UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Fenomenologi: Self-Disclosure Generasi Z melalui Second Account Instagram pada Mahasiswa
Ilmu Komunikasi 2022
Nawa Ayu Wuranggani, Dr. Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana Generasi Z mengekspresikan *self-disclosure* melalui *second account* Instagram. Fenomena ini muncul sebagai respons atas tekanan citra diri di akun utama Instagram yang mendorong Generasi Z menciptakan ruang alternatif yang lebih privat dan selektif untuk mengungkapkan diri secara autentik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode fenomenologi Husserlian untuk menelusuri pengalaman yang dihayati (*lived experience*) dari enam partisipan mahasiswa pengguna aktif *second account*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, *daily journal*, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahapan *epoché*, reduksi fenomenologis, variasi imajinatif, serta sintesis makna untuk menemukan esensi pengalaman para partisipan. Teori *self-disclosure* Luo dan Hancock (2020) dengan dimensi kuantitas (*frequency*, *duration*, *depth*) dan kualitas (*accuracy*, *intention*, *valence*) digunakan sebagai lensa analisis. Hasil penelitian menunjukkan pengungkapan diri Generasi Z di *second account* terwujud dalam enam pola yang saling terkait, yaitu dokumentasi kehidupan sehari-hari, pengungkapan diri yang merayakan, pengungkapan emosi tidak langsung secara simbolik, pengungkapan diri reflektif personal, pengungkapan identitas dan hobi, serta pengungkapan diri relasional selektif melalui fitur *Close Friend*. Ditinjau dari enam dimensi tersebut, pengungkapan diri partisipan berlangsung dengan frekuensi tinggi, durasi yang berkelanjutan, kedalaman yang bervariasi hingga menyentuh ranah personal, akurasi yang tinggi, intensi yang sadar dan strategis, serta valensi yang cenderung positif. Esensi fenomena ini terangkum dalam lima karakteristik esensial yang konsisten, yaitu pengungkapan diri yang intensional dan strategis, berstratifikasi, berbasis kepercayaan, cenderung bernuansa positif, serta bermakna eksistensial dan terapeutik. *Second account* Instagram telah berkembang menjadi ruang bermakna bagi Generasi Z untuk membuka diri secara autentik di tengah tekanan ruang publik media sosial.

Kata Kunci: media sosial, fenomenologi, *self-disclosure*, *second account*, Generasi Z, Instagram.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Fenomenologi: Self-Disclosure Generasi Z melalui Second Account Instagram pada Mahasiswa
Ilmu Komunikasi 2022
Nawa Ayu Wuranggani, Dr. Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study examines how Generation Z expresses self-disclosure through Instagram second accounts. The phenomenon has emerged as a response to self-image pressures on main accounts, prompting Generation Z to create a more private and selective alternative space for authentic self-disclosure. The research employs a qualitative approach within a constructivist paradigm and the Husserlian phenomenological method to explore the lived experiences of six student participants who actively use second accounts. Data were collected through in-depth interviews, daily journals, and documentation, then analyzed through the stages of epoché, phenomenological reduction, imaginative variation, and synthesis of meaning to uncover the essence of the experience. The self-disclosure theory of Luo and Hancock (2020), encompassing the dimensions of quantity (frequency, duration, depth) and quality (accuracy, intention, valence), served as the analytical lens. The findings reveal that Generation Z's self-disclosure on second accounts manifests in six interrelated patterns: daily life documentation, celebratory self-disclosure, indirect symbolic emotional expression, reflective personal self-disclosure, identity and hobby expression, and selective relational self-disclosure through the Close Friend feature. Viewed through the six dimensions, participants' self-disclosure occurs with high frequency, sustained duration, varying depth that reaches personal domains, high accuracy, conscious and strategic intention, and predominantly positive valence. The essence of the phenomenon is captured in five consistent characteristics: self-disclosure that is intentional and strategic, stratified, trust-based, predominantly positive in tone, and existentially and therapeutically meaningful. The Instagram second account has developed into a meaningful space for Generation Z to disclose themselves authentically amid the pressures of the social media public sphere.

Keywords: *social media, phenomenology, self-disclosure, second account, Generation Z, Instagram.*