

Self-Disclosure pada Individu Introvert di Media Sosial dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman

Oleh:

Gusti Chairunnisa Hildhasari (202022000019)

Dosen Pembimbing :

Ferry Adhi Dharma

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Agustus, 2024



Pendahuluan

- Di dunia internet para pengguna media sosial memiliki kebebasan dalam **mengekspresikan diri**, mereka selalu berusaha untuk menunjukkan identitasnya yang unik dan eksistensinya dalam dunia maya baik dari cara berkomunikasi, baik lisan maupun tertulis. **Khususnya para pengguna internet yang memiliki kriteria introvert di dunia nyata mereka dan ekstrovert** di sosial media mereka terutama X.
- Pengungkapan diri di media sosial pada individu *introvert* **dipengaruhi oleh beberapa faktor** seperti keinginan untuk mendapatkan imbalan atau manfaat yang dapat menjadi solusi dari individu, sebagai ruang bebas dalam berekspresi, dan memiliki rasa takut dan keterbatasan dalam pengungkapan diri. Selain itu, adanya fitur **anonimitas** yang ditawarkan platform media sosial memungkinkan individu introvert untuk mengatasi rasa malu mereka dan berbagi informasi pribadi tanpa takut akan penilaian

Kajian Pustaka

[Dramaturgi oleh Erving Goffman]

- Merupakan peristiwa ketika orang membentuk sebuah karakter yang akan mereka tampilkan berdasarkan ruang, waktu, dan audiens tertentu, ibarat pertunjukan drama diatas panggung yang dipertunjukan terhadap penonton. Karakter yang dibangun justru **sangat berbeda** dengan kenyataan, maka dari itulah dibagi menjadi dua yaitu **Front Stage** dan **Back Stage**

[Fenomenologi perspektif Albert Schutz]

- Teori penelitian ini menjelaskan bahwa dorongan tindakan manusia memiliki dua tipe. Yang pertama **Motives of Cause**, bahwa seseorang memiliki alasan dalam melakukan suatu tindakan. Yang kedua **Motives of Purpose**, berupa faktor-faktor seseorang dalam mencapai tujuan tertentu, terutama apa yang menyebabkan seseorang terdorong atau termotivasi dalam melakukan tindakan mereka.

Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

[Rumusan Masalah]

- Latar belakang atau alasan apa saja yang menyebabkan informan memilih X sebagai media pengungkapan diri / *Self-Disclosure* ?
- Apa saja yang menyebabkan mereka membuat identitas diri mereka antar kehidupan nyata (*Introvert*) dan sosial media (*ekstrovert*) berbeda ?
- Bentuk pengungkapan seperti apa yang mereka keluarkan dalam media sosial X ?

[Tujuan Penelitian]

- Memaparkan faktor-faktor apa saja yang membuat pengguna X yang *introvert* membuat akun yang bertolak belakang dengan kehidupan nyata mereka (*Ekstrovert*)
- Untuk menjelaskan bahwa setiap orang menggunakan media sosial mempunyai tujuan tertentu terutama para pelaku *self-disclosure* dan *dramaturgy* di penelitian ini

Penelitian Terdahulu

Self Disclosure Generasi Z di Twitter (Dewi & Delliana, 2020)

- Hasil yang didapatkan dari penelitian ini bahwa pengguna X (dulunya bernama Twitter) cocok sebagai tempat pengungkapan diri , karena pengguna X dapat lebih ekspresif, lebih pintar, dan terbuka.
- Adapun pengungkapan diri di X berupa keluh kesah keseharian para penggunanya, serta hasil dari penelitian tersebut mengungkap bahwa pengguna Twitter dapat menyimpan privasi satu sama lain

Studi Fenomenologi : Perilaku Self Disclosure pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Twitter di Tengah Pandemi Covid 19 (Vilien, 2021)

- Hasil penelitian ini mengungkapkan dari beberapa narasumber bahwa X merupakan tempat mengeluarkan keluh kesah untuk melepaskan emosi mereka, ada juga mereka yang menjadikan X sebagai buku *diary*.
- Adapun jawaban darisalah satu narasumber bahwa ia juga memberikan saran dan solusi bagi teman virtualnya yang sedang mengalami kesusahan.

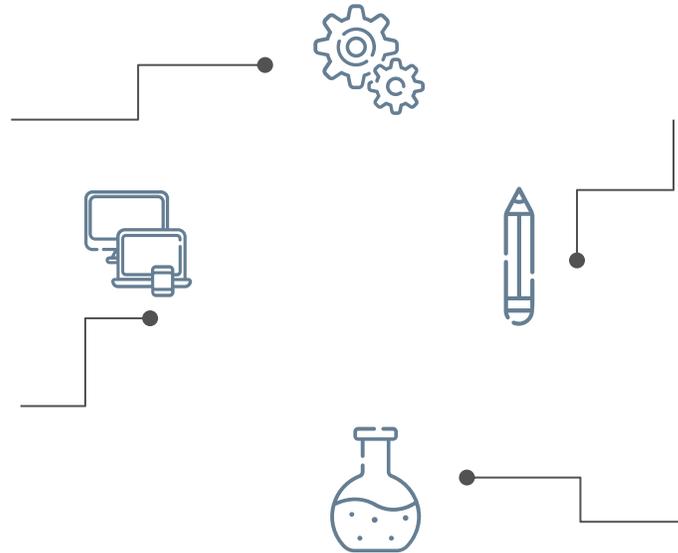
Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Kualitatif Fenomenologi

Pengumpulan Data

Wawancara kepada sembilan narasumber baik secara online maupun offline yang memiliki kriteria berumur 17 sampai 29 tahun, laki-laki dan perempuan, tidak ada batasan karir dan pendidikan, pengguna Twitter minimal 1 tahun dengan latar belakang kehidupan nyata *introvert* dan *ekstrovert* di Twitter



Teori Penelitian

Fenomenologi Albert Schutz, dengan perspektif Dramaturgy Erving Goffman

Pengumpulan dan Pengolahan Data

Manual dan Mekanis, mengumpulkan data berdasarkan perspektif Albert Schutz, yaitu data primer (Motives of Cause) dan sekunder (Motives of Purpose)

Hasil dan Pembahasan

A. Panggung Depan (*Front Stage*)

Erving Goffman menyatakan bahwa setiap individu dalam panggung depannya, mereka menampilkan persona yang telah mereka bangun. Dalam panggung depan, Goffman membagi dua, yaitu *Front Personal* dan *Setting*

1. *Front Stage*

- **Para** informan membuat identitas di X yang sangat berbeda dengan dunia nyata mereka. Identitas tersebut dibangun dari bagaimana mereka memaknai diri mereka. Dengan identitas baru itulah dapat membangun kepercayaan diri informan dalam pengungkapan diri. Hanya saja beberapa yang berhubungan dengan dunia nyata dicantumkan dalam identitas X mereka seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, dan domisili.
- **Adapun** informan yang menggunakan jenis kelamin yang berlawanan dengan dunia nyata mereka dikarenakan cara berpakaian yang menyerupai laki-laki dalam dunia nyata mereka. Fenomena ini disebut gender inversi. Bahkan ada satu informan yang menyebutkan bahwa informan sangat bebas mengungkapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan LGBT daripada di dunia nyata yang dikelilingi oleh orang-orang religius/beragama.

Hasil dan Pembahasan

2. Setting

- **Setting** yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan adanya fitur-fitur yang mendukung individu dalam pengungkapan diri mereka di X.. Dengan fitur edit profile, para pengguna X bebas membangun identitas mereka melalui foto profil, foto sampul, biodata, situs web, dan lokasi. Sementara itu, fitur post digunakan untuk mengunggah foto, video, dan tulisan yang sangat berkaitan dengan pengungkapan diri mereka di X.
- **Media** sosial sendiri merupakan tempat yang tidak memiliki batas dalam menyuarakan pendapat maupun pengungkapan diri, maka dengan adanya fitur *mute words* dalam X dapat membantu penggunaannya untuk menghindari topik ataupun unggahan yang dapat memancing/memicu mereka. Dan pengguna X dapat menyantumkan *trigger warning* berupa kata yang memicu, individu lainnya yang telah menuliskanya dalam *mute words* tidak dapat melihat unggahan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

B. Panggung Belakang (*Back Stage*)

- Yang dimaksud dari panggung belakang dalam penelitian ini berupa kehidupan nyata para narasumber, khususnya hal-hal apa saja yang membuat mereka lebih nyaman dan membuat persona ekstrovert serta latar belakang mereka. Dari hasil wawancara para narasumber memiliki alasan dalam membuat akun X karena lingkungan kehidupan nyata mereka yang tidak mendukung, sehingga mereka dapat mengungkapkan maupun mengekspresikan diri mereka secara bebas. Adapun yang melakukan dramaturgi di X untuk menjaga nama baik keluarganya
- X juga dapat digunakan untuk mengungkapkan tentang kehidupan nyata mereka. Dari penelitian ini, pengguna X memiliki akun kedua sebagai tempat dimana mereka menunjukkan sisi asli yang sesuai dengan dunia nyata mereka baik dari unggahan tulisan, foto, video, serta dalam akun tersebut mereka tidak melakukan pengungkapan diri yang sangat spesifik seperti dalam akun utama mereka. Seakan-akan sosial media X dapat digunakan sebagai tempat untuk mencurahkan isi hati ataupun buku harian

Hasil dan Pembahasan

- Terlepas dari guna mereka membuat akun X dengan identitas baru, adapun informan tetap berteman dengan teman-teman dunia nyatanya. Teman-temannya merasakan bahwa informan jauh lebih berbeda dengan dunia nyatanya. Tetapi jika hal tersebut disebutkan terus menerus maka informan tidak nyaman.
- Adapun informan yang memilih mengeluarkan keluh kesahnya di akun X miliknya. Antara kehidupan nyata dan media sosial X memiliki keuntungan yang berbeda, terutama dalam memahami masalah pribadi para penggunanya. Dengan membagikan keluh kesahnya di X, penggunanya merasa lebih lega karena apa yang bagi mereka ganjil sudah diungkapkan dalam akun X milik mereka, bahkan tanpa memperdulikan algoritma yang didapat baik berupa like atau reply

Temuan Penting Penelitian

"Kalau post di X pasti reaksinya pada bilang aku ini cogan tanpa tau gender aslik ada yang bilang aku ini cegan ada yang bilang aku ini cowo tulen. Ada yang bilang aku ini cegan ada yang bilang aku ini cowo tulen. Tapi aku denger ini agak ketawa² dikit sih kak, karena aku pake pronounce he/him dan **emang lebih suka tampil pake style laki kalau di real life juga.**" (Gavourn, 19 Juli 2024)

- Menurut Chen (2023) dari fenomena di atas merupakan peristiwa **gender inversi** yang dimana individu dalam platform media sosial menetapkan gender mereka berlawanan dengan gender mereka yang sebenarnya, adalah fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik untuk melindungi privasi, kebutuhan pekerjaan, konflik gender, *entertainment*, dan humor
- **Motives of Cause** dari informan Gavourn menggunakan jenis kelamin laki-laki dalam identitasnya di X adalah cara berpakaian Gavourn yang menyerupai laki-laki menjadi salah satu alasan utama. Hal ini memungkinkan informan Gavourn untuk menyesuaikan identitas daringnya dengan penampilannya di kehidupan nyata. Sedangkan **Motives of Purpose** dari informan Gavourn agar orang-orang dapat menebak-tebak sendiri tanpa tahu jenis kelaminnya yang sebenarnya di dunia nyatanya. Selain itu, informan Gavourn berharap dapat mengundang orang-orang di sekitarnya untuk berpikir lebih terbuka dan tidak terikat oleh stereotip gender.

Temuan Penting Penelitian

"Lebih nyaman di X sih kak, kayak mereka nerima opini positif apapun itu dan orang twitter lebih asik buat diajak debat/ngomongin lore game. Aku lebih leluasa ngomongin pasangan karakter anime ataupun game juga sih kak, entah **pasangan straight, homo, atau lesbi... Kalau real life tuh rata² orangnya pada religi banget**, jadi agakagak males." (Gavourn, 19 Juli 2024)

- Khairani dan Rodiah dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya berpegang teguh pada norma dan budaya yang berlaku di masyarakat, serta legalisasi atas kelompok LGBT di Indonesia sangat sulit direalisasikan walaupun sebagian dari komunitas ini sudah memperjuangkan. Dengan adanya media sosial, para individu maupun komunitas LGBT merasa dimudahkan sehingga dalam mengutarakan pendapatnya mereka secara bebas
- **Motives of Cause** yaitu informan Gavourn merasa tidak bebas untuk mengungkapkan hal apa yang disenangi yaitu pasangan lesbian dan homoseksual dari karakter anime maupun game yang disukai. Dari keterhalangan dalam kebebasan ekspresinya itulah disebabkan oleh lingkungannya yang tidak mendukung dan religius. Mengenai **Motives of Purpose** dari informan Gavourn berupa menjadikan media sosial X sebagai tempat bebas berpendapat dan mengungkapkan sesuatu yang berlawanan dengan norma berupa pasangan LGBT tersebut

Temuan Penting Penelitian

"Kalo topik-topik sensitif kayak SARA dan sebagainya biasanya ga bakal aku share di timeline gitu sih, atau mungkin juga topik-topik yg bisa memicu trauma juga (kalo ini bisa aku pakein **trigger warning**). Adatuh sebenarnya post nya innocent aja sih, ga ada maksud mau ngetrigger juga kaya contoh kek mau share aja, tp jaga jaga biar yang ngemute words nya ga bakal muncul di timeline mutual, kek dulu aku ngepost tangan yg lecet dan agak berdarah karena abis dicakar kucing, mau share aja kaya biasa, tapi tetep aku pakein trigger warning." (Rei, 16 Juli 2024)

- Dalam penelitian Tyagi, membahas *trigger warning* atau peringatan yang dapat memicu individu, hal tersebut disebabkan oleh pengalaman buruk pengguna media sosial seperti trauma, kasus pembunuhan, narkoba, gangguan psikologis, dan lainnya
- **Motive of Cause** Rei yaitu menggunakan trigger warning untuk mengunggah pesan yang mengandung konten sensitif atau dapat memicu khalayak lain agar tidak lewat dalam beranda bagi mereka yang sudah menulis daftar katakata apa saja yang sensitif bagi mereka di dalam fitur X mute words. Sedangkan **Motives of Purpose** dari informan Rei dalam menggunakan trigger warning yaitu untuk menghindari para khalayaknya dari konten apa yang informan unggah

Temuan Penting Penelitian

*"Aku kan emang punya **dua akun, yang satu khusus art, yang satu buat random ajalah kaya akun ini.** Kalo yang art dicampur-campur bahas yang lain (terutama bnyk bahas tentang real life) atkut nanti followersnya juga ga nyaman kann, begitu juga sebaliknya."*(Rei, 16 Juli 2024)

- Adanya pembagian akun media sosial telah disebutkan dari penelitian oleh Shinta dan Putri. Akun utama berfungsi untuk mempresentasikan pemilik akun sebagai individu yang ideal dengan identitas yang tertata rapi dan sebaik mungkin. Sedangkan akun kedua akan memperlihatkan sisi pengguna yang sangat bertolak belakang.
- Dari penelitian ini, pengguna X memiliki akun kedua sebagai tempat dimana mereka menunjukkan sisi asli yang sesuai dengan dunia nyata mereka baik dari unggahan tulisan, foto, video, serta dalam akun tersebut mereka tidak melakukan pengungkapan diri yang sangat spesifik seperti dalam akun utama mereka. Seakan-akan sosial media X dapat digunakan sebagai tempat untuk mencurahkan isi hati ataupun buku harian

Kesimpulan

- Hasil penelitian ini adalah+ sembilan informan yang merupakan pengguna akun X saat berinteraksi cenderung menunjukkan sifat ekstrovert yang mendominasi ketimbang sifat aslinya yakni introvert. Hal ini memiliki relasi yang kuat dengan teori dramaturgi oleh Erving Goffman pada tahun 1956 yang terdiri dari dua bagian yaitu panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage).
- Para informan memiliki alasan dan tujuan masing-masing dalam membuat identitas dalam media sosial X yang berbanding terbalik dengan dunia nyata. Motives of Cause dari para informan berupa mereka merupakan introvert yang memiliki kesulitan dalam mengungkapkan segala sesuatu yang mereka gemari maupun keluhan mereka, serta memiliki kesulitan dalam berteman karena menurut informan mereka tidak cocok dengan khalayak di dunia nyata. Sehingga mereka mencari ruang yang menurut mereka yang nyaman dan dapat bertemu dengan orang yang memiliki pendapat yang sama, yaitu media sosial X. Serta Motives of Purpose para informan yaitu untuk mengungkapkan apapun yang tidak dapat diungkapkan mereka dalam dunia nyata

Kesimpulan

- Para informan memilih media sosial X untuk mengekspresikan diri dan menciptakan identitas baru yang meningkatkan kepercayaan diri mereka, terutama karena merasa sulit berekspresi di dunia nyata dan sering dianggap "aneh" oleh lingkungan sekitar. Menggunakan pendekatan fenomenologi Albert Schutz, mereka bermain peran dengan menciptakan identitas ekstrovert di media sosial, meskipun aslinya introvert, untuk memudahkan interaksi. Identitas ini memungkinkan mereka mengekspresikan hal-hal yang sulit diungkapkan di dunia nyata, meskipun di balik layar, mereka tetap menjaga sifat asli yang lebih tertutup dan menggunakan akun lain sebagai tempat curhat pribadi.

Referensi

- [1] N. D. Kirana and F. Pribadi, “Dramaturgi di Balik Kehidupan Akun Alter Twitter,” *J. ISIP J. Ilmu Sos. Dan Ilmu Polit.*, vol. 18 no 1, pp. 39–47, 2023, doi: <https://doi.org/10.36451/jisip.v18i1.65>.
- [2] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” 2024. [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia \(APJII\) mengumumkan jumlah pengguna internet,jiwa penduduk Indonesia tahun 2023](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet,jiwa penduduk Indonesia tahun 2023).
- [3] We Are Social, “Digital 2024: 5 Billion Soial Media Users,” 2024. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- [4] A. Saadillah, A. Haryudi, and M. Reskiawan, “Penggunaan Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial,” *Bhs. dan Sastra*, vol. 9, no. 2, Oct. 2023, doi: 10.30605/onoma.v9i2.2367.
- [5] D. Susanti and P. Dwihantoro, “Indonesian Netizens’ Digital Self and Identity Creation on Social Media,” *Komunikator*, vol. 14, no. 2, pp. 104–113, Nov. 2022, doi: 10.18196/jkm.16541.
- [6] A. P. Dewi and S. Delliana, “SELF DISCLOSURE GENERASI Z DI TWITTER,” *Ekspreksi dan Persepsi J. Ilmu Komunikasi, Januari 2020*, vol. 3 no.1, pp. 62–68, Jan. 2020, doi: <https://doi.org/10.33822/jep.v3i1.1526>.
- [7] R. Hofstetter, R. Ruppell, and L. K. John, “Temporary sharing prompts unrestrained disclosures that leave lasting negative impressions,” *Proc. Natl. Acad. Sci. U. S. A.*, vol. 114, no. 45, pp. 11902–11907, Nov. 2017, doi: 10.1073/pnas.1706913114.
- [8] I. Maliana and A. Noegroho, “SELF-DISCLOSURE KOMUNITAS STOIC INDONESIA DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK,” *J. Ilmu Komun. Acta Diurna*, vol. Vol 19 No 1 (2023), pp. 15–29, 2023, doi: <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2023.19.1.8182>.
- [9] F. Angraini Asmi and L. Halimah, “Hubungan Antara Self-Disclosure dengan Perilaku Cyberbullying Pada Pengguna Media Sosial Instagram,” *Bandung Conf. Ser. Psychol. Sci.*, vol. 3, no. 1, pp. 558–565, Jan. 2023, doi: 10.29313/bcsps.v3i1.5904.
- [10] P. Ayu Aninditya Saraswati, “Hubungan Antara Big Five Personality Dengan Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram,” *COMSERVA J. Penelit. dan Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 183–194, May 2023, doi: 10.59141/comserva.v3i1.763.
- [11] C. Maharani, E. Suryani, and Mahaputra, “Hubungan Self-esteem dan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Kedokteran,” *J. Kedokt. Meditek*, vol. 29, no. 2, pp. 150–157, May 2023, doi: 10.36452/jkdoktmeditek.v29i2.2365.
- [12] Y. Hereyah, F. H. Umarella, and E. P. Endri, “SELF MARKETING : SENI MEMASARKAN DIRI BAGI KALANGAN REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL,” *Pros. PKM-CSR Konf. Nas. Pengabd. Kpd. Masy. dan Corp. Soc. Responbility*, vol. 5, pp. 2655–3570, 2022, doi: <https://doi.org/10.37695/pkmcscr.v5i0.1764>.
- [13] S. Nabila Meiriskha, Y. Prodi Manajemen Komunikasi, F. Ilmu Komunikasi, and U. Islam Bandung, “Bandung Conference Series: Communication Management Self Disclosure pada Anggota Komunitas ATP,” *BANDUNG Conf. Ser. Commun. Manag.*, vol. VOL 3 NO 1, pp. 382–386, 2023, doi: 10.29313/bcsmc.v3i1.6672.

Referensi

- [14] G. Jacqueline, "Self-disclosure individu androgini melalui instagram sebagai media eksistensi diri," *J. Stud. Komun. - STIKOM London Sch. Public Relations*, vol. 3, pp. 272–286, Jul. 2019, doi: 10.25139/jsk.3i2.1497.
- [15] D. E. Wijayanti, "Curhat di Twitter Kini Jadi Kebiasaan Banyak Orang," *Kumparan.com*, 2023. <https://kumparan.com/dewi-ika/curhat-di-twitter-kini-jadi-kebiasaan-banyak-orang-20HkXf2KNEj/2> (accessed May 13, 2024).
- [16] E. Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, 2nd ed. in University of Edinburgh. Social Sciences Research Centre. Monograph no. 2. University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre, 1956. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=i1KLjgEACAAJ>
- [17] D. Susanti and P. D. Hantoro, "Indonesian Netizens' Digital Self and Identity Creation on Social Media," *Komunikator*, vol. 14, no. 2, pp. 104–113, Nov. 2022, doi: 10.18196/jkm.16541.
- [18] E. A. B. Bara, kartika A. Nasution, Z. R. Ginting, and Kartini, "Penelitian tentang Twitter," *J. Edukasi Nonform.*, vol. Vol 3 No 2, pp. 167–172, 2022, [Online]. Available: <https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/view/4531>
- [19] C. M. Annur, "10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2024)," <https://databoks.katadata.co.id/>, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- [20] D. K. Sarjani, "Self Disclosure Pada Pengguna Platform Media Sosial Tanya Jawab Quora," *J. Ilmu Komun. UHO J. Penelit. Kaji. Ilmu Komun. dan Inf.*, vol. 8, no. 1, pp. 1–18, 2023, doi: <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.3>.
- [21] K. P. Allen, "Tweeting, texting, and Facebook postings: Stirring the pot with social media to make drama - Case study and participant observation," *Qual. Rep.*, vol. 19, no. 2, Jan. 2014, doi: 10.46743/2160-3715/2014.1287.
- [22] S. Banjac and F. Hanusch, "A question of perspective: Exploring audiences' views of journalistic boundaries," *New Media Soc.*, vol. 24, no. 3, pp. 705–723, Mar. 2022, doi: 10.1177/1461444820963795.
- [23] T. H. C. Fong and W. W. S. Mak, "The Effects of Internet-Based Storytelling Programs (Amazing Adventure Against Stigma) in Reducing Mental Illness Stigma With Mediation by Interactivity and Stigma Content: Randomized Controlled Trial," *J. Med. Internet Res.*, vol. 24, no. 8, Aug. 2022, doi: 10.2196/37973.
- [24] J. Hodson, V. O'Meara, C. Thompson, S. Houlden, C. Gosse, and G. Veletsianos, "'My People Already Know That': The Imagined Audience and COVID-19 Health Information Sharing Practices on Social Media," *Soc. Media Soc.*, vol. 8, no. 3, Jul. 2022, doi: 10.1177/20563051221122463.
- [25] N. Han *et al.*, "How social media expression can reveal personality," *Front. Psychiatry*, vol. 14, 2023, doi: 10.3389/fpsy.2023.1052844.
- [26] I. P. Manggaga, S. Nurkholisa, and P. Mukhtaruddin, "Pengungkapan Diri (Self Disclosure) melalui Fitur Instagram Story pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah," 2023.

Referensi

- [27] M. M. Young, C. T. Byrd, R. Gabel, and A. Z. White, “Self-Disclosure Experiences of Adults Who Stutter: An Interpretative Phenomenological Analysis,” *Am. J. Speech-Language Pathol.*, vol. 31, no. 5, pp. 2045–2060, Sep. 2022, doi: 10.1044/2022_AJSLP-22-00048.
- [28] L. Huber and M. Martinaitytė, “Relationships in the Digital Age: Self-disclosure and Communication in Social Networking Sites,” *Eur. Integr. Stud.*, no. 16, pp. 24–40, Sep. 2022, doi: 10.5755/j01.eis.1.16.31632.
- [29] A. Schutz, *The Phenomenology of the Social World*. Evanston, United States of America: Northwestern University Press, 1967.
- [30] D. Hariyanto, F. A. Dharma, I. Yussof, and F. Muharram, “The Hyperreality of Identity Politics on Social Media,” *Commun. J. Ilmu Komun.*, vol. 8, no. June, p. 20, 2024, doi: 10.15575/cjik.v8i1.28356.
- [31] C. H. Cooley, *Human Nature and the Social Order*, 1st ed., vol. 1. New York: Charles Scribner’s Sons, 1902.
- [32] J. Chen, “Gender Inversion Phenomenon in the Internet and Social Media,” *Commun. Humanit. Res.*, vol. 19, no. 1, pp. 1–8, Dec. 2023, doi: 10.54254/2753-7064/19/20231200.
- [33] N. Khairani and I. Rodiah, “Kekuatan Media Sosial untuk Meningkatkan Eksistensi LGBT,” *J. Fem. Gen. Stud.*, no. 3, pp. 2–107, 2023.
- [34] S. Tyagi, A. Arora, K. Chopra, and M. Suri, “Trigger Warnings: A Computational Approach to Understanding User-Tagged Trigger Warnings,” *Int. Conf. Recent Adv. Nat. Lang. Process. RANLP*, pp. 44–54, 2023, doi: 10.26615/issn.2603-2821.2023_005.
- [35] A. Shinta and ; K Y S Putri, “Penggunaan Multiple Account Media Social Instagram sebagai Dramaturgi Pada Perempuan Milenial,” *J. Communicology*, vol. 10, no. 2, pp. 188–205, 2022, [Online]. Available: <http://journal.unj.ac.id/>
- [36] S. Alpiah, M. Asbari, I. A. Saputri, and N. R. Adilya, “Oversharing : Urgensi Privasi di Era Digital,” *Jisma J. Inf. Syst. Manag.*, vol. 03, no. 01, p. 232, 2023, doi: <https://doi.org/10.4444/jisma.v3i1.877>.

