



<https://katantizen.kompas.com/read/2024/08/31/092512285/ketika-menerima-nasehat-orang-lain-terasa-berat-untuk-dijalani?page=all>

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

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

Nama : Walid Satrio Wibowo

NIM : 1910411175



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

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



Dosen Pembimbing :
Uljanatunnisa S.Sos., MA.

Disusun oleh :
Walid Satrio Wibowo
(1910411175)

**ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Walid Satrio Wibowo

NIM : 1910411175

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, 29 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Walid Satrio Wibowo)

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

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

Nama : Walid Satrio Wibowo
NIM : 1910411175
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:

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

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 : 24 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Walid Satrio Wibowo)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Walid Satrio Wibowo

NIM : 1910411175

PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi

JUDUL : Pengalaman Pengguna Fitur *Close Friend* di *Second Account*
Instagram Sebagai Konsep Keterbukaan Diri

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

(Uljanatunnisa, S.Sos., MA)

Penguji 1

(Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom, M.Si.)

Penguji 2

(Kumala Hayati, S.I.kom, M.Med.Kom.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 20 Juli 2026

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.

KATA PENGANTAR

Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan puji kepada Allah SWT atas segala berkah, anugerah, dan hidayah-Nya yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik. Judul skripsi ini adalah "Pengalaman Pengguna Fitur *Close Friend* di *Second Account* Media Sosial Instagram sebagai Konsep Keterbukaan Diri". Penyusunan skripsi ini adalah salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penelitian ini tidak mudah dibuat, penulis mengalami berbagai tantangan, hambatan, dan juga belajar banyak sepanjang prosesnya, mulai dari membuat proposal, mengumpulkan data dengan cara mengamati dan bertanya, hingga menyelesaikan hasil penelitian. Namun, berkat keberkahan Allah SWT dan bantuan, dukungan, doa, serta motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya berhasil diselesaikan sesuai dengan harapan.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak mungkin tercapai tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dukungan moral maupun bantuan materi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan besar kepada :

1. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan banyak saran yang bermanfaat untuk keberlanjutan skripsi ini.
2. Bapak Azwar, SS., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang juga merupakan dosen pembimbing akademik saya yang telah memberikan banyak saran selama kegiatan perkuliahan.
3. Orang tua saya yang tercinta yang terus memberikan dukungan, baik dalam bentuk moral maupun materil.
4. Rizqi Rahmatullah Tjakradidjadja, Muhammad Arief Mulyawan, Khairunnisa, Annisa Nur Azizah, dan Bagus Aryo Anggoro selaku narasumber dalam penelitian saya yang sudah kooperatif dan memberikan banyak jawaban dalam penelitian ini.

5. Seluruh rekan-rekan saya selama perjalanan kuliah yang menjadi proses pengembangan skripsi ini agar terselesaikan dengan baik.

Jakarta, 2 Juli 2026

Walid Satrio Wibowo

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
I.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
II.1 Konsep Penelitian.....	9
II.1.1 New Media.....	9
II.1.2 Media Sosial.....	10
II.1.3 Instagram.....	11
II.1.4 Second Account Instagram.....	14
II.1.5 Fitur Close Friend.....	15
II.2 Pengungkapan Diri (<i>Self Disclosure</i>).....	15
II.2.1 Pengertian Pengungkapan Diri (<i>Self Disclosure</i>).....	15
II.2.2 Model Jendela Johari (<i>Johari Window</i>).....	18
II.3 Kerangka Berpikir.....	20

BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
III.1 Paradigma Penelitian.....	22
III.2 Tipe Penelitian.....	22
III.3 Jenis Penelitian.....	23
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
III.5 Sumber Data.....	24
III.6 Teknik Analisis Data.....	25
III.7 Teknik Keabsahan Data.....	27
III.8 Tabel Rencana Waktu.....	29
DAFTAR PUSTAKA.....	30
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Perencanaan Waktu.....	35
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jendela Johari.....	25
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	
Lampiran 2.....	25
Lampiran 3.....	25
Lampiran 4.....	25