa Rekam Medis dipersiapkan untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik sekaligus menjaga kerahasiaan informasi sebagai bagian dari kompetensi profesional (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2022). Karakteristik tersebut memungkinkan terbentuknya pola penggunaan media sosial dan perilaku *self-disclosure* yang berbeda dibandingkan kelompok mahasiswa lainnya. Hingga saat ini, penelitian mengenai hubungan *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo masih belum banyak dilakukan. Kondisi tersebut menjadi *research gap* yang mendasari pentingnya penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan *self-esteem* dengan *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan kajian mengenai faktor psikologis yang berkaitan dengan perilaku pengungkapan diri di media sosial, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku digital pada Generasi Z.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* sebagai variabel independen dengan *self-disclosure* sebagai variabel dependen pada pengguna *second account* Instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo. Penelitian dilaksanakan pada Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo dengan populasi sebanyak 108 mahasiswa yang memiliki second account Instagram. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling,

sehingga seluruh responden yang memenuhi kriteria inklusi dilibatkan dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang terdiri atas dua skala, yaitu skala *self-esteem* yang disusun berdasarkan konsep Tafarodi dan Swann (2001) dengan dimensi *self-liking* dan *self-competence*, serta skala self-disclosure yang mengacu pada aspek yang dikemukakan Hargie (2010), yaitu *valence, informativeness, appropriateness, flexibility, accessibility, dan honesty.* Sebelum digunakan dalam penelitian, kedua instrumen telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji menunjukkan bahwa skala self-esteem memiliki 14 item valid dengan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,733, sedangkan skala *self-disclosure* memiliki 26 item valid dengan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,749, sehingga kedua instrumen dinyatakan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Data dianalisis menggunakan program IBM SPSS *Statistics*. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi masing-masing variabel, kemudian dilanjutkan dengan uji normalitas menggunakan *Kolmogorov–Smirnov* serta uji linearitas sebagai prasyarat analisis. Hubungan antara *self-esteem* dan *self-disclosure* dianalisis menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* dengan taraf signifikansi 0,05.

C. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 108 mahasiswa Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo yang memenuhi kriteria sebagai pengguna second account Instagram. Karakteristik responden disajikan berdasarkan jenis kelamin dan rentang usia untuk memberikan gambaran mengenai distribusi sampel penelitian. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dan berada pada rentang usia 18–20 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan second account

Instagram lebih banyak ditemukan pada mahasiswa perempuan dibandingkan laki-laki. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Arifa dan Permata Sari (2023) yang menyatakan bahwa perempuan cenderung lebih aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pengungkapan diri.

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	103	**95,4 %**
Laki-laki	5	**4,6 %**
Total	**108**	**100 %**

Sumber: Hasil Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 103 orang (95,4%), sedangkan responden laki-laki hanya berjumlah 5 orang (4,6%) dari total 108 responden. Dominasi responden perempuan ini turut mencerminkan karakteristik pengguna second account Instagram pada lokasi penelitian, di mana mahasiswa laki-laki relatif lebih sedikit memiliki maupun memanfaatkan akun kedua sebagai media pengungkapan diri.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur (Usia)	Frekuensi	Persentase (%)
18	12	11,1 %
19	19	17,6 %
20	21	19,4 %
21	18	16,7 %
22	24	22,2 %
23	10	9,3 %
24	4	3,7 %
Total	**108**	**100%**

Sumber: Hasil Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berada pada usia 22 tahun sebanyak 24 orang (22,2%), diikuti usia 20 tahun sebanyak 21 orang (19,4%) dan usia 19 tahun sebanyak 19 orang (17,6%). Sebaran usia tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian secara umum berada pada rentang usia dewasa awal, yaitu fase perkembangan yang ditandai dengan pembentukan identitas diri, kemandirian, serta penyesuaian terhadap tuntutan akademik dan sosial.

Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan teknik korelasi Product Moment Pearson, yaitu mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total. Kriteria yang digunakan adalah nilai r hitung > r tabel, dengan jumlah responden uji coba sebanyak 35 orang sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,3338.

Hasil uji validitas skala self-esteem, yang terdiri dari dua aspek yaitu self-liking dan self-competence, menunjukkan bahwa dari 16 item yang diuji terdapat 2 item yang gugur, yaitu item nomor 2 dan 16 pada aspek self-competence, karena memiliki nilai r hitung lebih kecil dari r tabel. Dengan demikian, tersisa 14 item valid yang digunakan dalam penelitian, dengan skor validitas item bergerak dari 0,346 hingga 0,764.

Hasil uji validitas skala self-disclosure, yang terdiri dari enam aspek yaitu *valence, informativeness, appropriateness, flexibility, accessibility, dan honesty,* menunjukkan bahwa dari 30 item yang diuji terdapat 4 item yang gugur, yaitu item nomor 6 (*aspek flexibility*), 14 (*aspek accessibility*), 23 (*aspek appropriateness*), dan 26 (*aspek honesty*), karena memiliki nilai r hitung lebih kecil dari r tabel. Dengan demikian, tersisa 26 item valid yang digunakan dalam penelitian, dengan skor validitas item bergerak dari 0,471 hingga 0,870.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal instrumen penelitian dalam mengukur variabel self-esteem dan self-disclosure, menggunakan teknik Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai di atas 0,70 dinyatakan reliabel. Hasil uji menunjukkan bahwa skala self-esteem yang terdiri dari 14 item memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,733, sedangkan skala self-disclosure yang terdiri dari 26 item memiliki nilai Cronbach's Alpha

sebesar 0,749. Kedua nilai tersebut berada di atas 0,70, sehingga kedua instrumen dinyatakan reliabel dan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten serta dapat dipercaya.

Analisis Deskriptif Self-Esteem dan Self-Disclosure

Tabel 3 Mean, Median, Standar Deviasi, Minimum, Maksimum *Self-Esteem* dan *Self-Disclosure*

Variabel	N	Mean	Median	SD	Min	Max
Self-Esteem	108	37,40	38,00	5.306	22	50
Self-disclosure	108	56,94	59,00	13,404	25	96

Sumber: Hasil Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 3, variabel *self-esteem* memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 37,40 dengan median 38,00 dan standar deviasi 5,306, dengan skor minimum 22 dan maksimum 50. Nilai mean yang mendekati median menunjukkan bahwa distribusi data *self-esteem* relatif merata. Sementara itu, variabel *self-disclosure* memperoleh nilai rata-rata sebesar 56,94 dengan median 59,00 dan standar deviasi 13,404, dengan skor minimum 25 dan maksimum 96. Standar deviasi *self-disclosure* yang lebih besar menunjukkan variasi skor yang lebih beragam dibandingkan self-esteem.

Tabel 4 Kategorisasi *Self-Esteem*

Self-Esteem	Jumlah	Persentase
Rendah	4	3,7 %
Sedang	78	72,2 %
Tinggi	26	24,0 %
Total	**108**	**100 %**

Sumber: Hasil Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden memiliki tingkat *self-esteem* pada kategori sedang, yaitu sebanyak 78 responden (72,2%), diikuti kategori tinggi sebanyak 26 responden (24,0%) dan kategori rendah sebanyak 4 responden (3,7%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki penilaian yang cukup positif terhadap dirinya.

Tabel 5 Kategorisasi *Self-Disclosure*

Self-disclosure	Jumlah	Persentase
Rendah	30	27,7 %
Sedang	68	62,9 %
Tinggi	10	9,2 %
Total	**108**	**100 %**

Sumber: Hasil Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 5, mayoritas responden memiliki tingkat self-disclosure pada kategori sedang, yaitu sebanyak 68 responden (62,9%), diikuti kategori rendah sebanyak 30 responden (27,7%) dan kategori tinggi sebanyak 10 responden (9,2%). Hasil ini menunjukkan bahwa responden cukup terbuka dalam mengungkapkan pikiran, perasaan, dan pengalaman pribadinya melalui second account Instagram, namun tetap dilakukan secara selektif.

Uji Normalitas

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Self-esteem	,200	Normal
Self-disclosure	,090	Normal

Sumber: Hasil Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 6, nilai signifikansi variabel *self-esteem* sebesar 0,200 dan variabel *self-disclosure* sebesar 0,090. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel berdistribusi normal dan memenuhi asumsi untuk analisis statistik parametrik.

Uji Linearitas

Tabel 7 Hasil Uji Linearitas

Komponen	F	Sig.	Keterangan
Deviation from Linearity	1,204	,268	Linear

Sumber: Hasil Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 7, nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,268 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel self-esteem dan self-disclosure

bersifat linear. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas dan linearitas, analisis korelasi Pearson Product Moment dapat dilanjutkan untuk menguji hipotesis penelitian.

Uji Korelasi Pearson Product Moment

Tabel 7 Hasil Uji Linearitas

Variabel	r	Sig. (p)	Keterangan
Self-esteem dengan *Self-disclosure*	0,006	0,948	Tidak terdapat hubungan yang signifikan

Sumber: Hasil Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji korelasi Pearson Product Moment menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,006 dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,948. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 (p > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara self-esteem dengan self-disclosure pada pengguna second account Instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,006 juga menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara kedua variabel berada pada kategori sangat rendah atau hampir tidak memiliki hubungan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha) yang menyatakan terdapat hubungan positif antara self-esteem dengan self-disclosure ditolak, sedangkan hipotesis nol (H0) diterima.

Pembahasan

Self-Esteem

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat self-esteem responden berada pada kategori sedang, dengan nilai mean sebesar 37,40 dan mayoritas responden (72,2%) berada pada kategori tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo memiliki penilaian diri yang cukup positif, baik dalam hal penerimaan diri maupun keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki.

Menurut Tafarodi dan Swann (2001), self-esteem terbentuk dari dua dimensi utama, yaitu self-liking, yang berkaitan dengan penerimaan dan penghargaan individu terhadap dirinya sebagai pribadi yang bernilai, dan self-competence, yang berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuan dan efektivitas dirinya dalam menghadapi tuntutan kehidupan. Tingkat self-esteem yang berada pada kategori sedang mengindikasikan bahwa responden memiliki penerimaan diri dan keyakinan terhadap kemampuannya pada taraf yang cukup baik, meskipun belum sepenuhnya mencapai kategori tinggi.

Temuan ini dapat dipahami melalui karakteristik mahasiswa Generasi Z yang berada pada tahap perkembangan dewasa awal, yaitu fase di mana individu tengah membentuk identitas diri, mengembangkan kompetensi akademik, serta menyesuaikan diri dengan berbagai tuntutan sosial dan pendidikan. Kondisi tersebut memungkinkan terbentuknya penilaian diri yang relatif stabil namun tetap dipengaruhi oleh dinamika pengalaman akademik maupun sosial yang dihadapi selama masa perkuliahan.

Self-Disclosure

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat self-disclosure responden juga berada pada kategori sedang, dengan mayoritas responden (62,9%) berada pada kategori tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo cenderung melakukan pengungkapan diri pada tingkat yang moderat melalui second account Instagram, yaitu cukup terbuka dalam membagikan pikiran, perasaan, dan pengalaman pribadi, namun tetap mempertimbangkan batasan tertentu.

Menurut Hargie (2010), self-disclosure dibentuk oleh enam aspek, yaitu valence, informativeness, appropriateness, flexibility, accessibility, dan honesty. Kecenderungan responden untuk tetap selektif dalam mengungkapkan informasi yang mendalam, namun menonjolkan kejujuran dalam apa yang disampaikan, menunjukkan bahwa keterbukaan diri pada second account Instagram lebih diarahkan pada kualitas daripada kedalaman pengungkapan.

Karakteristik second account Instagram yang umumnya bersifat lebih privat, dengan jumlah pengikut yang terbatas pada orang-orang terdekat atau dipercaya, turut menciptakan rasa aman yang mendorong keterbukaan diri. Meskipun demikian, responden tetap melakukan

seleksi terhadap jenis informasi yang dibagikan, sehingga tingkat self-disclosure yang ditampilkan berada pada kategori sedang, bukan tinggi.

Hubungan *Self-Esteem* dengan *Self-Disclosure*

Hasil uji korelasi Pearson Product Moment menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,006 dengan signifikansi 0,948 (p > 0,05), yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara self-esteem dengan self-disclosure pada pengguna second account Instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha) yang menyatakan terdapat hubungan positif antara kedua variabel tersebut ditolak, sedangkan hipotesis nol (H0) diterima.

Temuan ini berbeda dengan asumsi teoritis yang mendasari kerangka konsep penelitian, yang menjelaskan bahwa individu dengan self-esteem tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengungkapkan pikiran, perasaan, dan pengalaman pribadinya dibandingkan individu dengan self-esteem rendah. Hasil penelitian ini justru menunjukkan bahwa tinggi rendahnya penilaian diri mahasiswa tidak menentukan tingkat keterbukaan diri yang mereka lakukan melalui second account Instagram.

Menurut Sugiyono (2023), hasil penelitian yang tidak signifikan menunjukkan bahwa hubungan antar variabel belum cukup kuat untuk dibuktikan secara statistik pada sampel penelitian, sehingga perubahan pada variabel independen tidak diikuti oleh perubahan berarti pada variabel dependen. Ghozali (2018) turut menjelaskan bahwa ketidaksignifikanan hasil analisis dapat mengindikasikan pengaruh variabel independen yang sangat kecil, serta adanya faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti yang justru memiliki pengaruh lebih besar terhadap variabel dependen.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui karakteristik second account Instagram sebagai ruang yang lebih privat dibandingkan akun utama, yang umumnya hanya diikuti oleh teman dekat atau orang-orang yang dipercaya sehingga menciptakan rasa aman (safe space) bagi penggunanya. Menurut DeVito (2011), self-disclosure dipengaruhi oleh berbagai faktor situasional, antara lain ukuran kelompok, rasa suka (liking), efek diadik (dyadic effect), kompetensi komunikasi, kepribadian, dan topik pembicaraan, sehingga individu tetap dapat melakukan pengungkapan diri terlepas dari tingkat self-esteem yang dimilikinya.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian mengenai kesadaran privasi pada media sosial yang menunjukkan bahwa perilaku self-disclosure lebih dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat, risiko, dan keamanan penggunaan platform (Lee & Attablayo, 2023), serta penelitian Fitriyah (2025) yang menemukan bahwa trust memiliki pengaruh lebih kuat terhadap self-disclosure dibandingkan self-esteem. Sejalan dengan hal tersebut, Aulia dan Dwatra (2025) menemukan bahwa interpersonal trust dan intimate friendship masing-masing memberikan kontribusi sebesar 10,9% dan 15,1% terhadap self-disclosure pada Generasi Z pengguna second account Instagram, sedangkan Maharani dkk. (2025) menemukan bahwa pengguna second account cenderung melakukan self-disclosure ketika akun tersebut hanya diikuti oleh orang-orang terdekat yang dipercaya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa tidak ditemukannya hubungan yang signifikan antara self-esteem dan self-disclosure dalam penelitian ini bukan berarti self-esteem tidak berperan sama sekali, melainkan menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan second account Instagram, perilaku self-disclosure lebih banyak dipengaruhi oleh faktor situasional dan interpersonal, seperti rasa aman, kepercayaan terhadap audiens, kedekatan hubungan, serta tujuan penggunaan akun, dibandingkan oleh penilaian individu terhadap dirinya sendiri.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Sareba dan Umar (2025), Putri dan Wibowo (2025), serta Salsa dkk. (2024) yang menemukan adanya hubungan antara self-esteem dengan self-disclosure. Perbedaan hasil tersebut kemungkinan disebabkan oleh karakteristik subjek penelitian yang berbeda, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada mahasiswa secara umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada kelompok yang relatif homogen, yaitu mahasiswa Generasi Z pengguna aktif second account Instagram pada satu program studi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan self-esteem dengan self-disclosure pada pengguna second account Instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo yang melibatkan 108 responden, diperoleh hasil bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat self-esteem pada kategori sedang dan tingkat self-disclosure pada kategori sedang. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji korelasi Pearson Product

Moment, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,006 dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,948 (p > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara self-esteem dengan self-disclosure pada pengguna second account Instagram di kalangan mahasiswa Generasi Z Program Studi Rekam Medis STIKES Gorontalo. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat hubungan positif antara self-esteem dengan self-disclosure ditolak.

E. Referensi

Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, 1, 137–144.

Arifa, M., & Permata, R. (2023). Konsep Diri dan Pengungkapan Diri Laki-Laki dalam Multi Account Instagram Self-Concept and Self Disclosure of Male in Multi Accounts Instagram. Jurnal Mahasiswa Komunikasi, 3(March), 35–46.

Coopersmith. (1967). The Antecedents of Self-Esteem. W. H. Freeman.

DeVito, J. A. (2011). Komunikasi antarmanusia (5th ed.). Karisma Publishing Group.

Eugrani Lilian Sareba, M. F. R. U. (2025). Self-esteem dan self-disclosure pada mahasiswa di Kota Makassar. Jurnal Psikologi Karakter, 5(1), 266–272.

Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh self-esteem terhadap fear of missing out (FoMO) pada Generasi Z pengguna media sosial. Jurnal Psikologi, 1(4), 21.

Fitriyah, N. (2025). Pengaruh Self-Esteem dan Trust terhadap Self-Disclosure pada Individu yang Menjalani Cyber Love Relationship. Jurnal Pendidikan Tambusai, 9, 12443–12449.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 25 (9th ed.). Universitas Diponegoro.

GoodStats. (2025). 5 media sosial terpopuler di kalangan Gen Z 2025. GoodStats.

Hafizah, N. A., & Koanda, N. (2025). Interpersonal trust dan self-disclosure pengguna second account Instagram pada dewasa awal di Kota Makassar. Jurnal Psikologi Karakter, 5(1), 303–308.

Hargie, O. (2010). Skilled Interpersonal Communication (5th ed.). Routledge.

Johana, K., Lestari, F. D., & Fauziah, D. N. (2020). Penggunaan fitur instagram story sebagai media self disclosure dan perilaku keseharian mahasiswi public relations Universitas Mercu Buana. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 1(3), 280–289.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2022 tentang rekam medis.

Lase, C. C., Kristinawati, W., & Murti, H. A. S. (2024). Exploring the impact of self-esteem on online self-disclosure of second account users on Instagram: Trust as a mediator. Bulletin of Counseling and Psychotherapy, 6(2), 1–10.

Lee, K., & Attablayo, P. (2023). Examining the Impacts of Privacy Awareness on User's Self-Disclosure on Social Media. 1–14.

Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: Motivations, mechanisms and psychological well-being. Current Opinion in Psychology, 31, 110–115.

Maharani, F. D., Wibowo, D. S., & Widyarini, N. (2025). Self-disclosure of college students who use Instagram second account based on interpersonal trust. Psikologia: Jurnal Psikologi, 10(1), 111–119.

Maskhuliah, P., Vidiyanti, V. A., Putri, A. D. J. M., Wailusu, M., Zulfadli, & Supraman, S. (2025). Hipotesis penelitian dalam statistik manajemen pendidikan: Konsep, jenis, dan prosedur pengujian. Jurnal Penelitian Nusantara, 1(8), 425–433.

Mawaddah, A. W. (2024). Hubungan antara Self Esteem dan Intimate Friendship dengan Self Disclosure pada Remaja Akhir Pengguna Second Account Instagram di Kota Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Meilia, I. E. (2024). Self-Disclosure pada Second Account Instagram Generasi Z Kabupaten Tulungagung. JASIMA: Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora, 3(2), 58–77.

Muttaqien, A. F., Hibatullah, F., & Wulandari, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Pengungkapan Diri. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS), 2(3), 370–375.

Putri, & Wibowo. (2025). Hubungan self-esteem dengan self-disclosure pengguna second account pada usia dewasa awal. 5(2), 1563–1578.

Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. Princeton University Press.

Salsa, A. B., Jumaini, & T. H. S. (2024). Hubungan self-esteem dengan self-disclosure pada mahasiswa pengguna second account Instagram. Indonesian Research Journal on Education Web, 4, 3502–3509.

Sirait, A. R. (2022). Subjektivitas Imperfek: Perempuan dalam "Second Account" di Instagram. Lembaran Antropologi, 1(1), 1–19.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.). Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sutrisnawati, W. M., Rohayati, N., & Minarsih, Y. (2024). Self-disclosure generasi Z pengguna second account ditinjau dari self-esteem. 5(2), 446–453.

Tafarodi, R. W., & Swann, W. B. (2001). Two-dimensional self-esteem: Theory and measurement. Personality and Individual Differences, 31(5), 653–673.

Tinggi, P. D. P. (2025). Data mahasiswa aktif program studi rekam medik STIKES Gorontalo.

We Are Social, & Meltwater. (2025). Digital 2025: Global overview report.

Wheeless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. Human Communication Research, 2(4), 338–346.

Wiyono, T., & Muhid, A. (2020). Self-disclosure melalui media instagram: Dakwah bi al-nafsi melalui keterbukaan diri remaja. 40(2), 141–154.

Zahra Aulia, & Free Dirga Dwatra. (2025). Kontribusi interpersonal trust dan intimate friendship terhadap self disclosure generasi z pengguna second account instagram. Jurnal Penelitian Guru Indonesia, 5, 2185–2202.

Zaki, M., & Saiman. (2021). Kajian tentang perumusan hipotesis statistik dalam pengujian hipotesis penelitian. JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 4, 1–4.

Zayana, Hidayatullah, M., & Putra, M. R. A. (2025). Analysis of main account versus second account Instagram as a media for self-disclosure of Generation Z in Baubau City. Mediakita, 9(2), 270–289.