

GUSTI-CHAIRUNNISA-  
HILDHASARI-202022000019-  
ILMU-KOMUNIKASI.docx

*by* JASA PENGECEKAN PLAGIASI WHATSAPP: 085935293540

---

**Submission date:** 16-Aug-2024 05:22PM (UTC+0400)

**Submission ID:** 2428919701

**File name:** GUSTI-CHAIRUNNISA-HILDHASARI-202022000019-ILMU-KOMUNIKASI.docx (85.08K)

**Word count:** 6722

**Character count:** 41808

## Self-Disclosure in Introverted Individuals on Social Media from Erving Goffman's Dramaturgical Perspective

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

Gusti Chairunnisa Hildhasari<sup>1)</sup>, Ferry Adhi Dharma <sup>\*2)</sup>

<sup>1, 2)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: [ferryadhidharma@umsida.ac.id](mailto:ferryadhidharma@umsida.ac.id)

**Abstract.** *Social media platform X has become a medium for self-expression for individuals who are unable to express themselves in the real world. This study aims to explore the methods or strategies of self-disclosure employed by introverted individuals on social media X. The research employs Alfred Schutz's phenomenology, complemented by Erving Goffman's dramaturgical theory, to uncover the motives and meanings of introverted individuals in constructing the front stage and back stage on platform X. The study includes nine informants who are introverted in real life but extroverted on social media X. The results reveal that when on the front stage, informants, with their anonymous identities, feel more liberated and exhibit a significantly more open personality in their disclosures, even among individuals with gender inversion. In this phenomenon, informants display Motives of Cause due to their lack of friends who share similar frequencies or traits and understand their circumstances. In reality, introverted individuals are very closed off, not only with peers but also with their families. Motives of Purpose render X a medium for self-expression because they can freely express themselves, even for those with gender inversion, as they can remain anonymous and become whatever they desire.*

**Keywords** – *Self-Disclosure, Dramaturgy, Introverted Individuals, Social media platform X*

**Abstrak.** *Media sosial X menjadi salah satu media pengungkapan diri orang-orang yang tidak dapat mengekspresikan diri mereka di dunia nyata. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi cara-cara atau strategi pengungkapan diri individu introvert dalam media sosial X. Metode penelitian yang digunakan adalah Fenomenologi Alfred Schutz yang dielaborasi dengan teori dramaturgi Erving Goffman untuk mengungkap motif dan makna individu introvert dalam mengkonstruksi panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage) di media X. Informan dalam penelitian ini berjumlah sembilan orang dengan karakteristik individu-individu introvert di dunia nyata namun ekstrovert di media sosial X. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa saat berada di panggung depan, dengan identitas anonim informan justru lebih leluasa dan memiliki kepribadian yang jauh lebih terbuka dalam mengungkapkan sesuatu, bahkan individu dengan gender inversi. Dalam fenomena ini para informan memiliki Motives of Cause karena mereka tidak memiliki teman pergaulan yang satu frekuensi, atau memiliki sifat yang sama dan dapat mengerti keadaan mereka. Dalam kenyataannya para individu introvert menjadi sangat tertutup, bukan hanya dengan teman sebaya, namun juga dengan keluarganya. Motives of Purpose menjadikan X sebagai media pengungkapan diri karena mereka bebas berekspresi, bahkan bagi mereka yang memiliki gender inversi, karena mereka dapat menjadi anonim dan menjadi apapun yang mereka inginkan.*

**Kata Kunci** – *Pengungkapan Diri, Dramaturgi, Individu Introvert, Media Sosial X*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah merevolusi bagaimana cara kita dalam mendapatkan dan berbagi informasi. Pada masa lalu, akses kita terhadap informasi yang ingin kita terima maupun yang disampaikan terbatas hingga prosesnya cenderung tidak efisien. Dengan membaca buku, koran, dan berkomunikasi menggunakan surat atau tatap muka adalah hal utama dalam mendapatkan informasi.

Hingga masuknya abad ke-20, akses informasi mengalami perubahan drastis dengan kemunculan internet yang sudah menjadi kebutuhan wajib setara dengan sandang, pangan, dan papan [1]. Dengan hadirnya internet, semua aspek dapat dipergunakan secara praktis karena hal tersebut merupakan sebuah teknologi yang di mana dapat mempermudah manusia layaknya alat atau perangkat untuk suatu hal, dan jika kita bandingkan dengan masa konvensional semua hal tidak dapat dikelola dengan mudah akan tetapi terdapat banyak aspek harus dioperasikan secara berkala atau manual yang dapat memberikan banyak dampak buruk seperti efisiensi waktu kurang merupakan bentuk fatal terdapat di pengoperasian secara manual ataupun konvensional.

Dari data yang dilansir oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa yang menyentuh persentase 79,5%, dihitung berawal dari tahun 2018 penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8%, kemudian berkembang mencapai 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023 [2]. Sedangkan berdasarkan data dari laman We Are Social Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan internet dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan [3].

Di dunia internet, mereka memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri. Seorang netizen selalu berusaha untuk menunjukkan identitasnya yang unik dan eksistensinya di dunia maya melalui berbagai bentuk komunikasi, baik lisan maupun tertulis. Netizen juga dapat diartikan sebagai individu yang secara aktif berpartisipasi dalam komunitas online atau lingkungan internet [4]. Hadirnya media sosial dari internet inilah memberikan sarana kepada penggunaannya dalam berkomunikasi jarak jauh. Media sosial juga memiliki peranan penting yaitu sebagai sarana ekspresi diri atau aktualisasi diri dari penggunaannya, karena mampu mengubah penggunaannya baik cara mereka dalam bersosialisasi dan berkomunikasi dengan memberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri serta mengungkapkan pendapatnya [5]. Ekspresi, emosi, dan pemikiran dapat berbentuk pesan personal maupun yang dapat melibatkan banyak orang. Dengan berbagai bentuk pengekspreksian inilah yang disebut dengan pengungkapan diri atau *self disclosure* [6].

Pengungkapan diri individu introvert di media sosial dapat memengaruhi kinerja mereka di bidang dramaturgi. Teknologi media berbagi sementara, yang mencegah konten disimpan secara permanen, dapat memperburuk tantangan dalam mengelola tayangan dan menyebabkan peningkatan risiko pengungkapan. Peningkatan pengungkapan ini didorong oleh pengurangan masalah privasi. Namun, kesan pengamat tentang pembagi tidak sensitif terhadap keabadian dan malah didorong oleh disinhibisi yang ditunjukkan dalam pengungkapan diri. Akibatnya, individu introvert yang berbagi pengungkapan diri tanpa hambatan dapat dianggap memiliki penilaian yang lebih buruk, yang dapat berdampak negatif pada kinerja mereka di bidang dramaturgi [7].

Pengungkapan diri di media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor adalah rasa percaya, keamanan, dan kenyamanan yang dirasakan individu terhadap anggota komunitas online lainnya [8]. Faktor lain adalah keinginan untuk mendapatkan imbalan atau manfaat yang dapat diperoleh individu dari pengungkapan diri, seperti menemukan solusi untuk masalah [9]. Selain itu, karakteristik platform media sosial, seperti kemampuan untuk merespons dan memberikan masukan, juga dapat memengaruhi perilaku pengungkapan diri [10]. Selain itu, ciri-ciri kepribadian individu, seperti ekstrasversi, keramahan, kesadaran, dan neurotisme, dapat mempengaruhi kecenderungan pengungkapan diri mereka di media sosial [11]. Penting untuk dicatat bahwa harga diri tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan pengungkapan diri di media sosial [12].

Orang mungkin *introvert* dan terlibat dalam pengungkapan diri di media sosial karena berbagai alasan. Salah satu alasannya adalah rasa percaya, aman, dan kenyamanan yang disediakan platform media sosial, memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas [8]. Selain itu, anonimitas yang ditawarkan beberapa platform media sosial memungkinkan individu introvert untuk mengatasi rasa malu mereka dan berbagi informasi pribadi tanpa takut akan penilaian [9]. Faktor lain adalah keinginan untuk koneksi sosial dan kesempatan untuk membangun hubungan. Platform media sosial menyediakan ruang virtual bagi individu untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain, yang dapat sangat menarik bagi individu *introvert* yang mungkin menemukan interaksi tatap muka menantang [13]. Selain itu, sifat adiktif dari situs jejaring sosial dapat berkontribusi pada peningkatan pengungkapan diri secara online, karena individu mungkin merasa terdorong untuk berbagi informasi pribadi dan mencari validasi dari orang lain [14].

Dewasa ini, media sosial banyak digunakan untuk mencari sebuah pengakuan. Hal ini terjadi karena mereka kesesahan mencari pengakuan di dunia nyata. Media sosial, yang sering digunakan untuk para individu dalam melakukan pengungkapan diri yang terdapat di X dan mereka merasa lebih nyaman ketika bercerita dikarenakan orang yang berada di sosial media tersebut belum tentu mengenalinya secara online serta pengguna bisa menggunakan nama

samaran tanpa harus menggunakan identitas aslinya. Berdasarkan hasil perhitungan secara online bahwa X menjadi jejaring sosial tertinggi ketiga dengan banyak pengguna lebih dari 22,8 % pada tahun 2019 silam [15].

Dalam buku karya Erving Goffman yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, dramaturgi merupakan peristiwa ketika orang membentuk sebuah karakter yang mereka tampilkan berdasarkan ruang, waktu, dan audiens tertentu sehingga orang tersebut mendapatkan ketertarikan dari orang yang hendak menerimanya, hal ini ibarat pertunjukan drama diatas panggung yang dipertunjukkan terhadap penonton. Karakter yang dibangun justru sangat berbeda dengan karakternya dalam kenyataannya, dari sinilah dibagi menjadi dua yaitu *Front Stage* dan *Back Stage*. *Front Stage* berupa karakter yang dibentuk oleh seseorang, karakter inilah yang dapat memikat ketertarikan audiensnya terhadap karakter yang sudah dibentuk, sebelumnya karakter ini dibentuk sedemikian rupa. Sedangkan *Back Stage* adalah karakter asli orang tersebut dan dapat disebutkan sebagai sisi yang berbanding balik dengan *Front Stage*-nya [16].

Dilansir dari laman datareportal.com, jumlah dari pengguna media sosial di Indonesia yang terhitung dari awal Januari 2023 memiliki perkiraan sekitar 167 juta akun yang terdaftar, 153.7 juta penggunanya berusia 18 tahun yang setara dengan 79.5% [17]. Selain itu diketahui bahwa seluruh penduduk Indonesia yang tak terlepas dari gender, bahwa terdapat 53.2% pengguna media sosial adalah pria, sedangkan 46.8% berupa wanita. Jumlah dan persentase diatas dapat bertambah maupun berkurang berdasarkan kurun waktu. Serta Indonesia menduduki peringkat keenam di dunia dengan persentase data 2,41% dari populasi masyarakat Indonesia yang berjumlah 237.5566.363 orang tercatat sebagai pengguna X [18].

X merupakan platform media sosial dengan format unik, di mana konsepnya melibatkan penyebaran pesan secara singkat, padat, dan real-time dengan batasan kalimat kurang dari 140 karakter kepada pembaca di seluruh dunia [18]. Selain memiliki fungsi komunikasi, X juga berfungsi sebagai sumber tempat untuk mencari berbagai informasi, baik dari berita yang dipublikasikan oleh media massa hingga pesan-pesan yang menjadi *viral*. Selain itu juga dapat digunakan sebagai tempat untuk mencurahkan isi hati sebagaimana buku harian, bahkan beberapa dari pengguna X menjadikan platform media sosial tersebut sebagai tempat pelarian dunia nyata [1].

Berdasarkan data dari *website* Databoks yang dihitung dari Januari 2024, tiga sosial media yang dikembangkan oleh Meta menduduki peringkat pertama hingga ketiga secara berurutan yaitu Whatsapp dengan jumlah 90,9%, Instagram 85,3%, dan Facebook 81,6%. X menduduki peringkat keenam setelah Tiktok dan Telegram dengan jumlah persentase 57,5% [19]. Meski X berada di urutan keenam, akan tetapi X memiliki kesamaan dengan Quora yaitu fitur unggahan pada penggunaanya untuk mendapatkan jawaban atas masalah dan pengungkapan diri mereka dengan tujuan baik dalam menyelesaikan masalah, mendapatkan umpan balik, serta dukungan dari apa yang telah diungkapkan dalam unggahan mereka, serta dari pengungkapan diri itulah mereka dapat membentuk suatu lingkup sosial [20].

Dramaturgi di media sosial mengacu pada kinerja dan presentasi diri sendiri di platform media sosial. Ini melibatkan pembangunan persona online dan manajemen strategis kehadiran online seseorang [21]. Orang-orang terlibat dalam dramaturgi di media sosial dengan hati-hati mengunggah posting, foto, dan interaksi mereka untuk menciptakan gambar atau kesan yang diinginkan [22]. Ini dapat mencakup menampilkan aspek-aspek tertentu dari kehidupan mereka, menyoroti pencapaian, dan menampilkan diri mereka dalam cahaya positif [23]. Pengguna media sosial sering mempertimbangkan pemirsa yang mereka bayangkan ketika terlibat dalam dramaturgi, menyesuaikan konten mereka untuk menarik kelompok atau individu tertentu [24]. Konsep dramaturgi di media sosial menyoroti sifat performatif interaksi online dan peran presentasi diri dalam membentuk identitas online seseorang [25].

Ada fenomena yang cukup menarik yang bisa dikaji terkait khususnya pada pengguna X mengenai bagaimana mereka membuat serta memberlakukan akun secara berbeda dengan identitas dunia nyata mereka. Yaitu dengan cara menciptakan akun mereka sebagaimana yang mereka inginkan, seperti mengunggah foto, posting, video, menata bahasa dalam berinteraksi, sehingga apa yang berada di akun X mereka berbeda dengan apa yang mereka alami di kehidupan nyatanya. Serta dari situlah mereka dapat mengkurasi baik audiens atau pengikut mereka agar mendapatkan yang satu frekuensi.

Pengungkapan diri dalam studi komunikasi mengacu pada tindakan mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain. Ini adalah praktik umum di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, di mana individu mengekspresikan diri mereka melalui foto, video, dan cerita [26]. Pengungkapan diri pada platform ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ukuran dan topik diskusi, motivasi, akurasi, tujuan, dan keintiman [27]. Hal ini juga dipengaruhi oleh legitimasi sosial, ekspresi, pengembangan hubungan, klarifikasi identitas, dan kontrol sosial [28]. Pengungkapan diri dapat memiliki efek positif, termasuk bantuan kognitif, pemberdayaan diri, koneksi sosial, dan personalisasi. Hal ini dipandang sebagai pendorong utama situs jejaring sosial dan memainkan peran penting dalam ketertarikan interpersonal.

## II. METODE

Metode yang digunakan berupa metode penelitian kualitatif pendekatan fenomenologi Albert Schutz, dengan perspektif dramaturgi oleh Erving Goffman. Pengambilan data untuk penelitian ini dengan cara wawancara tertutup baik secara langsung yaitu tatap muka, dan tidak langsung secara pesan pribadi atau melalui telepon. Jumlah informan yang diambil berjumlah sembilan, empat diantaranya laki-laki berusia 21 sampai 23, dan lima diantaranya perempuan berusia 20 sampai 23. Kriteria narasumber dalam penelitian ini yaitu telah menggunakan sosial media X minimal 1 tahun, dan yang terpenting adalah mereka yang memiliki latar belakang *introvert* di dunia nyata serta identitas diri sosial media mereka *Ekstrovert* yang berbanding terbalik dengan dunia nyata. Informasi yang akan saya dapatkan dari narasumber dicatat dalam sebuah buku catatan.

Penelitian ini menggunakan fenomenologi perspektif Albert Schutz. Fenomenologi Alfred Schutz menjelaskan bahwa dorongan tindakan manusia memiliki dua tipe. Pertama, *Motives to Cause* atau *Because of Motive*, bahwa seseorang memiliki alasan dalam melakukan suatu tindakan dalam mencapai seperti apa yang diharapkan. Dalam penelitian ini mengkaji apa alasan narasumber menggunakan X dengan identitas yang bertolak belakang dengan kehidupan nyata mereka yang *introvert*. Sedangkan yang kedua *Motives of Purpose*, merupakan pandangan retrospektif terhadap faktor-faktor seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. Secara garis besar, *Motives of Purpose* berupa faktor-faktor seseorang dalam mencapai tujuan tertentu, khususnya apa yang membuat mereka terdorong dalam melakukan tindakan tersebut [29]. Pendekatan yang digunakan berupa dramaturgi oleh Erving Goffman menyebutkan bahwa kehidupan setiap individu ibarat panggung sandiwara, mereka memiliki dua sisi berupa panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan merupakan sisi yang dimana telah disusun oleh individu agar lebih diterima khalayak, sedangkan panggung belakang merupakan sisi yang tidak boleh dilihat oleh khalayak melainkan sisi asli dari individu tersebut. [16].

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis mengenai bagaimana individu *introvert* menampilkan diri mereka di depan umum (*front stage*) dan bagaimana mereka mengelola informasi pribadi di belakang layar (*back stage*). Temuan mengenai jenis informasi yang lebih sering dibagikan di depan umum dibandingkan dengan yang disimpan untuk lingkungan yang lebih privat.

### 1. Panggung Depan (*Front Stage*)

Goffman (1956) menyatakan dalam teori Dramaturgi bahwa selama di panggung depan, setiap individu membangun persona yang mereka tampilkan, dengan tujuan menciptakan kesan (*impression*) ketika berhadapan dengan khalayak. Dalam konsep panggung depan, Goffman membaginya menjadi dua bagian, yaitu *personal front* dan *setting*. *Personal front* terdiri dari alat-alat yang dapat dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa individu kedalam *setting*. *Setting* merupakan aspek apa saja yang mendukung para individu memainkan persona yang mereka bangun terhadap khalayak [16].

#### A. *Front Personal*

Dalam *front personal*, para informan membuat identitas baru yang sangat berbeda dari kehidupan nyata mereka. Identitas bermula dari pemakaian dari diri sendiri, dan diri sendirilah yang membangunnya melalui proses dalam diri masing-masing [30]. Dari identitas baru inilah memudahkan mereka untuk membangun kepercayaan diri dalam pengungkapan diri. Hanya saja beberapa dari informasi pribadi dunia nyata ada yang dicantumkan dalam identitas baru mereka yaitu umur, jenis kelamin, pendidikan, dan domisili. Hal ini terungkap dalam wawancara peneliti dengan informan Ai berikut:

"Kalau aku *actually* i create a new personality yang totally different dari aku di irl. Im *actually* *introvert* but in *twitter* aku ingin jadi beda aja. i want to talk a lot, *socialize* a lot. and thats why i have this *bright personality* yang sejujurnya beda jauh dari aku in *real life*. Kalo soal yang *trully myself* itu *gender*, umur, pendidikan, domisili ataupun how i look like juga ga aku tutupin. cuma yang aku bedain tentang persona aku saja. im not being fake (*disclaimer*) im just trying to show the world my best self." (Ai, 18 Juli 2024).

Menurut Cooley (1902) manusia menaruh cermin dihadapannya ketika dalam interaksi sosialnya, membayangkan bagaimana tampak mereka dihadapan orang lain, bagaimana orang lain menilai dari penampilan yang telah dibuat, serta bagaimana reaksi orang lain kepada mereka [31]. Maka dapat dikatakan bahwa para individu ingin menyajikan gambaran diri lainnya yang dapat diterima oleh orang lain dalam proses pengelolaan pesan mereka. Dikaitkan dengan jawaban wawancara dari informan Ai, informan membuat gambaran diri dengan versi terbaiknya yakni sebagai individu yang lebih interaktif dan menarik agar dapat diterima oleh siapapun.

Adapun penemuan lain yang menarik dari informan bernama Gavourn yang menggunakan gender yang keterbalikan dari dunia nyata mereka. Informan Gavourn menggunakan jenis kelamin laki-laki untuk identitasnya di X karena terinspirasi dari bagaimana cara mereka berpakaian di dunia nyata yakni berpakaian seperti laki-laki.

"*Kalau post di X pasti reaksinya pada bilang aku ini cogan tanpa tau gender asli 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 ketawa<sup>2</sup> dikit sih kak, karena aku pake pronounce helhim 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, dan konflik gender. Penelitian ini menunjukkan kompleksitas peristiwa gender inversi, yang mencerminkan motivasi beragam individu dalam mengelola identitas mereka dalam sosial media. Adapun alasan yang unik dalam penelitian tersebut berupa untuk kebutuhan humor dan *entertainment* yaitu melakukan inversi gender dalam sosial media sebagai bahan humor atau *bercanda*, maupun untuk menciptakan kesan misteri agar para khalayak menebak gender dari pengguna sosial media tersebut [32]. Dari informan Gavourn bahwa ia berjenis kelamin perempuan di dunia nyatanya, tetapi karena cerdas cara berpakaian yang cenderung seperti laki-laki, maka informan Gavourn menggunakan jenis kelamin laki-laki di dalam identitas akun X miliknya.

Alfred Schutz (1967) menyatakan setiap manusia memiliki alasan dan tujuan apa saja setiap mereka melakukan sebuah tindakan. *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.

Demi keamanan privasi mereka khususnya mengenai identitas mereka yang sebenarnya, para pengguna X selalu memastikan agar apa yang mereka unggah harus tidak ada hal yang mengandung informasi pribadi atau mereka sensor. Hal ini sangat berkaitan dengan panggung belakang sehingga pengguna X harus menjaga rahasia dibalik identitas yang telah mereka buat, seperti yang diucapkan informan Joy dalam wawancaranya :

"*Untuk menjaga identitas agar tetap aman, aku selalu berhati-hati jika aku mau post sesuatu yang berhubungan dengan rl. Misal jika aku mau post sesuatu yang ada nama asli, alamat rumah, nomor telepon, dsb, aku nggak pernah lupa untuk menyensornya. Selain itu bisa juga dengan tidak membicarakannya di Twitter karena takut disalahgunakan.*" (Joy, 17 Juli 2024)

Konten yang dibagikan oleh para pengguna sosial media X juga mencerminkan pengungkapan diri mereka, khususnya mengunggah berbagai hal yang mereka sukai maupun hobi. Bahkan hal yang mereka unggah tersebut tidak dapat diucapkan dalam dunia nyata mereka khususnya mengenai LGBT. Hal ini berdasarkan jawaban dari informan Gavourn :

"*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 rata<sup>2</sup> orangnya pada religi banget, jadi agak-agak 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. Eksistensi pada komunitas LGBT menimbulkan stigma negatif terhadap masyarakat setempat, hal ini menjadi tantangan bagi komunitas LGBT. Dengan adanya media sosial, para individu maupun komunitas LGBT merasa dimudahkan sehingga dalam mengutarakan pendapatnya mereka secara bebas [33]. Dari jawaban wawancara oleh informan Gavourn, informan merasa bebas untuk membicarakan mengenai berbagai pasangan dari karakter *anime* maupun *game* yang memiliki hubungan yang berkaitan dengan LGBT yakni *lesbian* dan *homoseksual*.

Dalam perspektif Albert Schtuz, informan Gavourn memiliki alasan atau dapat disebut *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.

## B. Setting

*Setting* yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan adanya fitur-fitur yang mendukung individu dalam pengungkapan diri mereka di X. Fitur yang sangat berpengaruh dalam penelitian ini adalah post dan edit profile. 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.

*Post* merupakan fitur media sosial X berfungsi untuk mengunggah pesan yang dikirim ke beranda, yang berupa foto, video, tautan, serta teks sehingga seluruh khalayak dapat melihatnya. Dalam penelitian ini, para informan cenderung mengunggah segala sesuatu yang berbau hobi ataupun apa yang mereka suka. Seperti yang dikatakan oleh informan Ai :

"Disini aku bakal bahas soal game, interaksi di game, kpop dan juga aku ketika ngame. aku gabakal keluar konteks dan aku selalu menjaga komitmen itu.." (Ai, 18 Juli 2024)

Kembali lagi bahwa media sosial merupakan tempat untuk berekspreksi dan mengungkapkan diri tanpa ada batasan tertentu, hal ini memungkinkan adanya pengguna yang tidak nyaman dengan topik atau unggahan tertentu yang menurut mereka sensitif. Media sosial X memiliki fitur untuk menghindari unggahan atau topik tertentu yang menurut para penggunanya sensitif yaitu berupa *mute words*. *Mute words* merupakan fitur yang dimana para penggunanya dapat menulis satu-persatu berbagai kata yang sensitif sehingga ketika mereka membuka beranda, mereka tidak melihat unggahan yang menyetarakan kata-kata sensitif yang tertera dalam daftar *mute words* mereka. Hal ini terjadi pada informan Rei :

"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 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)

Tyagi dalam penelitiannya membahas mengenai *trigger warning* atau peringatan pemicu yakni pengaruh konten yang dapat memicu individu. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai pengalaman buruk oleh pengguna media sosial seperti pengalaman traumatik, kasus pembunuhan, gangguan psikologis, narkotika, dan berbagai hal yang dapat menimbulkan picuan terhadap pengguna media sosial. Dengan menambahkan kata-kata dengan peringatan *trigger warning*, hal ini dapat membantu para pengguna media sosial untuk memoderasi sendiri konten apa saja yang ingin maupun tidak ingin mereka lihat berdasarkan kenyamanan mereka dalam bermain media sosial [34]. Dengan adanya fitur di X berupa *mute words*, pengguna X dapat menulis kata-kata yang dapat memicu mereka ataupun yang mengganggu kenyamanan mereka.

*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 kata-kata 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.

## 2. Panggung Belakang (Back Stage)

Panggung belakang berlawanan dengan panggung depan, merupakan tempat yang memiliki tujuan untuk merahasiakan identitas asli maupun maksud dari para aktor. Dalam panggung belakang inilah para individu melakukan kegiatan yang tidak dapat diungkapkan maupun dirahasiakan dari panggung depan berupa identitas dan persona asli dari para individu. Para khalayak tidak diizinkan untuk mengetahui apa saja yang dilakukan individu di panggung belakang. Dalam panggung belakang inilah merupakan ruang para individu berjalan sesuai skenario mereka yang sebenarnya.

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.

"Aku merasa kesulitan mengekspresikan diri sendiri di dunia nyata karena dulu orang selalu menganggap aku aneh. Setelah beberapa tahun menggunakan aplikasi X, ternyata aku menemukan banyak orang yang sama denganku saat mengekspresikan diri sehingga membuatku nyaman." (Joy, 17 Juli 2024)

Adapun tujuan atau maksud dari salah satu narasumber bernama Ai melakukan pengungkapan diri dan berekspreksi berupa untuk menjaga reputasi nama baik keluarganya.

"Ah ini agak personal sih tapi akan aku jawab, kebetulan keluargaku terpendang dan lumayan punya social status di kotaku tinggal. aku juga lumayan terpendang secara akademis di sekolah dan kampusku. jadinya aku kurang bisa beropini frontal/berbuat yang macem-macem (kayak gaming, support lgbtq+, suka manga, suka anime, suka kpop) karena takut merusak nama baik keluarga dan aku sendiri. soalnya banyak hal tabu disini. ya jatuhnya aku jaim sih. soalnya kalo salah dikit aja nanti cepet banget nyebar beritanya dan ngerusak marwah keluarga gitu. makanya aku di dunia virtual rasanya bebas banget ketimbang dunia nyata" (Ai, 18 Juli 2024)

Arti dari panggung belakang sendiri adalah hal yang dirahasiakan dari para khalayak, maka dari itulah pengguna sosial media X memisahkan antara apa saja baik yang dapat dibagikan maupun tidak ke dalam beranda mereka yang akan dilihat oleh khalayak nantinya. Mereka cenderung tidak membagikan hal yang intim ataupun yang sangat berhubungan dengan kehidupan nyata mereka, dan lebih menunjukkan sisi positif dari akun mereka yang dibentuk sebaik mungkin.

"Aku udah terbiasa kalo punya masalah tuh dibicarakan sendiri. kamu pernah denger meme soal "apapun masalahnya solusinya ngomong sendiri" itu ga? nah aku tipe orang yg seperti itu biasanya ak ngetik di notes, atau record video kaya aku curhat gitu atau ga ngetweet diakun private yang isinya cuma aku. jadi lebih kaya nulis diary, lalu setelah itu aku lega. kenapa ak bilang gada bedanya ya karena its not necessary. dulu ak pernah ngerasa puas bgt abis post baik di socmed real life atau virtual soal problems personal, but nobody cares actually. jadi lebih baik dikeluarin sendiri. i learn from my mistakes." (Ai, 18 Juli 2024)

Informan Ai mengatakan bahwa ketika sedang mengalami masalah dalam dunia nyata dia lebih memilih untuk menyimpannya sendiri atau mengunggahnya di akunnya yang khusus untuk mengunggah berbagai keluh kesahnya yang ada di dunia nyata. Hal ini sama dengan jawaban dari informan Rei :

"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)

Dalam pandangan riset yang dilakukan oleh Shinta dan Putri, adanya pembagian kedua akun sangat berpengaruh antara panggung depan dan panggung belakang dari pengguna sosial media. Akun utama (*first account*) berfungsi sebagai tempat untuk mempresentasikan pemilik akun sebagai individu yang ideal tetapi tetap menggunakan identitas pribadi mereka yang menurut mereka sempurna ataupun baik, dan pengikut atau khalayak dari akun tersebut biasanya lebih umum sehingga apa yang diunggah oleh pemilik akun tersebut dapat diterima secara umum. Sedangkan akun kedua (*second account*) memperlihatkan sisi pemilik akun yang sangat bertolak belakang dengan akun utama mereka. Akun kedua berisi mengenai identitas asli berdasarkan dunia nyata, mengunggah foto, video, dan tulisan yang sangat menyesuaikan isi curahan hati dan kehidupan mereka yang sebenarnya, serta dalam akun kedua ini mereka dapat memilih siapa saja yang mereka izinkan untuk melihat aktivitas didalamnya [35]. 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 [1].

Salah satu informan yang tetap berteman dengan temannya dari dunia nyata dalam akun X yang memiliki identitas yang berbeda dengan dunia nyata sehingga temannya merasakan hal yang sangat berbeda, sehingga teman dunia nyatanya merasakan ada hak yang sangat berbeda tetapi jika hal tersebut terus-menerus dipertanyakan, maka informan merasa tidak nyaman. Seperti yang dibicarakan oleh informan Pichi :

"Sebenarnya kalau ini aku ga terlalu mempersalahkan jujur, walaupun mereka bakal sadar kayak 'wah piciv kalo di twitter heboh banget tapi kalo di real life diem banget' mau bagaimana lagi.. tergantung reaksi mereka gimana, kalo mereka ga masalah sama identitas atau image yang kubuat di twitter aku juga ga bakal permasalahan. tetep temenan aja kayak biasa tapi kalo mereka bakal bikin aku ga nyaman (selalu bring up tentang itu) kayaknya akan ku hindarin sih." (Pichi, 19 Juli 2024)

Pengungkapan mengenai kehidupan nyata mereka tidak hanya dapat dikeluarkan dalam akun kedua mereka, melainkan diceritakan kepada orang yang mereka percaya. Dengan menceritakannya ke orang terdekat diharapkan dapat memberikan sebuah penyelesaian dari suatu masalah atau bisa memberikan sebuah pandangan agar kehidupan nyata. Hal ini terungkap dari jawaban wawancara oleh informan Aero :

"Kalau di twitter justru lebih nonjolin ke hobby atau game sih ketimbang bahas yang hal di dunia nyata karena kalau mau bahas hal atau yang representasikan diri mending aku keep sendiri atau ke orang terdekatku yaitu pacarku. Yang kutakutin kalau bablas tuh terjadi oversharing sehingga informasi pribadi nggak kejaga samsek" (Aero, 19 Juli 2024)

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, penggunaanya 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*. Hal ini seperti yang dijawab oleh informan Joy :



"Semisal udah ngeluarin uneg-uneg, aku merasa lebih baik (*lega*). Aku nggak peduli ada yang bales atau gak, yang penting aku *lega* karena udah ngeluarin uneg-uneg sih." (Joy, 17 Juli 2024)

Alpiah dalam risetnya menyatakan bahwa media sosial juga merupakan tempat untuk mencari pedapat dan mencari perhatian, dan menumbuhkan gambaran dari sebuah topik, tetapi jika menggunakan media sosial dalam jangka waktu yang terus-menerus hingga ketergantungan hal yang dikhawatirkan berupa *oversharing*. *Oversharing* merupakan situasi dimana individu sedang menghadapi suatu masalah baik ringan maupun berat, individu tersebut berinisiatif untuk mencari dukungan sosial dari orang-orang sekitarnya agar mereka dihargai, diperhatikan, dan dicintai [36]. Temuan dari artikel tersebut juga mengatakan bahwa meskipun unggahan yang dibagikan tidak mendapatkan respon dari orang lain maka informan tetap merasa *lega* ataupun puas, karena mereka lebih mementingkan untuk mengeluarkan keluh kesahnya dibanding mendapatkan *like* maupun *reply*. Informan Joy mengatakan bahwa dengan mengeluarkan keluh kesahnya di akun X miliknya, lebih merasa *lega* tanpa memperdulikan apakah mendapatkan *like* atau *reply*.

#### IV. SIMPULAN

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 keluh kesah 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

Para informan memilih media sosial X untuk pengungkapan diri karena dapat menciptakan identitas baru yang meningkatkan kepercayaan diri mereka. Mereka merasa sulit berekspresi di dunia nyata dan mencari teman dengan minat yang sama, sering dianggap "aneh" oleh orang sekitar. Untuk melindungi reputasi, terutama bagi yang berasal dari keluarga berada atau terkenal di lingkungan akademik, para informan menggunakan X seperti buku harian untuk mencurahkan perasaan tanpa peduli respons. Pilihan ini terkait dengan pendekatan fenomenologi Albert Schutz (1967), yang menjelaskan bahwa setiap tindakan didorong oleh *Motives of Cause* dan *Motives of Purpose*. Fenomenologi perspektif Albert Schutz dihubungkan dengan Dramaturgi oleh Erving Goffman, ini memiliki makna yang searah mengenai perilaku manusia dan interaksi sosial. Para informan memiliki alasan dalam bermain peran terutama dari latar belakang mereka dalam dunia nyata, serta adanya faktor-faktor yang membuat mereka yang *introvert* terdorong membuat akun X-nya mempunyai identitas yang terbalik yaitu *Ekstrovert*.

Peneliti juga menyimpulkan bahwa dalam penelitian ini, fenomenologi perspektif Albert Schutz dihubungkan dengan Dramaturgi oleh Erving Goffman, ini memiliki makna yang searah mengenai perilaku manusia dan interaksi sosial. Seseorang memiliki alasan dalam bermain peran terutama dari latar belakang mereka dalam dunia nyata, serta adanya faktor-faktor yang membuat mereka yang *introvert* terdorong membuat akun X-nya mempunyai identitas yang terbalik yaitu *Ekstrovert*. Pada panggung depan, para informan di media sosial X menampilkan diri sebagai pribadi *ekstrovert* yang sangat berbeda dari dunia nyata, menciptakan kesan terbuka dan berekspresif untuk teman-teman dan khalayak. Identitas ini mereka buat agar lebih mudah berinteraksi, meskipun sebenarnya mereka merasa kesulitan mengekspresikan diri di kehidupan sehari-hari. Mereka sering mengunggah hal-hal yang tidak dapat diungkapkan di dunia nyata, bahkan kadang-kadang bertentangan dengan norma yang ada. *Motives of Cause* mereka yakni tidak mendapatkan ruang yang cocok untuk berekspresi leluasa serta dikarenakan adanya batasan dalam norma. Namun, di panggung belakang, mereka kembali ke sifat asli yang lebih tertutup dan pribadi yakni *introvert*, seringkali menyimpan sisi ini untuk diri sendiri atau menggunakan akun kedua yang berfungsi sebagai tempat untuk curhat dan mengekspresikan perasaan dengan lebih bebas, seolah-olah akun tersebut adalah buku harian mereka.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pengelola jurnal Acopen yang telah menyediakan tempat untuk menerbitkan naskah ini. Terima kasih juga kepada orang tua dan teman terdekat saya yang telah mendukung dan terus memberikan saya motivasi serta semangat agar pantang menyerah dalam pengerjaan naskah penelitian ini.

**Conflict of Interest Statement:**

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

**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 Social 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](https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.2367).
- [5] D. Susanti and P. Dwihtoro, "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](https://doi.org/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](https://doi.org/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](https://doi.org/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](https://doi.org/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](https://doi.org/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. Responsibility*, vol. 5, pp. 2655–3570, 2022, doi: <https://doi.org/10.37695/pkmsr.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/bcsms.v3i1.6672](https://doi.org/10.29313/bcsms.v3i1.6672).
- [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](https://doi.org/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-20HkXf2KNEj2> (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](https://doi.org/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://databooks.katadata.co.id/>, 2024. <https://databooks.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](https://doi.org/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](https://doi.org/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](https://doi.org/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](https://doi.org/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](https://doi.org/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.
- [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](https://doi.org/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. Gend. 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. Alpiyah, 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>.

# GUSTI-CHAIRUNNISA-HILDHASARI-202022000019-ILMU-KOMUNIKASI.docx

---

## ORIGINALITY REPORT

---

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1

Submitted to Universitas Muhammadiyah  
Sidoarjo

Student Paper

8%

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On