

BAB II

KERANGKA TEORI/ KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian “Analisis Faktor Keterbukaan Diri melalui *Second Account* di Instagram (Studi Kasus: Generasi Z dengan Jenis Kepribadian Introver)” adalah sebuah penelitian yang dihasilkan dari hasil pengembangan penelitian sebelumnya mengenai *self-disclosure* dan *second account*. Penelitian keterbukaan diri melalui *second account* sudah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, namun belum ada yang mengaitkannya dengan kasus keterbukaan diri melalui *second account* terhadap orang-orang yang berkepribadian introver.

Keenam penelitian lain merupakan jenis penelitian terdahulu yang mengusung topik datau metode serupa mengenai analisis fenomena sosial penggunaan *second account* sebagai wadah keterbukaan komunikasi dan media peningkatan kepercayaan diri pada individu. Keenam penelitian tersebut ialah penelitian oleh Paramesti & Nurdiarti (2022), Prihantoro et al., (2020), Suherman et al., (2021), Emeraldien et al., (2019), Latifa et al., (2019), serta penelitian oleh Purmiasa et al., (2020).

Berdasarkan hasil tinjauan, terdapat tiga dari enam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dalam perumusan topik dan hasil pembahasannya. Penelitian Penggunaan *Pseudonym* di *Second Account* Instagram dalam Perspektif Etika Digital oleh Paramesti & Nurdiarti (2022), *Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram* oleh Prihantoro et al., (2020) dan penelitian *The Use of Finstagram as Platform for Self-Disclosure* oleh Emeraldien et al., (2019) menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi deskriptif untuk mengungkap pembahasan dalam penelitian. Keseluruhan penelitian kualitatif yang menjadi acuan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara terhadap narasumber untuk membuktikan deskripsi mereka mengenai fenomena sosial yang diteliti. Masing-masing penelitian mempergunakan

pendekatan deskriptif untuk mengelola data sehingga dapat diinterpretasikan dengan maksimal untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

Sedangkan, terdapat tiga penelitian lain yang menggunakan metode studi kuantitatif dengan pendekatan statistika parametrik untuk mengelola data dalam penelitian. Ketiga penelitian yang menggunakan metode kuantitatif tersebut adalah penelitian *Influence of Pseudonymous Identity Usage on Instagram on Self-disclosure* oleh Suherman et al., (2021), *Self Disclosure in Indonesian Social Media User: What Leads People to Self Disclosure in Social Media?* oleh Latifa et al., (2019), serta penelitian *Factors of Public Self-Disclosure Via Instagram Stories* oleh Purmiasa et al., (2020). Ketiga penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data melalui instrumen wawancara terhadap sampel dari populasi penelitian. Digunakan pula statistika parametrik dan data deskriptif untuk menggambarkan sebaran data untuk disintesis dalam penelitian. Kuesioner yang disebarkan dalam penelitian pun memiliki jumlah yang bervariasi. Pada penelitian, jumlah kuesioner disebarkan secara berturut-turut adalah 100 responden, 226 responden, dan 400 responden.

Keseluruhan penelitian menggunakan media sosial sebagai objek yang dianalisis dalam penelitian. Sedangkan, terdapat lima dari enam penelitian terdahulu dalam studi ini menggunakan Instagram sebagai objek analisis. Satu penelitian menggunakan fitur Cerita Instagram (*Instagram Story*) untuk dianalisis dalam penelitian. Ditemukan bahwa setidaknya terdapat tiga penelitian yang menggunakan dan menganalisis keberadaan akun samaran atau *second account* sebagai objek khusus dalam penelitian. Penelitian Paramesti & Nurdiarti (2022) menggunakan topik yang lekat dengan penelitian ini, yakni penggunaan akun samaran atau *pseudonym* dalam perspektif etika digital di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam penggunaan akun samaran di Instagram oleh penggunaannya dan membandingkan alasan penggunaan dengan perspektif etika digital. Penelitian Prihantoro et al., (2020) juga menggunakan *second account* di Instagram sebagai bentuk objek yang dianalisis dalam studi. Ini

dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui bentuk dan dampak yang dibentuk pengguna dalam menggunakan Instagram berdasarkan dalam teori Johari Window.

Penelitian ini menganalisis informasi penggunaan *second account* terhadap keterbukaan diri individu melalui konsep Johari Window. Kegunaan media sosial samaran dan *second account* juga dianalisis oleh Suherman, Putri, dan Stellarosa yang menganalisis akun *pseudonym* untuk menentukan pengaruh penggunaan akun ini terhadap identitas pengungkapan diri individu di Instagram. Hasil mengemukakan bahwa penggunaan *second account* memberikan pengaruh yang tinggi kepada para pengikutnya.

Keseluruhan penelitian menggunakan konsep keterbukaan diri *self disclosure* untuk menganalisis temuan-temuan dalam penelitian. *Self disclosure* digunakan untuk menentukan tingkat keterbukaan diri pengguna melalui keberadaan akun Instagram. Tiga dari enam penelitian menggunakan konsep *self-disclosure* berdasarkan Johari Window yang terdiri atas *open self*, *blind self*, *hidden self*, dan *unknow self* dalam penggunaan *second account* dan *first account* di media sosial Instagram. Penelitian Prihantoro et al., (2020) menggunakan teori Johari Window untuk meningkatkan analisis dari perspektif individu mengenai keterbukaan dirinya terhadap orang lain. Dihasilkan temuan bahwa individu merasa sangat dekat dengan pengikutnya di *second account* Instagram sehingga mereka membagikan *hidden self* lebih sering dibandingkan pada *first account* di Instagram. Penelitian Suherman et al., (2021) menggunakan Johari Window melalui pendekatan statistik parametrik dengan hasil bahwa keberadaan *pseudonym* di Instagram memberikan kebebasan pada individu untuk mengungkapkan dirinya terhadap pengikutnya. Sedangkan, penelitian oleh Emeraldien et al., (2019) memberikan kesimpulan bahwa Johari Window dalam penelitian membuktikan pengungkapan diri dengan lebih jujur dan ke *hidden self* lebih masih kepada pengikutnya dibandingkan dengan akun media sosial lain.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Paramesti & Nurdiarti (2022)	Prihantoro <i>et al.</i> , (2020)	Suherman <i>et al.</i> , (2021)
Judul Artikel	Penggunaan <i>Pseudonym</i> di <i>Second Account</i> Instagram dalam Perspektif Etika Digital	<i>Self Disclosure</i> Generasi Milenial melalui <i>Second Account</i> Instagram	<i>Influence of Pseudonymous Identity Usage on Instagram on Self-disclosure</i>
Sumber Jurnal	Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi	Jurnal Ilmu Komunikasi	Jurnal Komunikasi
Tujuan	Untuk memahami lebih dalam mengenai bagaimana penggunaan pseudonym di second account Instagram dalam perspektif etika digital	Untuk mengetahui bentuk dan dampak yang dibentuk pengguna dalam menggunakan Instagram berdasarkan dalam teori Johari Window.	Untuk menentukan pengaruh penggunaan identitas samaran di Instagram terhadap pengungkapan diri.
Konsep	- <i>Second account</i> - <i>Self-disclosure</i> (keterbukaan diri) - <i>Pseudonym account</i>	- <i>Johari Window</i> - <i>Self Disclosure</i> - <i>Second account</i>	- <i>Johari window</i> - <i>Self disclosure</i>
Jenis Penelitian, Metode, dan Teknik Pengumpulan data	Kualitatif, pendekatan fenomenologi. Wawancara terhadap 5 narasumber pengguna pseudonym account	Kualitatif pendekatan deskriptif. Wawancara terhadap 6 narasumber	Kuantitatif dengan statistik parametrik. Kuesioner pada 100 orang milenial
Hasil dan Kesimpulan	Pengguna <i>pseudonym</i> di <i>second account</i> Instagram memberikan rasa nyaman dan rasa percaya dengan orang-orang yang menjadi <i>followers</i> dan <i>following</i> di <i>second account</i> Instagramnya untuk berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengungkapkan diri lebih banyak termasuk hal-hal yang bersifat rahasia kepada orang-orang yang telah dipilihnya untuk dapat mengakses <i>second account</i>	- Informan merasa lebih terbuka karena di-private sehingga yang bisa melihat apa yang mereka bagikan hanyalah orang-orang yang sangat dekat dan mereka percayai - Adanya <i>second account</i> membuat mereka bisa menambah rasa percaya diri dalam memutuskan apa yang mereka harus bagikan ke banyak orang	- Penggunaan identitas <i>pseudonym</i> di Instagram memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan diri. - Semakin seseorang memanfaatkan penggunaan identitas <i>pseudonym</i> di Instagram, semakin terbuka dirinya kepada followersnya

Penulis	Emeraldien <i>et al.</i> , (2019)	Latifa <i>et al.</i> , (2019)	Purmiassa <i>et al.</i> , (2020)
Judul Artikel	<i>The Use of Finstagram as Platform for Self-Disclosure</i>	<i>Self Disclosure in Indonesian Social Media User: What Leads People to Self Disclosure in Social Media?</i>	<i>Factors of Public Self-Disclosure Via Instagram Stories</i>
Sumber Jurnal	Jurnal Ilmu Komunikasi	Journal of Egeineering and Apllied Science	Advances in Social Science, Education and Humanities Research
Tujuan	Untuk mempelajari penggunaan Finstagram terhadap keterbukaan diri mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur.	Untuk menelusuri faktor yang berkontribusi bagi peningkatan motivasi masyarakat dalam membagikan keterbukaan diri di media sosial.	Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan pengguna Instagram Stories di lima kota terbesar di Indonesia melakukan keterbukaan diri kepada publik.
Konsep	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Self-disclosure</i> - <i>Johari Window</i> - Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Self Disclosure</i> - <i>Self-awareness</i> - <i>Anonimity</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Self disclosure</i> - <i>Communication privacy management (CPM)</i>
Jenis Penelitian, Metode, Teknik Pengumpulan data	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif Wawancara terhadap empat narasumber mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur	Kuantitatif dengan analisis statistik parametrik juga dengan kuisisioner dengan sampel 226 warga Indonesia pengguna Facebook dan Instagram	Kuantitatif degan analisis statistik parametrik Kuisisioner dengan 400 responden
Hasil dan Kesimpulan	<ul style="list-style-type: none"> - Akun Instagram menjadi wadah mahasiswa untuk lebih terbuka dengan sesama di Instagram. - Mereka mengunggah hal-hal yang lebih pribadi dan lebih jujur pada diri sendiri 	<ul style="list-style-type: none"> - Informan merasa lebih terbuka karena di-private sehingga yang bisa melihat apa yang mereka bagikan hanyalah orang-orang yang sangat dekat dan mereka percayai - Adanya <i>second account</i> membuat mereka bisa menambah rasa percaya diri dalam memutuskan apa yang mereka harus bagikan ke banyak orang 	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor <i>privacy concern (PC)</i> menjadi faktor pertimbangan tertinggi bagi pengguna <i>Instagram Stories</i> di 5 kota terbesar di Indonesia. - Faktor yang paling rendah adalah <i>privacy invasi experience (PIE)</i> karena beberapa pengguna <i>Instagram Stories</i> di Indonesia tidak setuju untuk mengurangi aktivitas keterbukaan diri publik meskipun pernah mengalami masalah pelanggaran privasi.

2.2 Teori atau Konsep

2.2.1. *Self Disclosure*

Self disclosure merupakan konsep yang mengklaim bahwa dengan secara bertahap mengungkapkan emosi dan pengalaman dan mendengarkan berbagi timbal balik mereka, orang mendapatkan pemahaman yang lebih besar satu sama lain dan menunjukkan kepercayaan. Devito (2016) menjelaskan bahwa *Self disclosure* merupakan sebuah perilaku yang dimiliki individu untuk mengungkapkan dirinya dan memberi informasi dirinya kepada orang lain. Oleh sebab itu, dapat didefinisikan bahwa *Self disclosure* adalah sebuah intuisi untuk pembentukan hubungan dibangun di atas kepercayaan dengan orang lain, yang ditunjukkan dengan mengungkapkan informasi pribadi secara bertahap, seperti pikiran, perasaan, dan pengalaman yang mungkin mereka bagikan dengan orang lain.

Devito (2016) dalam bukunya juga menyatakan bahwa *Self disclosure* yang dilakukan oleh individu terkandung pada berbagai tipe komunikasi, bukan hanya dalam komunikasi interpersonal. *Self disclosure* ini dibagikan individu ketika mereka memberikan informasi diri pada kelompok kecil, melakukan pidato secara publik, berbincang di televisi atau media massa, dan di internet.

Devito (2016: 226) memaparkan setidaknya terdapat beberapa aspek dimensial dari *Self disclosure* ialah sebagai berikut:

1. Sikap dan pendapat

Ini berkaitan dengan sikap dan pendapat seseorang tentang isu-isu atau masalah yang berada atau terjadi secara pribadi dan secara sosial, sikap dan pendapat.

2. Selera dan minat

Ini terdiri atas hal-hal apa saja yang dapat menggugah selera dan minat seseorang yang memiliki kecenderungan pada hal-hal tertentu.

3. Pekerjaan atau Pendidikan

Seseorang memiliki intensitas keterbukaan diri mengenai apa yang membuat ia menjadi tidak dapat menikmati pekerjaan atau pendidikannya, hal yang mengganggu ataupun menyenangkan dari pekerjaan atau pendidikan tersebut.

4. Uang

Berkaitan mengenai bagaimana persepsi seseorang tentang uang dan keterbukaannya dalam mengatur keuangan atau finansial dirinya.

5. Kepribadian

Ini berkaitan dengan keterbukaan mengenai hal-hal yang menurut seseorang hal-hal yang terbaik atau yang disukai dalam dirinya.

6. Tubuh

Berkaitan dengan pengungkapan nilai, ekspektasi dirinya tentang hal-hal yang dimiliki secara fisik dan kesehatan dan sejauh mana sesuai atau tidak sesuai dengan harapannya.

Pandangan komunikasi tidak hanya sebatas kegiatan yang menghubungkan manusia secara pasif, melainkan melalui tindakan yang berlangsung terus menerus secara aktif pula. Karena alasan inilah komunikasi dikategorikan sebagai sebuah proses yang selalu berubah-ubah dan berlangsung. Proses komunikasi mengandung tiga unsur (Mulyana, 2019):

- a. Terdapat perasaan atau emosional yang mendalam akibat komunikasi secara terus menerus.
- b. Proses komunikasi memiliki tiga seri waktu, yaitu masa lalu, masa kini dan masa depan.
- c. Terdapat peranan tertentu bagi partisipan.

Dalam proses komunikasi yang berlangsung, komunikasi memiliki beberapa unsur, yaitu sebagai berikut:

- a. Komunikator, yaitu pihak yang melakukan komunikasi atau yang memulai dalam pengiriman pesan yang ditujukan kepada lawan bicaranya atau biasa disebut dengan komunikan.
- b. Komunikan merupakan pihak yang menerima pesan yang dikirimkan oleh pihak komunikator atau pihak yang mendapat kiriman pesan yang artinya komunikan merupakan sasaran dari tujuan komunikator.
- c. Pesan atau Simbol merupakan isi, ide, gagasa, perasaan yang disampaikan dari pihak komunikator kepada pihak komunikan.
- d. Media merupakan alat yang dijadikan wadah untuk menyalurkan pesan atau simbol yang dikirim komunikator kepada komunikan.

2.2.1.1. Faktor Yang Mempengaruhi *Self Disclosure*

DeVito (2018) menegaskan bahwa sejumlah variabel mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengungkapkan diri atau tidak, apa yang diungkapkan, dan siapa yang menerima ungkapan tersebut. Berikut ini merupakan enam faktor yang mempengaruhinya:

a. *Who You Are*

Seseorang dengan kepribadian ekstrovert biasanya lebih mudah bergaul dan mengungkapkan diri-nya dibandingkan dengan orang dengan kepribadian introvert. Orang dengan kepribadian introvert pada umumnya pemalu atau tidak nyaman dalam situasi sosial lebih dan lebih sedikit mengungkapkan diri mereka daripada mereka yang eksrovert. Individu yang kompeten dan memiliki rasa percaya diri yang tinggi

mengungkapkan diri mereka lebih sering daripada individu yang tidak kompeten dan mereka yang memiliki rasa percaya diri yang rendah.

b. *Culture*

Pengungkapan diri dipandang secara berbeda di banyak budaya. Tidak seperti orang Amerika, orang Jepang tidak mengantisipasi rekan kerja mereka berbagi informasi yang terlalu sensitif, sedangkan orang-orang di Amerika merasa bahwa informasi pribadi merupakan hal yang biasa untuk dibagikan.

c. *Gender*

Wanita dianggap lebih banyak berbagi tentang diri mereka sendiri daripada pria, menurut berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti. Mereka sering mendiskusikan hubungan romantis mereka, bagaimana perasaan mereka tentang teman dekat mereka, ketakutan mereka, dan hal-hal yang mereka benci dari pasangan mereka. Wanita merasa bahwa hal tersebut biasa dibagikan kepada teman. Lain halnya dengan pria yang menganggap informasi tersebut merupakan hal yang privat dan tidak untuk dibagikan kepada orang lain.

d. *Listener*

Seseorang yang cenderung mengungkapkan informasi privatnya kepada orang yang mereka sukai atau percayai karena mereka tahu bahwa mereka dapat mengandalkan mereka untuk mendapatkan dorongan dan komentar yang mendukung. Bagi sebagian orang, mereka lebih nyaman bercerita kepada teman dekat atau orang dewasa lain yang sebaya dengan mereka. Hal ini disebabkan karena adanya kesamaan pemikiran yang dapat membuat kecocokan dalam berbicara. Biasanya,

orang mengungkapkan diri mereka kepada orang lain setelah orang lain tersebut memberikan hal yang sama kepada mereka. Hal ini dapat dipahami sebagai sebuah siklus dua arah.

e. *Topic*

Sebagian orang lebih menyukai untuk mengungkapkan informasi pribadi dalam beberapa topik tertentu dibandingkan dengan topik lainnya. Berbagai topik yang mengarah pada hal positif biasanya lebih diminati daripada topik-topik yang mengarah pada hal negatif. Dalam hal ini, pengungkapan diri lebih jarang dilakukan ketika membahas topik yang sensitif atau tidak menyenangkan.

f. *Media*

Elemen lain yang memengaruhi pengungkapan diri (*self-disclosure*) adalah saluran yang digunakan untuk komunikasi. Beberapa orang menjadi lebih terbuka saat berbicara secara tatap muka, sementara orang lain menjadi lebih terbuka saat berbicara melalui telepon atau chatting, dan mungkin saja ada orang yang lebih terbuka di media sosial. Berbagi informasi secara berlebihan (*oversharing*) tampaknya telah menjadi hal yang biasa dilakukan berkat adanya media sosial.

2.2.1.2. Dampak Positif Melakukan *Self Disclosure*

Dampak positif dalam melakukan pengungkapan diri (*self disclosure*) menurut Devito (2018) dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. *Increases Self Knowledge*

Untuk mendapatkan perspektif baru tentang diri mereka sendiri dan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku mereka sendiri, orang yang lebih terbuka tentang diri mereka sendiri

(*self disclosure*) mungkin dapat menemukan aspek-aspek tersembunyi dari kepribadian mereka yang sebelumnya tidak mereka sadari. Seseorang akan merasa lebih mudah untuk melakukan penerimaan diri (*self acceptance*) dan meningkatkan konsep diri (*self concept*) seiring dengan meningkatnya pengetahuan tentang dirinya.

b. *Increases Communication Effectiveness*

Efektivitas hubungan dan komunikasi akan meningkat sebagai hasil dari pengungkapan diri (*self disclosure*). Pengungkapan diri memfasilitasi pengembangan hubungan yang lebih intim dan memuaskan bagi kedua belah pihak.

c. *Prevent Misconceptions*

Pengungkapan diri (*self disclosure*) juga dapat menghindari kesalahpahaman. Hal ini menguntungkan bagi pasangan yang sering terjebak dalam kesalahpahaman bersama pasangannya. Pasangan romantis akan mempertanyakan hubungan mereka jika pengungkapan diri (*self disclosure*) tidak dilakukan. Hal ini dapat terjadi dalam persahabatan dan juga hubungan romantis. Orang-orang bebas untuk mengorek, mengintip, dan bertanya-tanya apakah teman mereka menyembunyikan sesuatu dari mereka apabila mereka sama sekali tidak melakukan *self disclosure* kepada teman dekatnya.

d. *Improves Psychological Health*

Manfaat selanjutnya dari dilakukannya pengungkapan diri (*self disclosure*) adalah meningkatkan kesehatan fisiologis. Individu yang mengungkapkan diri tidak mudah terserang penyakit. Jika mereka dapat bercerita kepada orang lain, seseorang yang sedang mengalami stres akan merasa bebannya berkurang.

e. *Increases Liking and Perceived Attractiveness*

Pengungkapan diri (*self disclosure*) juga bermanfaat untuk meningkatkan rasa suka dan daya tarik yang dirasakan. Selain itu, orang yang mengungkapkan dirinya lebih banyak dipandang lebih menarik daripada mereka yang menyimpan kehidupan dan identitas mereka sendiri. Oleh karena itu, pengungkapan diri (*self disclosure*) dapat membuat seseorang menjadi lebih disukai.

Meskipun pengungkapan diri (*self disclosure*) memiliki banyak dampak positif, pengungkapan diri juga dapat memberikan dampak negatif apabila dilakukan melampaui batasan, juga dapat membahayakan.

2.2.2. Second Account

Media sosial merupakan media yang menjadi wadah dalam hubungan kerja sama antara pengguna yang menghasilkan konten dan saling berinteraksi (Shirky, 2018). Pada definisi ini, media sosial mempermudah pertukaran informasi antara satu pengguna dengan pengguna lainnya yang terjadi secara luas dan dalam jangkauan informasi lebih besar dibandingkan penyebaran informasi secara manual. Adapun aplikasi media sosial yang dimaksud ialah Instagram, Twitter, Facebook, Line, Whatsapp, E-mail, Telegram, Quora, dan lain sebagainya.

Dalam melakukan interaksi di media sosial, persepsi seseorang terhadap dipengaruhi oleh intensitas interaksi, minat, dan perhatian yang memotivasi interaksi terjadi (Alyusi, 2021). Intensitas interaksi dibentuk dengan seberapa banyak kontak sosial baik secara langsung maupun tidak langsung dilakukan oleh seseorang pada konten yang ada dalam media sosial.

Minat merupakan rasa ketertarikan pada sebuah konten ataupun aktivitas tanpa adanya instruksi dari orang lain. Semakin besar minat yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin kuat hubungan dan interaksi yang akan terjadi dengan konten. Sedangkan perhatian didefinisikan sebagai bentuk kepedulian yang diberikan oleh subjek terhadap konten. Perhatian dapat diukur dengan seberapa lama subjek memberikan atensi bagi eksistensi konten.

Dalam menggunakan akun media sosial, pengguna biasanya dihadapkan dengan sifat-sifat akun yang merepresentasikan fungsi akun tersebut kepada penggunanya. Ini dikarenakan dalam media sosial tertentu, seperti Instagram, Twitter, dan Facebook, beberapa akun dapat dimiliki oleh hanya satu orang pengguna. Dalam kata lain, seorang pengguna dapat mengorganisasikan satu atau lebih akun yang dikhususkan terhadap kepentingan tertentu. Menurut Iksandy (2022) pengguna biasanya mengklasifikasikan akunnya berdasarkan kegunaan dan cara mereka membagikan informasi dirinya sendiri pada akun tersebut, beberapa tipe akun itu diantaranya:

1) Akun pertama, biasanya diistilahkan dengan *first account* merupakan bentuk akun yang digunakan untuk memenuhi fungsi merepresentasikan diri yang sebenarnya. Mereka akan menampilkan gambaran diri yang diharapkan oleh sosial dengan impresi publik yang baik. Ini ditujukan untuk mendapatkan interaksi *like* dan komentar untuk membangun *personal branding* dirinya.

2) Akun kedua, yang biasa disebut dengan *second account*, merupakan bentuk akun yang direpresentasikan untuk mengungkapkan impresi diri sebenarnya. Ini ditujukan untuk menonjolkan citra diri yang sesungguhnya tanpa memikirkan *personal branding* yang dimiliki oleh individu. Tipe akun ini juga

dapat terklasifikasi menjadi akun *pseudonym* untuk menonjolkan citra diri yang mereka tutupi dari publik.

- 3) Akun palsu, atau yang kerap disebut sebagai *fake account*, merupakan bentuk akun yang direpresentasikan untuk mengungkapkan impresi diri sebenarnya. Dengan tujuan untuk menulis, beropini, dan memanfaatkan media sosial tanpa memikirkan *personal branding* yang dimiliki seseorang. Ini termasuk dalam tipe akun *pseudonym* juga yaitu untuk menonjolkan citra diri yang mereka tutupi dari publik.

Menurut Ardiesty et al (2022), *second account* juga digunakan oleh individu untuk memberikan kesempatan bagi pengguna berinteraksi dengan pengguna lain di Instagram yang diklasifikasikan sebagai teman dekat atau dipercaya oleh pengguna Instagram. Oleh sebab itu, *second account* digunakan dengan menyasar ranah pribadi untuk mengungkapkan diri secara lebih bebas dibandingkan pada *first account*.

2.2.3 Kepercayaan diri

Konsep *self-confidence* berasal dari teori pembelajaran sosial, konsep refleksi diri, sistem kepercayaan, di mana keterampilan kognitif, sosial, emosional, dan perilaku diatur oleh individu. *Self-confidence* mengacu pada fungsi yang efektif, dengan kata lain tentang kemampuan pribadi dalam arti apa yang dapat dilakukan seseorang dalam kondisi yang berbeda dengan keterampilan apa pun yang dalam satu proses (Eriksson, 2014). Dalam teori *self-confidence*, kepercayaan diri tidak hanya memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu tetapi juga menjadi determinan utama dalam mempengaruhi kepercayaan diri. Sebaliknya, keyakinan efikasi adalah perasaan tentang mampu dan siap untuk melakukan sesuatu melalui keyakinan pada kemampuan saat ini. Meskipun ada banyak

kesamaan antara gagasan efikasi diri dan harapan, modelnya berbeda dalam dua cara penting.

Bandura menjelaskan bahwa efikasi diri merupakan tingkat keyakinan individu tentang potensi dirinya. Bandura berpendapat pemisahan antara efikasi dan kepercayaan diri, menyatakan bahwa kepercayaan diri adalah kekuatan dari sebuah keyakinan dan bahwa efikasi diri adalah tingkat 'kepercayaan yang dirasakan (Sander & Sanders, 2016). Sementara harga diri dapat dilihat sebagai hasil dan sumber daya ketika proses verifikasi diri gagal, itu juga telah dikonseptualisasikan sebagai tujuan dalam dan dari dirinya sendiri.

Kepercayaan diri dapat didefinisikan sebagai bentuk keyakinan dan efikasi diri dalam diri seseorang dalam memandang dirinya sendiri sehingga dapat melakukan segala sesuatu yang diinginkannya. Adnan, (2018) memaparkan bahwa kepercayaan diri adalah aspek yang penting untuk dimiliki oleh seseorang guna menghasilkan kesesuaian hidup yang positif. Orang yang percaya diri memiliki aspek-aspek sebagai berikut:

1. Memiliki rasa kemandirian yang tinggi (independen)
2. Tidak bergantung dengan orang lain
3. Tidak mudah mengalami frustrasi
4. Menerima tantangan baru
5. Emosi yang tampak lebih hidup dan stabil
6. Mudah berkomunikasi
7. Senang membantu orang lain

Adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kepercayaan diri pada seseorang adalah:

1. Optimistik yakni bersikap positif menghadapi masalah, tantangan, dan menggapai mimpi

2. Rasional dan realistis, artinya memiliki sikap rasional dan realistis terhadap keadaan
3. Keyakinan terhadap diri, berarti memiliki keyakinan diri dalam menghadapi tantangan dan tidak mudah putus asa
4. Bertanggung jawab, berkaitan dengan kepemilikan rasa tanggung jawab dan mau mengambil risiko
5. Toleransi berarti sikap menghargai orang lain dan tidak mementingkan diri sendiri

2.2.4 Tipe Kepribadian

Perkembangan keilmuan, psikologi memunculkan konsep *personality* atau kepribadian. Kepribadian kemudian berkembang menjadi hal yang esensial dan terkenal dalam konsep psikologis. Konsep ini merupakan gambaran tentang cara seseorang berperilaku terhadap lingkungannya, yang dapat dilihat dari kebiasaan berpikir, sikap, dan minatnya serta cara pandangnya yang unik terhadap kehidupan. Istilah "*personality*" berasal dari kata latin *persona* yang berarti "topeng". Bagi orang Romawi, persona berarti "bagaimana seseorang memandang orang lain", bukan diri yang sebenarnya. Kepribadian sebagai penyebab yang mendasari perilaku dan pengalaman individu dalam diri seseorang (Cherry, 2021) . Dalam kata lain, kepribadian adalah karakteristik yang dimiliki oleh seseorang, karakter ini membedakan satu sama lain, dan ini merupakan penyebab yang mendasari perilaku.

Di sisi lain, kepribadian diartikan sebagai keseluruhan karakteristik individu yang membuatnya unik (Petric, 2019). Dalam kamus psikologi mendefinisikan kepribadian sebagai keseluruhan sifat atau watak seseorang. Ini berkaitan dengan bagaimana seseorang bersikap, merasa dan berpikir perilaku seseorang sangat ditentukan oleh keadaan pikirannya. Kepribadian dapat diartikan sebagai seperangkat karakteristik yang

dinamis dan terorganisir yang dimiliki seseorang yang mempengaruhi kognitif, motivasi, dan perilakunya dalam situasi tertentu. Dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah keseluruhan cara individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu lain yang digambarkan dalam sifat-sifat yang dapat diukur oleh seseorang termasuk perilaku yang terlihat (perilaku eksternal) dan pemikiran yang tidak dapat dilihat. Di psikologi sendiri, kepribadian berkaitan dengan perilaku batin individu dalam menjalankan kehidupan kesehariannya.

Kepribadian diklasifikasikan menjadi tiga jenis utama menurut karakteristik individu, yakni kepribadian introver, ekstrover, dan *ambiever*. Cherry mengemukakan perbedaan utama antara kepribadian adalah sumber dan arah ekspresi individu (Cherry, 2021). Karakteristik ekstrover adalah mereka yang menentukan energi sebagai "perputaran libido" dan introver sebagai perputaran libido ke dalam. Sedangkan, pada *ambiever*, pertukaran energi dilaksanakan ke luar dan ke dalam. ekstrover mengarahkan minat mereka keluar ke lingkungan sekitar mereka; mereka berpikir, merasakan, dan bertindak dalam kaitannya dengan faktor-faktor eksternal daripada faktor-faktor subjektif. Minat orang introver diarahkan ke dalam; mereka berpikir, merasakan, dan bertindak dengan cara yang menunjukkan bahwa subjek adalah faktor pendorong utama. Penjelasan mengenai ketika kepribadian tersebut secara lebih lanjut ialah (Petric, 2022):

1. Ekstrover

Kepribadian ini di identikan dengan "akumulasi cepat" dan "penghilangan lambat" dari penghambatan reaktif. Dengan kata lain, ekstroversi merupakan dimensi perilaku yang dibentuk oleh faktor keturunan. Setiap manusia memiliki dimensi itu. Artinya ekstrover sudah ada sejak seseorang lahir dan terus ada seiring dengan pertumbuhan manusia. ekstrover relatif suka berteman,

mudah bergaul, menikmati kerja kelompok, senang berada di pusat perhatian dan ekspresif secara terbuka. Mereka suka melihat tempat baru, bertemu orang baru, agar mereka bisa mengungkapkan perasaan dan pikirannya saat berinteraksi.

2. Introver

Kepribadian introver sering dicirikan oleh kapasitas mereka untuk refleksi ke dalam dan kebutuhan untuk memahami dunia sebelum mereka mengalaminya. Introver memiliki preferensi untuk fokus pada dunia di dalam diri. Introver cenderung pendiam, damai dan disengaja dan tidak tertarik pada interaksi sosial. Mereka lebih suka aktivitas yang bisa mereka lakukan sendiri atau dengan satu teman dekat lainnya, aktivitas seperti membaca, menulis, berpikir, dan menemukan. Introver menemukan pertemuan sosial menguras tenaga.

3. Ambiver

Kepribadian ini ialah seseorang yang menunjukkan kualitas introversi dan ekstrasversi dan dapat beralih ke keduanya tergantung pada suasana hati, konteks, dan tujuan mereka. Ambiver juga disebut dengan banyak istilah di antaranya:

- 1) *Outgoing* introver, yakni seorang introver yang dapat keluar dalam situasi tertentu, atau di sekitar orang-orang tertentu, atau ketika mereka benar-benar perlu.
- 2) Antisosial ekstrover, yakni seorang ekstrover yang membutuhkan waktu untuk mengisi ulang sebelum bersosialisasi atau lebih suka menyendiri daripada seorang ekstrover yang khas.
- 3) Introver sosial, yakni seorang introver yang dapat bergabung menjadi *extraversion* bila diperlukan.

Seorang ambiver cukup nyaman dengan kelompok dan interaksi sosial, tetapi juga menikmati waktu sendirian, jauh dari

keramaian. Dengan kata sederhana, seorang ambiver adalah orang yang perilakunya berubah sesuai dengan konteks sosial. Di hadapan otoritas atau di hadapan orang asing, ambiver mungkin lebih tertutup. Namun, di hadapan keluarga atau teman dekat, ambiver mungkin lebih terbuka. Ambiver memiliki kemampuan beradaptasi dengan banyak situasi yang berbeda. Mereka mampu mengelola dalam kelompok besar, tetapi juga mampu bertahan.

2.2.5 Kepribadian Introvers

Introversi adalah jenis kepribadian yang banyak dianut oleh individu. Introversi sangat berbeda dengan ekstrover, keduanya memiliki karakteristik yang bertolak belakang. Kepribadian ekstrover banyak bicara, sedangkan kepribadian introversi biasanya pendiam dan pemalu. Keduanya berbeda, sehingga siswa introversi memiliki cara belajar mereka sendiri dan memiliki perbedaan untuk mata pelajaran yang mereka minati (Niranga & Dharmadasa, 2019).

Menurut Blatný (2015) kepribadian introversi sebagian besar memfokuskan energinya ke dalam; mereka cenderung untuk mempertimbangkan dan merenungkan. Cara orang memilih untuk mendapatkan energi dan memusatkan perhatian mereka. Kepribadian introversi lebih memilih kegiatan solidaritas dan dunia ide batin sebagai sumber energi mereka. Bisa dikatakan introversi adalah pengalaman batin, seperti merenung dan mengamati, mereka berpikir paling jernih dan lebih banyak mengembangkan gagasan dalam tindakan atau percakapan. Dengan kata lain, kepribadian introversi lebih berhati-hati terhadap dunia luar; mereka mengantisipasi dan merenung sebelum terlibat dalam tindakan untuk menghindari kesalahan. Artinya, kepribadian introversi lebih mementingkan dunia luar. Mereka antisipasi dengan orang lain dan ketika

mereka sendirian dan tidak terganggu oleh orang dan kejadian, mereka berpikir paling baik dan mengembangkan lebih banyak ide.

Introver adalah sisi lain dari kepribadian yang percaya bahwa seseorang yang introversinya lebih lambat tetapi lebih praktis daripada ekstrover (Roznowski et al., 2020). Mereka juga percaya bahwa kemampuan introver yang lebih baik untuk mengkonsolidasikan pembelajaran, gangguan mereka yang lebih sedikit dan kebiasaan belajar yang lebih baik dapat membantu mereka memperoleh hasil belajar yang lebih baik daripada ekstrover. Introver dicirikan oleh tingkat aktivitas yang lebih tinggi daripada ekstrover dan juga terangsang secara kronis daripada *ekstravert*. Ini berarti introver lebih lambat dari ekstrover, tetapi mereka memiliki kemampuan yang lebih baik untuk mengkonsolidasikan pembelajaran dan mereka memiliki tingkat aktivitas yang tinggi.

Introver juga umumnya pemamah biak, reflektif, mereka biasanya peduli dengan dunia batin mereka tidak suka keluar dari pikiran mereka sendiri ke dalam tindakan dan bertukar pikiran dengan orang lain (Piers, 2021). Introver didefinisikan sebagai sikap yang mengorientasikan seseorang ke arah dunia batiniah yang subjektif. Individu introver tidak terlalu sering berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya dan biasanya lebih fokus pada dirinya sendiri, pikirannya, dan perasaannya. Dengan kata lain, introver lebih suka belajar di tempat yang sunyi, dengan sedikit interupsi karena introver biasanya pasif. Itu berarti bahwa mereka suka sendirian karena belajar di kebisingan latar belakang akan sangat mengganggu mereka dan akan merusak tindakan kepedulian mereka dengan buruk.

Kepribadian introversi sebagai orang yang pendiam, introspektif, intelektual, tertata dengan baik, tidak ekspresif secara emosional, berorientasi pada nilai serta lebih memilih kelompok teman dekat dan perencanaan jauh ke depan. Dapat dikatakan bahwa introver tidak seperti

ekstrover, mereka memiliki prinsip hati-hati, terkendali, berhenti dan menarik diri dan paling baik saat sendirian. Dengan kata lain, mendeskripsikan karakteristik introver sebagai dimensi kepribadian yang stabil dan dapat diwariskan yang dibedakan oleh kecenderungan untuk menyendiri dan menyendiri, berlawanan arah dengan ekstrover, dan menekankan fakta bahwa introversi berbeda dari rasa malu, karena kecemasan. dan ketakutan akan situasi sosial sebagai prediktor kecemerlangan, tidak ada dalam introversi. Artinya kepribadian introver adalah sebagai orang yang mawas diri, mereka tidak suka berinteraksi satu sama lain.

Seorang introver cenderung introspektif, pendiam, dan jauh, tidak percaya pada dorongan hati dan sering merencanakan kepala dari ciri-ciri di atas, dapat dilihat bahwa orang introver sangat bertolak belakang dengan orang ekstrover. Bisa dikatakan introver suka diam, mereka tidak terlalu tertarik untuk berbicara banyak dan mereka tidak suka mengungkapkan ide, pikiran, dan perasaan mereka kepada siapa pun. Artinya introver suka menghabiskan waktunya sendirian atau hanya berbicara satu atau dua teman. Mereka juga akan lebih mudah jika diminta mengerjakan tugas sendirian tanpa berkolaborasi dengan banyak teman, biasanya mereka hanya memiliki satu atau dua teman dekat. Singkatnya, jelas bahwa introver sangat berbeda dengan ekstrover terutama dalam gaya belajarnya.

Orang introver suka bekerja secara individu, tidak terbiasa banyak bicara, dan biasanya tidak aktif di dalam kelas. Seperti yang dijelaskan oleh para ahli bahwa introver pada umumnya pemamah biak, reflektif, dan mereka biasanya peduli dengan dunia batin mereka, mereka lebih suka belajar di tempat yang sunyi, dengan sedikit interupsi karena introver biasanya pasif, pendiam, hati-hati, dan pendiam. Mereka juga sangat pemalu, pendiam, suka menyendiri, sangat berhati-hati dan tidak suka

tampil di depan umum. Introver cenderung mawas diri, pendiam dan bahkan jauh, tidak percaya dorongan dan sering merencanakan kepala mereka suka menghabiskan waktu sendirian atau hanya berbicara dengan satu atau dua teman dan tidak suka memecah pikiran mereka sendiri ke dunia tindakan dan bertukar pikiran dengan orang lain. Di dalam kelas introver termasuk siswa pasif yang sering diam belajar dan lebih suka mendengarkan sementara orang lain berbicara di dalam kelas.

Eysenck (dalam Bech, 2020) menyatakan bahwa ada tujuh aspek kepribadian yang didasarkan pada dimensi ekstrover. Mereka adalah ketidakaktifan, tidak ramah, kehati-hatian, terkendali, penghambatan, reflektif dan tanggung jawab. Penjelasan masing-masing karakter introver sebagai berikut:

1. Ketidakaktifan, yakni berkaitan dengan aktivitas fisik. Orang yang memiliki nilai ini mengerjakan tugasnya dengan lambat. introver juga lelah dan mudah tidur.
2. *Unsociability*, artinya introver adalah orang yang *unsociability* cenderung memiliki sedikit teman dekat dan suka melakukan aktivitas mandiri seperti membaca. Mereka terkadang merasa stres dalam berinteraksi dengan orang lain.
3. Kehati-hatian, artinya orang introver biasanya orang yang memiliki nilai ini melakukan kegiatan dengan hati-hati. Orang introver menghindari dari hal-hal berbahaya dan melakukan sesuatu yang akrab dan aman.
4. Terkendali, artinya orang yang merencanakan dan menyusun program sebelum melakukan sesuatu. Rencana orang introver memiliki masa depan yang cerah dan berpikir sebelum bertindak.
5. Keterhambatan, artinya individu introver tidak suka mengungkapkan perasaannya dengan bebas. Mereka tidak mudah merasa marah dan tenang.

6. *Reflectiveness*, artinya orang introver suka membuat abstraksi dan interpretasi, berdiskusi, dan menjawab pertanyaan filosofis.
7. Tanggung jawab, artinya orang introver cenderung membedakan individu berdasarkan tanggung jawab atas tindakan dan tugas serta pekerjaannya. Orang yang memiliki karakter ini akan mudah dipercaya oleh orang lain.

2.3 Alur Penelitian

Gambar 2 1 Alur Penelitian

Alur penelitian ini dapat disimak sebagai berikut.

