

PENGALAMAN PENGGUNA FITUR *CLOSE FRIEND* DI *SECOND ACCOUNT* MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KONSEP KETERBUKAAN DIRI

WALID SATRIO WIBOWO

ABSTRAK

Penelitian ini membahas penggunaan fitur *Close Friend* pada *second account* Instagram sebagai konsep keterbukaan diri (*self-disclosure*) di media sosial. Kehadiran fitur *Close Friend* menjadi penting karena memberikan ruang bagi pengguna untuk membatasi audiens, menjaga privasi, serta membagikan informasi yang bersifat lebih personal di tengah penggunaan media sosial yang semakin terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif penggunaan fitur *Close Friend*, bentuk keterbukaan diri yang dilakukan pengguna, serta menganalisis proses keterbukaan diri berdasarkan model Johari Window. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme digunakan untuk memahami bagaimana setiap informan membangun makna dan pengalaman dalam menggunakan fitur *Close Friend* sebagai media keterbukaan diri di media sosial. Data diperoleh melalui observasi partisipan dan wawancara mendalam terhadap lima informan yang secara aktif menggunakan fitur *Close Friend* pada *second account* Instagram. Penelitian ini menggunakan model Johari Window yang dikembangkan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham sebagai landasan analisis. Model Johari Window menjelaskan bahwa keterbukaan diri terdiri atas empat area, yaitu *Open Area*, yang merupakan informasi tentang diri yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain; *Hidden Area*, yaitu informasi yang hanya diketahui oleh diri sendiri dan sengaja disembunyikan dari orang lain; *Blind Area*, yaitu informasi yang diketahui oleh orang lain tetapi tidak disadari oleh individu; serta *Unknown Area*, yaitu informasi yang belum diketahui baik oleh diri sendiri maupun orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Close Friend* didorong oleh kebutuhan menjaga privasi, menyaring audiens berdasarkan tingkat kedekatan, menciptakan ruang yang aman dan nyaman untuk berekspresi, serta membagikan informasi yang lebih personal dibandingkan pada akun utama maupun *second account*. Berdasarkan analisis model Johari Window, keterbukaan diri para informan didominasi oleh perluasan *Open Area*, yang terlihat dari kesediaan mereka membagikan aktivitas sehari-hari, perasaan, opini, dan pengalaman kepada orang-orang yang dipercaya. Sementara itu, *Hidden Area* tetap dipertahankan dengan menyembunyikan informasi yang dianggap sangat pribadi, seperti masalah keluarga, konflik pribadi, kondisi keuangan, serta rahasia yang dapat memengaruhi citra diri. Penelitian ini menunjukkan bahwa fitur *Close Friend* menjadi media yang mendukung keterbukaan diri secara selektif sehingga pengguna dapat membangun komunikasi yang lebih nyaman tanpa mengabaikan batasan privasi di media sosial.

Kata Kunci: *Close Friend*, Johari Window, Keterbukaan Diri, Konstruktivisme, *Second Account* Instagram, *Self Disclosure*.

USER EXPERIENCES OF USING THE CLOSE FRIEND FEATURE ON SECONDARY INSTAGRAM ACCOUNTS AS A FORM OF SELF-DISCLOSURE

WALID SATRIO WIBOWO

ABSTRACT

This study examines the use of the Close Friend feature on a second Instagram account as a form of self-disclosure on social media. The Close Friend feature has become increasingly important as it provides users with a space to limit their audience, maintain privacy, and share more personal information in an increasingly open social media environment. This study aims to identify the motives for using the Close Friend feature, examine the forms of self-disclosure practiced by users, and analyze the self-disclosure process based on the Johari Window model. This research employed a qualitative method using a constructivism paradigm. The constructivism paradigm was applied to understand how each informant constructs meaning and interprets their experiences in using the Close Friend feature as a medium for self-disclosure on social media. Data were collected through participant observation and in-depth interviews with five informants who actively use the Close Friend feature on their second Instagram accounts. This study adopted the Johari Window model developed by Joseph Luft and Harry Ingham as the primary analytical framework. The Johari Window model explains that self-disclosure consists of four areas: the Open Area, which contains information known to both oneself and others; the Hidden Area, which includes information known only to oneself and intentionally concealed from others; the Blind Area, which refers to information known by others but not recognized by oneself; and the Unknown Area, which consists of information unknown to both oneself and others. The findings indicate that the use of the Close Friend feature is motivated by the need to maintain privacy, filter audiences based on interpersonal closeness, create a safe and comfortable space for self-expression, and share more personal information than on primary or second accounts. Based on the Johari Window analysis, the informants' self-disclosure was predominantly characterized by the expansion of the Open Area, as reflected in their willingness to share daily activities, feelings, opinions, and personal experiences with trusted individuals. Meanwhile, the Hidden Area was maintained by withholding highly private information, such as family issues, personal conflicts, financial conditions, and secrets that could affect their self-image. This study concludes that the Close Friend feature serves as a medium that facilitates selective self-disclosure, enabling users to communicate more comfortably while maintaining personal privacy on social media.

Keywords : Close Friend, Constructivism, Johari Window, Second Account Instagram, Self Disclosure.