

ANALISIS SELF-DISCLOSURE MAHASISWA UNIMUDA SORONG MELALUI PENGUNAAN FITUR CLOSE FRIENDS INSTAGRAM

Agus Tholani¹

agustholani@gmail.com

Juminah²

juminahnajah@gmail.com

Nursyamsi³

nursyamsis866@gmail.com

ABSTRACT

The development of social media has transformed the way individuals communicate and express themselves in digital spaces. One feature that supports more selective self-disclosure is Instagram's Close Friends feature. This study aims to describe the self-disclosure of UNIMUDA Sorong students through the use of Instagram's Close Friends feature. This research employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, in-depth interviews with 12 informants selected using purposive sampling, and documentation. Data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing using DeVito's Self-Disclosure Theory as the analytical framework. The findings indicate that students use the Close Friends feature as a semi-private communication space to share personal information with trusted audiences. Before engaging in self-disclosure, students consider emotional closeness, trust, and the intensity of interpersonal relationships when selecting their audience. The feature provides a sense of security and comfort, reduces concerns about negative judgments, and supports more controlled self-disclosure according to users' privacy needs.

Keywords: *Close Friends, Instagram, Interpersonal Communication, Self-Disclosure, University Students.*

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi dan mengungkapkan diri di ruang digital. Salah satu fitur yang mendukung keterbukaan diri secara lebih selektif adalah Close Friends pada Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan self-disclosure mahasiswa UNIMUDA Sorong melalui penggunaan fitur Close Friends Instagram. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam terhadap 12 informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan teori Self-Disclosure DeVito sebagai pisau analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan fitur Close Friends sebagai ruang komunikasi semi-privat untuk mengungkapkan informasi personal kepada audiens yang dipercaya. Sebelum melakukan self-disclosure, mahasiswa mempertimbangkan kedekatan emosional, tingkat kepercayaan, dan intensitas hubungan interpersonal dalam memilih audiens. Fitur ini memberikan rasa aman dan nyaman, mengurangi kekhawatiran terhadap penilaian negatif, serta mendukung keterbukaan diri yang lebih terkontrol sesuai kebutuhan privasi penggunanya.

Kata kunci: *Close Friends, Instagram, Komunikasi Interpersonal, Mahasiswa, Self-Disclosure.*

¹ Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya.

² Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya.

³ Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi cara manusia berinteraksi, membangun relasi sosial, serta mengekspresikan identitas pribadi. Seiring berkembangnya zaman, media baru (*new media*) hadir sebagai bentuk media yang lahir melalui perkembangan teknologi digital dan internet pada abad ke-21. Media baru menggabungkan berbagai unsur, seperti teks, audio, dan visual sehingga menciptakan cara baru dalam menyampaikan maupun menerima informasi. Kehadirannya telah memengaruhi berbagai dimensi kehidupan manusia, termasuk pola komunikasi, budaya, dan gaya hidup. Media baru memungkinkan pengguna untuk saling berbagi informasi secara instan tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Laman *Western Governors University* (2023) menyebutkan bahwa terdapat lima jenis media baru, yaitu blog, e-mail, media sosial, *virtual reality*, dan music TV streaming service. Dari berbagai jenis media baru tersebut, media sosial menjadi platform yang paling banyak diminati masyarakat Indonesia. Media sosial kini menjadi ruang utama yang digunakan sebagai sarana komunikasi sehari-hari oleh berbagai

kalangan, termasuk mahasiswa. Berdasarkan data *We Are Social* (2025), jumlah pengguna internet di Indonesia pada Oktober 2025 mencapai 230 juta jiwa atau sekitar 80,5% dari total populasi. Angka tersebut meningkat sebesar 8,7% dibandingkan tahun sebelumnya dengan penambahan sekitar 18 juta pengguna baru. Tingginya penetrasi internet tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah memanfaatkan media digital sebagai sarana berkomunikasi, memperoleh informasi, serta membangun interaksi sosial. Di antara berbagai platform media sosial yang berkembang saat ini, Instagram menempati posisi yang sangat strategis. Berdasarkan data *We Are Social* (2025), Instagram menjadi media sosial paling populer kedua di Indonesia dengan tingkat penggunaan mencapai 82,4%, melampaui Facebook (81,0%) dan TikTok (78,4%). Instagram tidak lagi hanya berfungsi sebagai media berbagi foto dan video, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial digital yang memungkinkan pengguna membangun identitas diri, membagikan pengalaman, serta menjalin komunikasi dengan orang lain. Menurut Brahmana *et al.* (2024), Instagram merupakan platform berbagi

konten visual yang memungkinkan pengguna mengunggah foto maupun video melalui perangkat telepon pintar. Laporan NapoleonCat (2026) menunjukkan bahwa pengguna aktif Instagram didominasi oleh kelompok usia 18–24 tahun yang sebagian besar merupakan Generasi Z dan berstatus mahasiswa. Di kalangan mahasiswa, Instagram telah menjadi salah satu ruang komunikasi interpersonal yang digunakan untuk membangun hubungan sosial, mengekspresikan diri, serta melakukan keterbukaan diri (*self-disclosure*). Fitriani *et al.* (2023) menjelaskan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, semakin besar pula kecenderungan individu melakukan *self-disclosure* dalam interaksi digital yang dilakukan. Dalam komunikasi interpersonal, *self-disclosure* merupakan tindakan mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain, seperti pengalaman, perasaan, pandangan, maupun identitas diri yang dapat berkontribusi terhadap pembentukan hubungan interpersonal. Namun demikian, karakter media sosial yang bersifat terbuka juga menimbulkan berbagai risiko, seperti tersebarnya informasi pribadi kepada audiens yang tidak diinginkan maupun munculnya tekanan sosial akibat

luasnya jangkauan publik. Kondisi tersebut mendorong munculnya kebutuhan akan ruang komunikasi yang lebih privat sehingga pengguna dapat mengatur tingkat keterbukaan dirinya secara lebih selektif.

Menanggapi kebutuhan tersebut, Instagram pada tahun 2018 menghadirkan fitur *Close Friends* yang memungkinkan pengguna memilih audiens tertentu untuk melihat unggahan Instagram Stories. Melalui fitur ini, pengguna dapat membagikan informasi yang lebih personal kepada orang-orang yang dianggap dekat dan dipercaya tanpa harus membagikannya kepada seluruh pengikut. Penelitian Fardianti *et al.* (2025) menunjukkan bahwa Generasi Z memaknai fitur *Close Friends* sebagai ruang aman untuk mengekspresikan emosi, humor, maupun mencari validasi sosial dengan memilih audiens yang benar-benar dipercaya.

Fenomena penggunaan fitur *Close Friends* menjadi semakin menarik ketika dikaji pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa berada pada fase perkembangan sosial yang ditandai dengan tingginya kebutuhan membangun relasi interpersonal, pencarian identitas, serta keinginan untuk mengekspresikan diri. Berdasarkan fenomena yang ditemukan peneliti di

lingkungan UNIMUDA Sorong, fitur *Close Friends* lebih sering dimanfaatkan untuk membagikan konten yang bersifat personal dibandingkan unggahan pada fitur publik. Konten yang dibagikan berupa curahan perasaan, pengalaman pribadi, persoalan akademik, hingga opini yang dianggap sensitif. Rahmad *et al.* (2025) juga menjelaskan bahwa mahasiswa memanfaatkan Instagram sebagai media ekspresi diri dan pengelolaan citra diri melalui berbagai konten yang diunggah. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian mengenai *self-disclosure* di Instagram masih berfokus pada penggunaan *Instagram Story*, *second account*, maupun dampak psikologis penggunaan media sosial. Penelitian-penelitian tersebut belum secara mendalam menjelaskan fitur *Close Friends* dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi semi-privat untuk mengelola keterbukaan diri, melakukan seleksi audiens, serta membangun kedekatan interpersonal di lingkungan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian pada praktik *self-disclosure* mahasiswa melalui penggunaan fitur *Close Friends* Instagram. Berdasarkan fenomena tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

bagaimana *self-disclosure* mahasiswa UNIMUDA Sorong melalui fitur *Close Friends* Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *self-disclosure* mahasiswa UNIMUDA Sorong melalui penggunaan fitur *Close Friends* Instagram, yang meliputi alasan penggunaan fitur, proses seleksi audiens, bentuk keterbukaan diri, respons audiens, perasaan setelah melakukan *self-disclosure*, serta makna penggunaan fitur *Close Friends* bagi mahasiswa. Untuk menganalisis fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan teori *Self-Disclosure* yang dikemukakan oleh DeVito (1986) sebagai landasan analisis. Teori ini digunakan untuk mengkaji praktik keterbukaan diri mahasiswa melalui lima dimensi, yaitu *amount* (kuantitas), *valence* (valensi), *accuracy and honesty* (ketepatan dan kejujuran), *intention* (intensi), dan *intimacy* (keintiman). Melalui teori tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik *self-disclosure* mahasiswa dalam ruang komunikasi di era digital yang bersifat semi-privat melalui fitur *Close Friends* Instagram.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mendeskripsikan *self-disclosure* mahasiswa UNIMUDA Sorong melalui penggunaan fitur *Close Friends* Instagram. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, serta alasan mahasiswa dalam melakukan keterbukaan diri melalui ruang komunikasi semi-privat di media sosial. Penelitian dilaksanakan di lingkungan Universitas Pendidikan Muhammadiyah (UNIMUDA) Sorong pada bulan Maret sampai Mei 2026. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria tertentu, yaitu mahasiswa aktif UNIMUDA Sorong, menggunakan Instagram secara aktif, pernah menggunakan fitur *Close Friends* dalam beberapa bulan terakhir, pernah membagikan konten yang bersifat personal melalui fitur tersebut, serta bersedia mengikuti wawancara secara mendalam. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian melibatkan 12 orang informan yang dianggap mampu memberikan informasi sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai fenomena penggunaan fitur *Close Friends* di kalangan mahasiswa. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman, alasan, serta bentuk *self-disclosure* yang dilakukan informan melalui fitur tersebut. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa catatan penelitian, dokumentasi wawancara, dan berbagai dokumen yang relevan dengan penelitian. Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola, tema, dan hubungan yang ditemukan selama proses penelitian. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik tersebut dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai

informan serta didukung oleh hasil observasi dan dokumentasi, sehingga data yang dihasilkan memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil penelitian

Penelitian ini melibatkan 12 mahasiswa aktif UNIMUDA Sorong dari masing-masing fakultas yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Seluruh informan merupakan pengguna aktif Instagram yang memanfaatkan fitur *Close Friends* untuk membagikan informasi yang bersifat personal. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, diperoleh enam temuan utama yang menggambarkan praktik *self-disclosure* mahasiswa melalui fitur *Close Friends* Instagram.

3.1.1. Alasan Mahasiswa Menggunakan Fitur *Close Friends*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan (100%) lebih memilih menggunakan fitur *Close Friends* dibandingkan Instagram Story publik ketika ingin membagikan informasi yang bersifat personal. Informan menyatakan bahwa alasan utama penggunaan fitur tersebut adalah untuk menjaga privasi, memperoleh rasa aman, serta mengontrol siapa saja yang dapat melihat unggahan. Informan mengungkapkan bahwa informan cenderung menjaga citra diri

ketika menggunakan story publik karena unggahan dapat dilihat oleh berbagai kalangan, seperti teman, dosen, keluarga, maupun pengikut yang tidak terlalu dekat. Sebaliknya, melalui *Close Friends* informan merasa lebih bebas mengungkapkan isi hati, meluapkan emosi, dan mengekspresikan diri tanpa khawatir memperoleh penilaian negatif dari orang lain. Beberapa informan juga memanfaatkan fitur ini sebagai media untuk menyalurkan perasaan, mengurangi beban emosional, serta memperoleh ruang berekspresi yang lebih nyaman. Temuan penelitian juga memperlihatkan adanya perbedaan kecenderungan penggunaan berdasarkan pengalaman informan, di mana sebagian informan perempuan lebih banyak memanfaatkan *Close Friends* untuk berbagi perasaan dan menjaga privasi personal, sedangkan sebagian informan laki-laki menggunakannya untuk membagikan aktivitas tertentu yang tidak ingin diketahui publik luas.

3.1.2. Seleksi Audiens *Close Friends*

Seluruh informan melakukan seleksi audiens sebelum memasukkan seseorang ke dalam daftar *Close Friends*. Pemilihan audiens didasarkan pada tingkat kepercayaan, kedekatan emosional, intensitas komunikasi,

serta kualitas hubungan interpersonal yang telah terjalin. Informan hanya memasukkan orang-orang yang dianggap mampu menjaga kerahasiaan cerita pribadi dan memberikan respons yang positif terhadap unggahan informan. Temuan ini menunjukkan bahwa proses seleksi audiens merupakan bentuk pengelolaan privasi yang dilakukan secara sadar oleh mahasiswa sebelum melakukan *self-disclosure*. Dengan adanya seleksi tersebut, mahasiswa merasa lebih tenang karena informasi yang dibagikan hanya diterima oleh orang-orang yang benar-benar dipercaya.

3.1.3. Bentuk *Self-Disclosure* Mahasiswa Melalui Fitur *Close Friends*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk *self-disclosure* yang dilakukan mahasiswa melalui fitur *Close Friends* sangat beragam. Informasi yang dibagikan meliputi kondisi emosional, pengalaman pribadi, hubungan percintaan, keluhan akademik, aktivitas sehari-hari, pendapat mengenai suatu peristiwa, hingga berbagai pengalaman yang tidak ingin diketahui seluruh pengikut Instagram. Tingkat keterbukaan setiap informan juga berbeda-beda. Sebagian informan mengungkapkan pengalaman secara langsung melalui tulisan atau video,

sedangkan informan lainnya memilih menyampaikan perasaan secara tidak langsung melalui lagu, kutipan, foto, maupun unggahan yang bersifat simbolis. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki batasan masing-masing dalam menentukan informasi yang layak dibagikan kepada audiens *Close Friends*.

3.1.4. Respons Audiens terhadap *Self-Disclosure*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons yang diberikan oleh audiens *Close Friends* umumnya bersifat positif. Informan mengaku memperoleh dukungan emosional, perhatian, motivasi, saran, serta validasi atas perasaan yang informan alami setelah membagikan cerita pribadi. Beberapa informan juga menerima nasihat dari teman dekat sebagai bentuk kepedulian terhadap kondisi yang sedang dihadapi. Namun demikian, pengalaman menerima respons juga memengaruhi perilaku *self-disclosure* berikutnya. Informan yang pernah memperoleh respons kurang menyenangkan menjadi lebih selektif dalam memilih audiens maupun menentukan jenis konten yang akan dibagikan. Dengan demikian, respons audiens tidak hanya menjadi bentuk umpan balik komunikasi, tetapi juga memengaruhi

keputusan mahasiswa untuk kembali melakukan *self-disclosure* melalui fitur *Close Friends*.

3.1.5. Perasaan Mahasiswa Setelah Melakukan *Self-Disclosure*

Berdasarkan hasil penelitian, seluruh informan mengalami perubahan emosional setelah melakukan *self-disclosure* melalui fitur *Close Friends*. Sebanyak 8 informan (66,7%) menyatakan bahwa merasa lebih lega setelah membagikan cerita pribadi. Selanjutnya, 2 informan (16,7%) mengaku merasa aman dan puas karena dapat menyalurkan emosi yang selama ini dipendam. Sementara itu, masing-masing 1 informan (8,3%) merasa dipahami dan divalidasi oleh audiensnya serta merasa lebih nyaman karena memperoleh respons dari teman-teman terdekat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Close Friends* tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga memberikan dampak emosional yang positif. Mahasiswa merasa beban pikiran dan emosi yang sebelumnya dipendam dapat tersalurkan melalui ruang komunikasi yang dianggap aman dan terpercaya.

3.1.6. Makna Fitur *Close Friends* bagi Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memaknai fitur *Close Friends* sebagai ruang aman, nyaman, dan bebas berekspresi dalam bermedia sosial. Sebanyak 10 informan (83,3%) secara langsung menyatakan bahwa fitur tersebut memberikan rasa aman untuk mengungkapkan pengalaman pribadi tanpa takut memperoleh penilaian negatif dari audiens yang lebih luas. Di sisi lain, 5 informan (41,7%) memaknai *Close Friends* sebagai ruang curhat atau tempat berbagi cerita dengan orang-orang terpercaya. Bagi informan, fitur *Close Friends* tidak lagi dipandang hanya sebagai fasilitas berbagi story, tetapi telah menjadi ruang komunikasi interpersonal yang memberikan rasa percaya, kenyamanan emosional, serta kebebasan untuk menjadi diri sendiri di ruang digital. Temuan ini menunjukkan bahwa *Close Friends* memiliki makna sosial dan emosional yang kuat dalam mendukung praktik *self-disclosure* mahasiswa UNIMUDA Sorong.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Analisis *Self Disclosure* Mahasiswa UNIMUDA Sorong melalui Fitur *Close Friends* Instagram

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya,

penggunaan fitur *Close Friends* Instagram oleh mahasiswa UNIMUDA Sorong menunjukkan bahwa fitur tersebut tidak hanya dimanfaatkan sebagai media untuk membagikan aktivitas sehari-hari, tetapi juga sebagai ruang komunikasi semi-privat yang digunakan untuk mengungkapkan berbagai informasi pribadi kepada orang-orang yang dipercaya. Mahasiswa memanfaatkan fitur *Close Friends* untuk menyampaikan pengalaman pribadi, kondisi emosional, hubungan percintaan, keluhan akademik, hingga berbagai pendapat yang tidak ingin diketahui oleh seluruh pengikut Instagram. Sebelum melakukan *self-disclosure*, mahasiswa secara sadar mempertimbangkan siapa yang menjadi audiens, jenis informasi yang akan dibagikan, serta tujuan yang ingin dicapai melalui keterbukaan diri tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa praktik *self-disclosure* yang dilakukan mahasiswa bukan merupakan tindakan spontan, melainkan proses komunikasi interpersonal yang dilakukan secara selektif sesuai dengan tingkat kepercayaan dan kedekatan hubungan. Untuk memahami praktik *self-disclosure* tersebut, penelitian ini menggunakan teori *Self-Disclosure* yang

dikemukakan oleh DeVito (1986), yang terdiri atas lima dimensi, yaitu *amount* (kuantitas), *valence* (valensi), *accuracy and honesty* (ketepatan dan kejujuran), *intention* (intensi), dan *intimacy* (keintiman). Kelima dimensi tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa memanfaatkan fitur *Close Friends* sebagai ruang komunikasi interpersonal dalam melakukan keterbukaan diri di media sosial.

a. Dimensi Kuantitas (*Amount*)

Dimensi *amount* mengacu pada seberapa sering individu melakukan *self-disclosure* kepada orang lain. Dalam penelitian ini, dimensi kuantitas tidak diukur berdasarkan lamanya penggunaan Instagram, melainkan dari intensitas mahasiswa memanfaatkan fitur *Close Friends* sebagai media untuk mengungkapkan informasi pribadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan menggunakan fitur *Close Friends* secara berulang ketika ingin membagikan pengalaman, perasaan, maupun aktivitas yang bersifat personal. Informan lebih memilih fitur tersebut dibandingkan Instagram Story publik karena memberikan rasa aman, nyaman, dan kontrol terhadap audiens yang dapat melihat unggahan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa

tingginya frekuensi penggunaan *Close Friends* dipengaruhi oleh karakteristik fitur yang bersifat semi-privat. Mahasiswa merasa lebih bebas melakukan *self-disclosure* kepada orang-orang yang telah dipercaya sehingga keterbukaan diri tidak hanya dilakukan pada situasi tertentu, tetapi telah menjadi bagian dari pola komunikasi sehari-hari. Meskipun frekuensi penggunaan setiap informan berbeda, seluruh informan menjadikan *Close Friends* sebagai pilihan utama ketika ingin mengungkapkan informasi yang bersifat personal.

Berdasarkan teori *Self-Disclosure* DeVito (1986), semakin sering individu mengungkapkan pikiran, perasaan, dan pengalamannya kepada orang lain, maka semakin tinggi tingkat kuantitas *self-disclosure* yang dimiliki. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa UNIMUDA Sorong memiliki tingkat kuantitas *self-disclosure* yang cukup tinggi melalui fitur *Close Friends*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Annabillah (2023) yang menyatakan bahwa pengguna *Close Friends* cenderung memanfaatkan fitur tersebut secara berulang sebagai ruang komunikasi yang aman untuk melakukan

keterbukaan diri kepada orang-orang terpercaya.

b. Dimensi Valensi (*Valence*)

Dimensi valence menjelaskan sifat informasi yang diungkapkan individu, baik berupa informasi positif maupun negatif. Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa UNIMUDA Sorong memanfaatkan fitur *Close Friends* untuk membagikan berbagai bentuk pengalaman yang bersifat positif maupun negatif. Informasi yang diungkapkan meliputi aktivitas sehari-hari, pencapaian pribadi, hubungan percintaan, kondisi emosional, keluhan akademik, hingga perasaan sedih, kecewa, dan marah yang tidak ingin diketahui oleh seluruh pengikut Instagram. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menggunakan *Close Friends* untuk membagikan pengalaman yang menyenangkan, tetapi juga sebagai ruang untuk mengekspresikan emosi negatif yang sulit disampaikan di ruang publik. Karakter semi-privat pada fitur *Close Friends* membuat informan merasa lebih nyaman mengungkapkan kedua jenis informasi tersebut tanpa khawatir memperoleh penilaian negatif dari audiens yang lebih luas.

Menurut DeVito (1986), keterbukaan diri yang baik tidak hanya ditunjukkan melalui penyampaian informasi positif, tetapi juga keberanian mengungkapkan pengalaman negatif secara proporsional kepada orang yang dipercaya. Oleh karena itu, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *valence* tercermin dari keberagaman informasi yang dibagikan mahasiswa melalui fitur *Close Friends*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Annabillah (2023) yang menjelaskan bahwa pengguna *Close Friends* cenderung lebih leluasa mengungkapkan berbagai kondisi emosional karena berada dalam lingkungan yang dianggap aman.

c. Dimensi Ketetapan dan Kejujuran (*Accuracy and Honesty*)

Dimensi *accuracy and honesty* berkaitan dengan tingkat kejujuran individu ketika mengungkapkan informasi mengenai dirinya. Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa cenderung menyampaikan pengalaman pribadi sesuai dengan kondisi yang benar-benar dialami. Informan merasa tidak perlu membangun citra diri tertentu ketika menggunakan fitur *Close Friends* karena audiens yang melihat unggahan merupakan orang-orang yang telah

dipercaya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa rasa percaya terhadap audiens menjadi faktor utama yang mendorong munculnya keterbukaan yang lebih jujur dibandingkan ketika menggunakan Instagram Story publik. Pada akun publik, mahasiswa lebih berhati-hati karena mempertimbangkan citra diri serta kemungkinan munculnya penilaian dari orang lain. Sebaliknya, pada fitur *Close Friends* informan merasa lebih bebas menunjukkan kondisi yang sebenarnya, baik ketika sedang bahagia maupun ketika menghadapi masalah.

Berdasarkan teori DeVito (1986), dimensi *accuracy and honesty* tercapai ketika informasi yang disampaikan sesuai dengan pengalaman nyata individu. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa karakter semi-privat pada fitur *Close Friends* mendukung terciptanya komunikasi yang lebih autentik. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian Sisnawar *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa ruang privat di media sosial mendorong pengguna untuk lebih jujur dalam mengungkapkan pengalaman pribadinya.

d. Dimensi Intensi (*Intention*)

Dimensi *intention* menjelaskan bahwa setiap tindakan *self-disclosure* dilakukan karena individu memiliki tujuan tertentu. Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa menggunakan fitur *Close Friends* bukan sekadar untuk membagikan aktivitas, tetapi juga karena memiliki kebutuhan komunikasi yang ingin dipenuhi. Alasan yang paling dominan adalah menjaga privasi, memperoleh rasa aman, mengontrol audiens, meluapkan emosi, serta mendapatkan kebebasan untuk berekspresi tanpa tekanan sosial. Mahasiswa juga memanfaatkan fitur *Close Friends* untuk memperoleh dukungan emosional dari teman-teman terdekat. Respons yang diberikan audiens, seperti perhatian, motivasi, maupun nasihat, membuat informan merasa dipahami sehingga mendorong untuk kembali melakukan *self-disclosure*. Hal tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan diri yang dilakukan mahasiswa memiliki tujuan yang jelas dan dilakukan secara sadar.

Menurut DeVito (1986), *self-disclosure* selalu didorong oleh tujuan tertentu, seperti mengurangi beban emosional, memperoleh dukungan sosial, memperlerat hubungan interpersonal,

maupun mengekspresikan diri. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Close Friends* menjadi media yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut karena memberikan rasa aman dan kontrol terhadap audiens. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Annabillah (2023) yang menjelaskan bahwa motivasi utama pengguna *Close Friends* adalah memperoleh ruang komunikasi yang lebih nyaman dan suportif.

e. Dimensi Keintiman (*Intimacy*)

Dimensi *intimacy* menjelaskan tingkat kedalaman informasi yang diungkapkan individu kepada orang lain. Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa membagikan informasi yang memiliki tingkat keintiman berbeda-beda, mulai dari aktivitas sehari-hari hingga pengalaman yang sangat personal, seperti masalah keluarga, hubungan percintaan, tekanan akademik, kondisi emosional, maupun persoalan yang tidak ingin diketahui oleh publik. Mahasiswa hanya membagikan informasi yang bersifat mendalam kepada orang-orang yang telah dipilih melalui proses seleksi audiens. Kedekatan emosional dan rasa percaya menjadi pertimbangan utama sebelum melakukan *self-disclosure*. Oleh karena itu,

semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap audiens, semakin tinggi pula kedalaman informasi yang diungkapkan melalui fitur *Close Friends*.

Berdasarkan teori DeVito (1986), dimensi *intimacy* menunjukkan bahwa kedalaman *self-disclosure* dipengaruhi oleh kualitas hubungan interpersonal antara komunikator dan penerima pesan. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa fitur *Close Friends* memungkinkan mahasiswa membangun ruang komunikasi yang lebih intim karena hanya melibatkan orang-orang terpercaya. Kondisi tersebut juga terlihat dari makna yang diberikan informan terhadap fitur *Close Friends*, yaitu sebagai ruang aman, ruang bercerita, serta tempat yang memberikan rasa nyaman untuk menjadi diri sendiri. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sisnawar et al. (2023) yang menyatakan bahwa fitur *Close Friends* berfungsi sebagai ruang privat yang memperkuat kedekatan interpersonal melalui keterbukaan diri yang lebih mendalam.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, dapat dipahami bahwa informan penelitian menunjukkan tingkat keintiman pengungkapan diri yang berbeda-beda.

Sebagian informan telah melakukan pengungkapan yang mendalam dengan membagikan pengalaman yang bersifat emosional dan sangat pribadi, sedangkan sebagian informan lainnya lebih memilih menyampaikan pengalaman melalui bentuk yang lebih umum atau simbolis. Dengan demikian, *Self-disclosure* mahasiswa melalui fitur *close friends* pada penelitian ini memperlihatkan bahwa dimensi keintiman tidak ditunjukkan oleh keseragaman tingkat keterbukaan, tetapi oleh kemampuan setiap informan dalam menentukan kedalaman informasi yang ingin diungkapkan sesuai dengan kenyamanan dan batasan pribadi masing-masing.

4. Penutup

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *self-disclosure* mahasiswa UNIMUDA Sorong melalui penggunaan fitur *Close Friends* Instagram merupakan proses keterbukaan diri yang dilakukan secara selektif kepada orang-orang yang memiliki hubungan dekat dan dipercaya. Mahasiswa memanfaatkan fitur tersebut sebagai ruang komunikasi semi-privat untuk membagikan pengalaman pribadi, kondisi emosional, hubungan

percintaan, keluhan akademik, aktivitas sehari-hari, serta berbagai informasi yang tidak ingin diketahui oleh seluruh pengikut Instagram. Sebelum melakukan *self-disclosure*, mahasiswa mempertimbangkan proses seleksi audiens berdasarkan kedekatan emosional, rasa percaya, dan kualitas hubungan interpersonal sehingga informasi yang dibagikan tetap berada dalam lingkup yang dianggap aman.

Berdasarkan analisis menggunakan teori *Self-Disclosure* DeVito, praktik keterbukaan diri mahasiswa melalui fitur *Close Friends* menunjukkan adanya lima dimensi *self-disclosure*, yaitu kuantitas, valensi, ketepatan dan kejujuran, intensi, serta keintiman. Mahasiswa secara konsisten memanfaatkan fitur *Close Friends* sebagai media untuk mengungkapkan pengalaman pribadi, baik yang bersifat positif maupun negatif, disampaikan secara jujur sesuai dengan pengalaman yang dialami, memiliki tujuan tertentu seperti memperoleh rasa aman, dukungan emosional, menjaga privasi, serta menunjukkan tingkat kedalaman informasi yang berbeda pada setiap informan. Makna penggunaan fitur *Close Friends* bagi mahasiswa tidak lagi sekadar sebagai fasilitas berbagi Instagram Story,

tetapi sebagai ruang aman untuk berekspresi, bercerita, memperoleh dukungan sosial, dan membangun komunikasi interpersonal yang lebih terbuka dengan lingkaran pertemanan terdekat. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *self-disclosure* di media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh rasa percaya, kenyamanan, dan kebutuhan individu dalam mengelola hubungan interpersonal di ruang digital.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar mahasiswa dapat memanfaatkan fitur *Close Friends* Instagram secara lebih bijaksana sebagai media *self-disclosure* dengan tetap mempertimbangkan batasan informasi pribadi yang dibagikan serta memilih audiens secara selektif agar privasi dan kepercayaan tetap terjaga. Pengguna yang telah dipercaya menjadi bagian dari daftar *Close Friends* juga diharapkan mampu menjaga kerahasiaan informasi yang diterima dan tidak menyebarluaskan unggahan atau cerita pribadi tanpa persetujuan pemilik akun, sehingga kepercayaan yang telah dibangun dapat tetap terpelihara. Penelitian ini

diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan kajian mengenai *self-disclosure* di media sosial dengan menggunakan perspektif teori, objek, maupun platform digital yang berbeda sehingga dapat memperkaya kajian komunikasi interpersonal di era digital.

Daftar Pustaka

Buku

DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Pearson Education.

Sugiyono., (2017). *Metodologi Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Artikel dan Jurnal

Annabillah FA, Boer KM. J : *Fitur close friends instagram sebagai keterbukaan diri mahasiswa yang mengalami kecemasan bermedia sosial* *Manajemen Informatika dan Komunikasi Abstrak Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*. 2023;4(3):1550-1565.

Brahmana, P. A., Amina, A. K., Suciati, P., & Maulidiyanti, M. (2024). *Consumer Perceptions of Generation Z of Go-Ride Service Product Based on Marketing Mix Concept*. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 13(2), 294–306. <https://doi.org/10.35508/jikom.v13i2.9408>

Fardianti, A., & Bahfiarti, T. (2025). *ANALISIS SELF-DISCLOSURE GEN Z PADA CLOSE FRIEND INSTAGRAM: STUDI RUANG*

PRIVAT DI MEDIA SOSIAL. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(03).

Fitriani, R., & Andriani, I. (2023). *Komunikasi Interpersonal Ditinjau dari Self Disclosure pada Remaja Pengguna Instagram*. *Jurnal Psikologi dan Komunikasi*, 2(1), 40–47.

Martinez, L., & Aesthetika, N. M. (2024). *Self Disclosure Between Community Members Connect Group Via Whatsapp Media Self Disclosure Antar Anggota Komunitas Connect Grup Melalui Media Whatsapp*. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 15(2).

Rahmad, W. O. D. C., Mau, M., & Akbar, M. (2025). *Self-Disclosure mahasiswa Ilmu Komunikasi di Instagram: Studi kualitatif tentang ekspresi diri di era digital*. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 9–15.

Saputri, D. A. (2025). *Pengaruh self-disclosure terhadap komunikasi interpersonal*. *Jurnal Innovative*, 5(2), 44–55.

Sisnawar, C.W., Karimah, K. E., & Zein, D. (2023). *Penggunaan fitur closefriend Instagram sebagai bentuk self disclosure*. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 134-149. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45736>

Website

NapoleonCat. (2026, Januari). *Instagram users in Indonesia – January 2026*. NapoleonCat. Diakses dari <https://stats.napoleoncat.com/instagram-users-in-indonesia/2026/01/>

Pace, K. (2023, 27 April). What is new media?
Western Governors University (WGU).
Diakses dari
[https://www.wgu.edu/blog/what-is-new-
media2304.html](https://www.wgu.edu/blog/what-is-new-media2304.html)