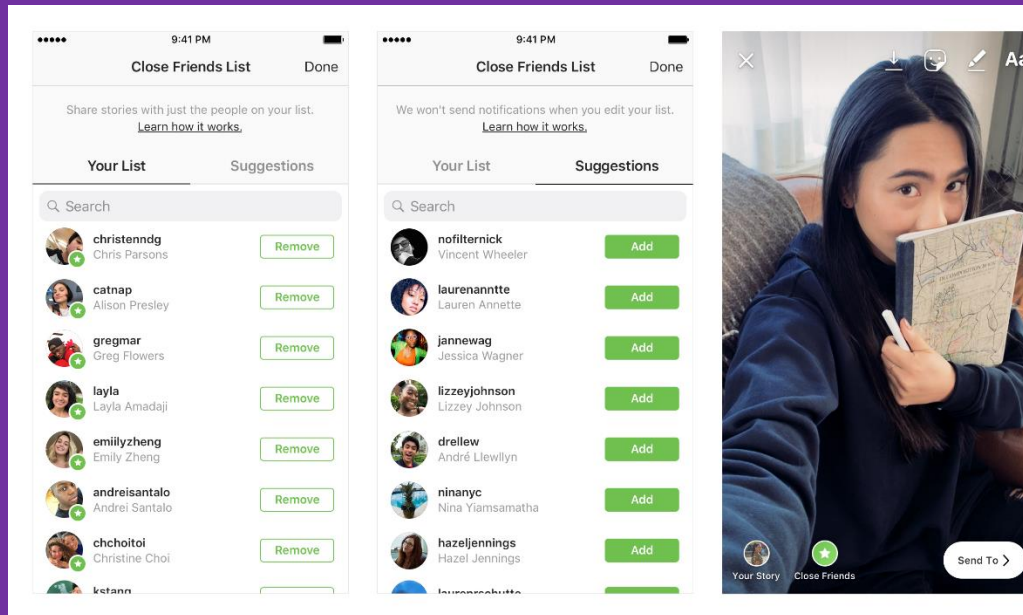




Judul Tugas Akhir Skripsi:

## PEMAKNAAN *SELF-DISCLOSURE* DAN PENGELOLAAN PRIVASI DI FITUR *CLOSE FRIENDS SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM DALAM KERANGKA TEORI CPM

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Sri Nuraeni

NIM : 2210411204



PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Sri Nuraeni

NIM : 2210411204

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Sri Nuraeni)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Nuraeni  
NIM : 2210411204  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PEMAKNAAN SELF-DISCLOSURE DAN PENGELOLAAN PRIVASI DI  
FITUR CLOSE FRIENDS SECOND ACCOUNT INSTAGRAM DALAM  
KERANGKA TEORI CPM**

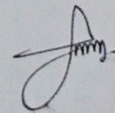
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 14 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Sri Nuraeni)

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Sri Nuraeni  
NIM : 2210411204  
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Pemaknaan *Self-disclosure* dan Pengelolaan Privasi di Fitur *Close Friends Second Account* Instagram dalam Kerangka Teori CPM

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si.,)

Penguji 1



(Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si.)

Penguji 2



(Ratu Laura Mulia BP., S.Psi, M.Sc.)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 14 Juli 2026

## KATA PENGANTAR

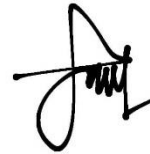
Puji dan syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Esa atas rahmat, berkat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul "Pemaknaan *Self-disclosure* dan Pengelolaan Privasi di Fitur *Close friends Second account* Instagram dalam Kerangka Teori CPM" dengan lancar. Penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan tugas akhir pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jakarta. Proses penyusunan penelitian ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan keluarga serta orang-orang sekitar. Maka dari itu, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Uljanatunnisa., S.Sos, MA., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jakarta.
2. Ibu Maria Febiana Christanti, S.Sos, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga selama proses penyusunan penelitian ini.
3. Ibu Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji I tugas akhir yang telah memberikan masukan, arahan, dan saran yang membangun sehingga membantu peneliti dalam menyempurnakan penelitian ini.
4. Ibu Ratu Laura Mulia BP., S.Psi., M.Sc. selaku Dosen Penguji II tugas akhir yang telah memberikan kritik, saran, serta bimbingan yang bermanfaat dalam proses penyusunan dan penyempurnaan penelitian ini.
5. Segenap Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Jakarta atas ilmu dan wawasan yang telah diberikan.
6. Alm. Ayahanda tercinta. Terima kasih atas cinta, doa, perjuangan, serta pengorbanan yang telah diberikan semasa hidup, termasuk setiap perjalanan mengantar dan menjemput penulis selama menempuh pendidikan. Meski raga Ayah telah tiada, kasih sayang, doa, dan nilai-nilai yang Ayah tanamkan akan selalu hidup di hati penulis. Semoga karya sederhana ini menjadi salah satu persembahan yang dapat membanggakan Ayah di tempat terbaik di sisi-Nya.
7. Ibunda tercinta. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, dukungan yang selalu menguatkan, kasih sayang, serta perhatian yang tak pernah berkurang. Terima kasih telah membersamai setiap proses dan menjadi rumah paling hangat dalam setiap langkah kehidupan penulis.
8. Sahabat-sahabat tersayang, Ingrid, Sena, Merin, Ariel, Ansa, Najwa, dan Nanda yang telah menemani perjalanan penulis sejak semester pertama hingga akhir perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, serta kesediaan berbagi informasi dan menemani proses penyusunan skripsi hingga akhirnya dapat terselesaikan.
9. Terakhir, untuk diri penulis sendiri. Terima kasih karena telah memilih bertahan, bangkit dari setiap kehilangan, dan terus melangkah meski penuh keraguan. Skripsi ini menjadi bukti bahwa setiap proses, air mata,

dan doa tidak pernah sia-sia. Terima kasih telah berjuang hingga sampai di titik ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna menyempurnakan dan memperbaiki karya ini.

Jakarta, 01 Juli 2026

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized initial 'S' followed by a series of loops and a final horizontal stroke.

Sri Nuraeni

# PEMAKNAAN *SELF-DISCLOSURE* DAN PENGELOLAAN PRIVASI DI FITUR *CLOSE FRIENDS SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM DALAM KERANGKA TEORI CPM

SRI NURAENI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemaknaan *self-disclosure* pada fitur *Close Friends* akun kedua Instagram serta menganalisis bagaimana pengguna mengelola privasi dalam proses pengungkapan diri tersebut berdasarkan teori *Communication Privacy Management* (CPM). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi sosial Alfred Schutz. Informan penelitian dipilih secara purposive, yaitu tujuh pengguna Instagram yang aktif menggunakan fitur *Close Friends* pada akun kedua untuk melakukan pengungkapan diri. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna memaknai *self-disclosure* pada fitur *Close Friends* akun kedua sebagai sarana untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik, menyalurkan emosi, memperoleh dukungan sosial, serta memelihara relasi sosial. Pengungkapan diri dipengaruhi oleh pengalaman subjektif, motif masa lalu (*because motives*), dan tujuan masa depan (*in-order-to motives*). Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa proses *self-disclosure* selalu didahului oleh pengelolaan privasi melalui pemilihan audiens, penetapan aturan berbagi informasi, serta evaluasi terhadap risiko pengungkapan. Dari lima asumsi teori CPM, aspek *boundary coordination* dan *privacy rule management*, khususnya faktor kedekatan hubungan dan gender, menjadi temuan yang paling menonjol dalam menentukan keputusan pengguna untuk melakukan pengungkapan diri di ruang digital yang bersifat privat.

**Kata Kunci:** *self-disclosure*, *Close Friends*, akun kedua Instagram, *Communication Privacy Management*, fenomenologi sosial.

**INTERPRETATION OF SELF-DISCLOSURE AND PRIVACY  
MANAGEMENT IN INSTAGRAM'S CLOSE FRIENDS  
FEATURE ON A SECOND ACCOUNT WITHIN THE  
FRAMEWORK OF CPM THEORY**

**SRI NURAENI**

**ABSTRACT**

*This study aims to explore the meaning of self-disclosure through the Close Friends feature on secondary Instagram accounts and to analyze how users manage their privacy during the self-disclosure process based on the Communication Privacy Management (CPM) theory. This research employed a qualitative approach using Alfred Schutz's social phenomenology method. The informants were selected through purposive sampling and consisted of seven Instagram users who actively used the Close Friends feature on their secondary accounts for self-disclosure. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, and were analyzed using the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that users perceive self-disclosure through the Close Friends feature on their secondary Instagram accounts as a means of expressing themselves more authentically, releasing emotions, obtaining social support, and maintaining social relationships. Self-disclosure is shaped by users' subjective experiences, because motives, and in-order-to motives. The findings also indicate that the self-disclosure process is consistently preceded by privacy management through audience selection, the establishment of privacy rules regarding information sharing, and the evaluation of potential disclosure risks. Among the five assumptions of the CPM theory, boundary coordination and privacy rule management, particularly relationship closeness and gender, emerged as the most prominent factors influencing users' decisions to engage in self-disclosure within a private digital space.*

**Keywords:** *self-disclosure, Close Friends, secondary Instagram account, Communication Privacy Management, social phenomenology.*

## DAFTAR ISI

|                                                            |             |
|------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>                       | <b>i</b>    |
| <b>PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>                         | <b>ii</b>   |
| <b>PENGESAHAN.....</b>                                     | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                 | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                       | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                      | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                     | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                  | <b>xi</b>   |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>                             | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                            | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>                            | <b>11</b>   |
| <b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>                         | <b>11</b>   |
| 1.3.1 Tujuan Praktis .....                                 | 11          |
| 1.3.2 Tujuan Teoritis.....                                 | 12          |
| <b>1.4 Batasan Penelitian .....</b>                        | <b>12</b>   |
| <b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>                        | <b>12</b>   |
| 1.5.1 Manfaat Praktis .....                                | 12          |
| 1.5.2 Manfaat Akademis .....                               | 12          |
| <b>1.6 Sistematika Penelitian .....</b>                    | <b>12</b>   |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                        | <b>14</b>   |
| <b>2.1 Konsep dan Teori Penelitian .....</b>               | <b>14</b>   |
| 2.1.1 <i>Self-disclosure</i> .....                         | 14          |
| 2.1.2 Instagram .....                                      | 18          |
| 2.1.3 <i>Communication privacy management Theory</i> ..... | 26          |
| <b>2.2 Kerangka Pemikiran .....</b>                        | <b>30</b>   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                     | <b>32</b>   |
| <b>3.1 Objek Penelitian .....</b>                          | <b>32</b>   |
| <b>3.2 Subjek Penelitian .....</b>                         | <b>32</b>   |
| <b>3.3 Jenis Penelitian .....</b>                          | <b>34</b>   |
| <b>3.4 Teknik Pengumpulan Data.....</b>                    | <b>38</b>   |
| 3.4.1 Wawancara.....                                       | 38          |

|                                                                                                                                    |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.4.2. Observasi .....                                                                                                             | 39         |
| 3.4.3 Dokumentasi .....                                                                                                            | 39         |
| <b>3.5 Sumber Data .....</b>                                                                                                       | <b>40</b>  |
| 3.5.1 Data Primer .....                                                                                                            | 40         |
| 3.5.2 Data Sekunder .....                                                                                                          | 40         |
| <b>3.6 Teknis Analisis Data .....</b>                                                                                              | <b>41</b>  |
| 3.6.1 Teknik Analisis Data .....                                                                                                   | 41         |
| 3.6.2 Koding Data .....                                                                                                            | 43         |
| 3.6.3 Teknik Keabsahan Data .....                                                                                                  | 44         |
| <b>3.7 Tabel Rencana Waktu .....</b>                                                                                               | <b>46</b>  |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                                | <b>48</b>  |
| <b>4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....</b>                                                                                        | <b>48</b>  |
| 4.1.1 Penggunaan Fitur <i>Close friends</i> pada <i>Second account</i> Instagram .....                                             | 50         |
| <b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>                                                                                                  | <b>54</b>  |
| 4.2.1 Pemaknaan <i>Self-disclosure</i> di Fitur <i>Close friends Second account</i><br>Instagram .....                             | 56         |
| 4.2.2 Pengelolaan Privasi <i>Self-disclosure</i> Berdasarkan Kerangka Teori<br><i>Communication privacy management (CPM)</i> ..... | 66         |
| <b>4.3 Diskusi dan Pembahasan .....</b>                                                                                            | <b>83</b>  |
| 4.3.1 Pemaknaan <i>Self-disclosure</i> di Fitur <i>Close friends Second account</i><br>Instagram .....                             | 84         |
| 4.3.2 Pengelolaan Privasi Pengguna dalam <i>Communication privacy</i><br><i>management (CPM)</i> .....                             | 95         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                                            | <b>106</b> |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>                                                                                                        | <b>106</b> |
| <b>5.2 Saran .....</b>                                                                                                             | <b>108</b> |
| 5.2.1 Saran Akademis .....                                                                                                         | 109        |
| 5.2.2 Saran Praktis .....                                                                                                          | 110        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                        | <b>111</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                                              | <b>119</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Jumlah pengguna Instagram di Indonesia September 2025. .... | 2  |
| Gambar 2 Perbandingan Akun Pertama dan Akun Kedua.....               | 4  |
| Gambar 3 Platform Media Sosial Favorit 2025 .....                    | 19 |
| Gambar 4 Asumsi Dasar Teori CPM.....                                 | 29 |
| Gambar 5 Kerangka Pemikiran .....                                    | 31 |
| Gambar 6 Bentuk Pengungkapan Diri DVA .....                          | 57 |
| Gambar 7 Pengungkapan Opini MFR.....                                 | 58 |
| Gambar 8 Bentuk Pengungkapan Emosi ASS .....                         | 60 |
| Gambar 9 Bentuk Pengungkapan Emosi ITH.....                          | 61 |
| Gambar 10 Bentuk Pengungkapan Perasaan DVA .....                     | 71 |
| Gambar 11 Bentuk Pengelolaan Privasi ASS .....                       | 79 |

## DAFTAR TABEL

|                                               |           |
|-----------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 1 Data Informan .....</b>            | <b>33</b> |
| <b>Tabel 2 Rencana Waktu Penelitian .....</b> | <b>47</b> |