

Pengaruh kepribadian big five terhadap *self-disclosure* dalam konteks *second account* Instagram

Roezha Hadyana¹, Az Zahra Salsabilla Iswahyudi², Hasna Amilia³

^{1,2,2} Program Studi Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 230401110104@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Big Five Personality, Self-Disclosure, Second Account Instagram, kepribadian, emosional, uin malang

Keywords:

Big Five Personality, Self-Disclosure, Second Account Instagram, personality, emotional, Uin Malang

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena *second account* yang dianggap memberikan ruang privasi aman bagi individu untuk mengekspresikan diri secara leluasa sehingga keterbukaan diri individu tersebut diduga dipengaruhi oleh tipe kepribadian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepribadian Big Five terhadap *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif analisis regresi linier dengan melibatkan 101 mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang mempunyai *second account* Instagram. Instrumen yang digunakan yaitu skala Big Five Inventory (BFI) untuk

mengukur lima dimensi kepribadian dan Revised Self disclosure (RSDS) untuk mengukur tingkat keterbukaan diri individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya dua dimensi kepribadian yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *self disclosure* yakni *openness to experience* dan *neuroticism*. Penemuan ini menunjukkan bahwasannya keterbukaan diri terhadap pengalaman baru serta sensitivitas emosional merupakan indikasi atau predictor utama keterbukaan diri pada pengguna *second account* Instagram. Sementara itu, *extraversion*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini berarti kemampuan sosialisasi, keramahan dan kontrol diri tidak secara langsung berpengaruh dalam menentukan tingkat keterbukaan diri individu. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa *self disclosure* di *second account* Instagram lebih berkaitan dengan kebutuhan emosional dan eksplorasi diri dibandingkan doronha untk berinteraksi.

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of second accounts, which are considered to provide a safe private space for individuals to express themselves more freely. As a result, an individual's level of self-disclosure is suspected to be influenced by their personality type. The purpose of this study is to examine the influence of the Big Five personality traits on self-disclosure among Instagram second account users. A quantitative approach using linear regression analysis was employed, involving 101 female students of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang who own a second Instagram account. The instruments used were the Big Five Inventory (BFI) to measure the five personality dimensions and the Revised Self-Disclosure Scale (RSDS) to assess the individuals' level of self-disclosure. The findings show that only two personality dimensions have a significant influence on self-disclosure: *openness to experience* and *neuroticism*. This indicates that *openness to new experiences* and *emotional sensitivity* are key predictors of self-disclosure among second account users. Meanwhile, *extraversion*, *agreeableness*, and *conscientiousness* do not have a significant effect. This means that social skills, friendliness, and self-control do not directly influence an individual's level of self-disclosure. Overall, this study highlights that self-disclosure on Instagram second accounts is more closely related to emotional needs and self-exploration rather than the motivation to interact with others.



Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat modern, di mana individu tidak hanya membangun relasi melalui tatap muka, tetapi juga melalui ruang virtual. Berdasarkan data dari We Are Social & Hootsuite 2024, Instagram menjadi salah satu platform yang populer saat ini, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda, karena memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, serta membangun citra diri di ruang public. Seiring dengan hal itu, muncul fenomena *second account* atau akun kedua yang cenderung lebih privat dan digunakan sebagai ruang alternatif bagi individu untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas, termasuk dalam melakukan *self-disclosure* berupa pengungkapan pikiran, perasaan, maupun pengalaman pribadi (Altman & Taylor, 1973). Menurut survey yang dilakukan oleh Universitas Dian Nuswantoro mengungkapkan bahwa 46% remaja memiliki *second accoun*. Dalam penelitian yang di lakukan oleh (Mas et al., 2022). menyatakan bahwa seseorang menggunakan *second account* Instagram tujuannya agar lebih leluasa dalam mengespresikan dirinya tanpa harus mendapatkan statement negatif dari orang-orang. Dalam penelitian lain juga menunjukkan bahwa Tingkat keterbukaan diri di akun ini tidak hanya dipengaruhi oleh konteks sosial, tetapi juga oleh karakteristik kepribadian individu yang dapat dijelaskan melalui model *Big Five Personality*, yang terdiri dari dimensi *openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, dan neuroticism* (John & Srivastava, 1999).

Berdasarkan riset-riset sebelumnya yang meneliti tentang *self-disclosure* pada media sosial menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* individu sangat beragam. Hasil penelitian Chen dkk (2016) mengungkapkan bahwa faktor kepribadian dalam *Big Five Personality* khususnya *extraversion* sangat mempengaruhi tingkat keterbukaan individu, hal ini didasarkan pada keterkaitan tingkat interaksi dan akurasi penggunaan media sosial dengan *self-disclosure* pengguna SNS. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Aurelia dkk. (2023) dan Muflih dkk. (2024) menyatakan bahwa empat tipe kepribadian dalam *Big Five Personality* memiliki korelasi yang positif dengan *Self-Disclosure* kecuali kepribadian *Neuroticism* dikarenakan kepribadian ini cenderung mengalami emosi yang negatif dan mudah tersinggung, sehingga mereka hanya menggunakan media sosial untuk mencari teman. Sedangkan penelitian oleh saleh dkk. (2024) menyatakan bahwa hanya *agreeableness* yang berhubungan positif dan signifikan dengan keterbukaan

Penelitian Alwahaishi & Al-ahmadi (2024) sedikit berbeda dengan temuan sebelumnya yaitu tidak terdapat perbedaan *self-disclosure* individu khususnya mahasiswa pengguna *second account* Instagram berdasarkan *Big Five Personality* walaupun hasil rata-rata *openness* lebih unggul daripada *neuroticism*. Sedangkan, hasil penelitian Iloen & Kusumiati (2024) memfokuskan pada faktor *interpersonal trust* yang membuktikan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan dengan *self-disclosure* pada pengguna *second account* instagram. Meskipun kontribusinya tidak berkaitan secara langsung dengan *Big Five Personality*, apabila ditelaah lebih lanjut sebenarnya *interpersonal trust* masih terdapat keterkaitan erat dengan *agreeableness* yang mencerminkan sikap percaya, kooperatif dan empati terhadap orang lain. Hal tersebut

dapat menjelaskan lebih lanjut mengenai tingkat kepercayaan individu serta dampaknya terhadap *self-disclosure* seseorang di media sosial.

Meskipun penelitian mengenai *self-disclosure* di media sosial telah banyak dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada penggunaan akun utama atau platform digital secara umum, sehingga belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana keterbukaan diri dapat berbeda ketika individu menggunakan *second account* Instagram. Sejumlah penelitian sebelumnya juga telah mencoba menelaah kaitan antara kepribadian dan *self-disclosure*, tetapi temuan yang dihasilkan masih beragam dan belum konsisten, terutama pada konteks *second account*. Hal ini menunjukkan bahwa peran kepribadian dalam mempengaruhi keterbukaan diri di media sosial masih perlu diteliti lebih lanjut.

Mengingat hasil penelitian sebelumnya menunjukkan ketidak konsistenan dalam hubungan antara kepribadian Big Five dan *self-disclosure* di media sosial, terutama pada konteks *second account* Instagram yang bersifat lebih pribadi, diperlukan penelitian lanjutan untuk memperjelas peran karakteristik kepribadian terhadap keterbukaan diri dalam ruang digital ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kepribadian Big Five yang meliputi *openness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism* dengan *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna *second account* Instagram. Sejalan dengan landasan teoretis dan temuan empiris sebelumnya, hipotesis penelitian ini adalah bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian Big Five Personality dan *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna *second account* Instagram. Selain itu, penelitian ini juga menelaah kecenderungan pengaruh masing-masing dimensinya, yaitu bahwa terdapat pengaruh antara *openness to experience* dan *self-disclosure*, terdapat pengaruh antara *neuroticism* dan *self-disclosure*, terdapat pengaruh antara *agreeableness* dan *self-disclosure*, terdapat pengaruh antara *extraversion* dan *self-disclosure*, serta terdapat pengaruh antara *conscientiousness* dan *self-disclosure*.

Metode

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel utama. Variabel bebas atau variabel (X) dalam penelitian ini adalah *big five personality* yaitu konsep yang menjelaskan bahwa kepribadian individu itu terdiri atas lima dimensi utama, yakni *extraversion*, *openness to experience*, *agreeableness*, *conscientiousness* dan *neuroticism*. Sedangkan variabel terikat atau variabel (Y) adalah *self-disclosure* yaitu konsep keterbukaan diri individu dalam membagikan informasi pribadi, perasaan serta pikiran kepada orang lain (Aji et al., 2025). Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis Regresi linier. Pendekatan kuantitatif dipilih karena pada penelitian ini, peneliti ingin berfokus pada uji hipotesis terkait pengaruh antara dua variabel, yaitu *Big five personality* dengan *Self-disclosure* di *second account* Instagram. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah di ditentukan menggunakan alat ukur yang objektif serta analisis data statistic.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. jumlah subjek dalam penelitian ini yaitu 101 partisipan yang berusia 18-24 tahun dengan rata-rata usia 20 tahun, serta memiliki *second account*. Populasi ini dipilih karena penggunaan *second account* cukup umum sekarang digunakan mahasiswi dalam merepresentasikan dirinya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu Teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang sudah peneliti tentukan. adapun kriteria yang ditetapkan adalah;

1. Mahasiswi aktif UIN Malang
2. berusia 18-25 tahun
3. memiliki *second account* instagram

teknik ini dipilih karna peneliti ingin memperoleh sampel penelitian yang sesuai dengan variabel yang diteliti sehingga nantinya akan memberikan data yang sesuai dengan tujuan peneliti

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua instrumen utama, yaitu Big Five Inventory (BFI-44) untuk mengukur skala kepribadian dan RSDS untuk mengukur tingkat keterbukaan diri individu sebagai pengguna *second account* Instagram. Pada penelitian ini menggunakan Big Five Inventory yang diadaptasi oleh Ramdhani (2012), variabel multidimensi Big Five Personality menyajikan lima dimensi kepribadian yang meliputi *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism* dan *openness to experience*, dimana masing-masing dimensi ini menggambarkan ciri kepribadian yang berbeda (John et al., 2008). Skala BFI ini dipilih karena terbukti mampu menangkap kecenderungan kepribadian yang dimiliki individu. Setiap dimensi terdiri dari 4 aitem sehingga aitem BFI pada penelitian ini berjumlah 20 aitem. BFI menggunakan 5 rentang skor dengan skala linkert dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, apabila semakin tinggi skor yang dipilih oleh responden semakin menunjukkan kesesuaian responden dengan pernyataan yang tertera pada aitem. Salah satu contoh aitem, sebagai berikut “Saya banyak bicara” dengan pilihan jawaban “sangat setuju” (5), “setuju” (4), “netral” (3), “tidak setuju” (2), “sangat tidak setuju” (1).

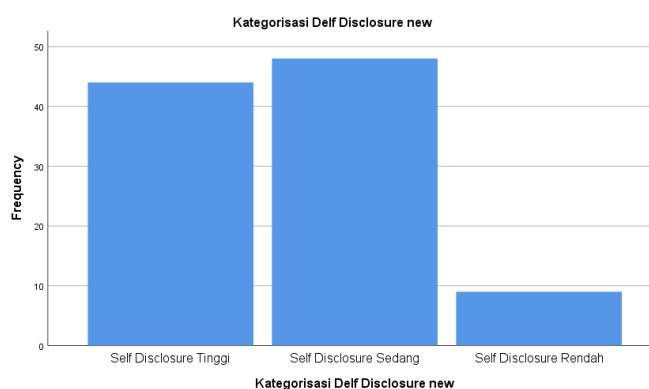
Sementara itu, reliabilitas alpha tiap variable pun tentunya berbeda, dimensi *extraversion* memiliki reliabilitas alpha 0,726 tergolong cukup. *Agreeableness* mempunyai reliabilitas alpha sebesar 0,841 tergolong tinggi. *Conscientiousness* menghasilkan reliabilitas alpha sebesar 0,868 tergolong tinggi. *Neuroticism* dengan nilai reliabilitas alpha 0,851 tergolong tinggi. *Openness to experience* memiliki nilai reliabilitas alpha 0,553 tergolong rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya aitem-aitem yang mengukur dimensi *openness to experience* perlu ditinjau ulang dan diperbaiki. Sedangkan, uji validitas pada dimensi *extraversion* menunjukkan bahwa semua aitem dinyatakan baik dengan nilai Corrected Item-Total Correlation berkisar antara 0,325-0,659 ($\geq 0,30$). Dimensi *Agreeableness* menunjukkan semua aitem tergolong baik dengan nilai Corrected Item-Total Correlation berkisar antara 0,469-0,787 ($\geq 0,30$). Pada dimensi *Conscientiousness*, semua aitem masuk ke dalam kategori baik dengan nilai Corrected Item-Total Correlation berada di rentang 0,682-0,786 (\geq

0,30). Dimensi Neuroticism memiliki aitem yang tergolong baik dengan nilai Corrected Item-Total Correlation di rentang 0,673-0,730 ($\geq 0,30$). Kemudian, dimensi Openness to Experience menunjukkan bahwa dari 4 aitem, sebanyak 3 aitem yang masuk ke dalam kategori baik yang berada di rentang 0,414-0,528 ($\geq 0,30$). Terdapat 1 aitem yang gugur karena berada di bawah batas minimal yaitu 0,039. Sehingga aitem tersebut perlu ditinjau ulang agar hasil penelitian dan skor yang didapatkan lebih valid.

Instrumen self-disclosure pada penelitian ini menggunakan Revised Self-Disclosure Scale (RSDS) yang dikembangkan oleh Leung (2002) yang menyesuaikan dengan konteks komunikasi digital. Skala ini merupakan pengembangan dari *Reported Self-Disclosure Scale* yang disusun oleh Wheelless & Grotz (1976), yang sebelumnya digunakan untuk mengukur keterbukaan diri dalam komunikasi tatap muka. Melalui revisi yang dilakukan, RSDS memungkinkan pengukuran self-disclosure yang lebih relevan dengan dinamika interaksi di media sosial. *Self disclosure* dalam RSDS meliputi lima dimensi inti, yaitu ; *Depth*, yang merujuk pada tingkat keintiman informasi pribadi yang diungkapkan; *Accuracy*, yaitu sejauh mana pengungkapan tersebut mencerminkan keadaan diri yang sebenarnya; *Amount*, yaitu frekuensi dan jumlah pengungkapan; *Valence*, yaitu sifat positif atau negatif dari isi pengungkapan; dan *Intention*, yaitu kesadaran individu terkait tujuan dalam mengungkapkan diri (Maghfiroh & Muhammad, 2024).

Pada penelitian ini, variabel *self-disclosure* terdiri dari 10 aitem. Sementara itu, reliabilitas alpha variabel *self-disclosure* sebesar 0,895 tergolong tinggi yang berarti aitem-aitem dalam *self-disclosure* konsisten dan stabil untuk mengukur variabel ini. Pada pengukuran validitas menggunakan uji daya beda, misalnya pada aitem SD1 “Saya sering mengungkapkan hal-hal pribadi tentang diri saya di *second account* tanpa ragu-ragu.” memiliki daya beda sebesar 0,769 yang tergolong sangat baik karena $>0,3$. Oleh sebab itu aitem ini dapat dipertahankan. Sedangkan pada aitem SD-7 “Secara keseluruhan, hal-hal yang saya bagikan tentang diri saya di *second account* lebih banyak bernada negatif daripada positif” memiliki daya beda 0,233 tergolong tidak valid karena $<0,3$. Sehingga aitem ini perlu diperbaiki agar mendapatkan aitem yang sangat baik dan dapat menghasilkan skor yang valid

Hasil



Gambar 1. Hasil Kategorisasi Self Disclosure

Responden pada penelitian melibatkan 101 mahasiswi yang mengisi kuesioner terkait self-disclosure dan big Five personality. dari hasil data yang diperoleh di temukan hasil bahwa 55,4% mahasiswi memiliki *self disclosure* sedang, 35,6% memiliki self-disclosure tinggi dan sisanya 8,9% mahasiswi memiliki tingkat keterbukaan diri yang rendah. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswi cenderung melakukan self-disclosure yang sedang meskipun dalam konteks *second account* Instagram, itu artinya mereka tetap membatasi informasi yang di sebarkan sekalipun dalam konteks *second account* yang sering di anggap sebagai ruang yang lebih bebas berekspresi. Untuk melihat lebih lanjut bagaimana tingkat self-disclosure pada *second account* Instagram ini berkaitan dengan trait kepribadian Big Five, maka dilakukan analisis korelasi antar variabel yang disajikan pada Tabel 2 berikut

Tabel 1. Korelasi antar variabel

No	Variabel	Mean	SD	1	2	3	4	5	6
1.	<i>Self disclosure</i>	3,50	1,18	1	0,359	0,335	0,220	0,363	0,348
2.	Extraversion	3,39	1,011	0,359	1	0,597	0,468	0,488	0,076
3.	Agreeableness	3,77	0,975	0,335	0,597	1	0,575	0,493	0,182
4.	Conscientiousness	3,88	0,929	0,220	0,468	0,575	1	0,536	0,162
5.	Openness	3,67	0,984	0,363	0,488	0,493	0,536	1	0,78
6.	Neuroticism	3,55	1,088	0,348	0,076	0,182	0,162	0,078	1

Dari tabel tersebut diketahui bahwa secara keseluruhan terdapat hubungan yang positif antara *self-disclosure* dengan trait *Big Five Personality*. Dimana skor tertinggi dimiliki oleh tipe kepribadian *conscientiousness*, *neuroticism* dan *openness*, sedangkan skor terendah yaitu *extraversion* dengan nilai 3,39 yang artinya sebagian responden cenderung tidak terlalu aktif dalam bersosialisasi. Sedangkan untuk *self-disclosure* (3,50) yang berada pada kategori sedang menunjukkan bahwa responden cenderung cukup terbuka dalam mengungkapkan informasi tentang dirinya, namun masih menyimpan beberapa aspek pribadi yang tidak sepenuhnya dibagikan kepada orang lain.

Kemudian hasil uji reliabilitas yang diperoleh melalui Cronbach's Alpha, yang mana jika semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha (mendekati 1), semakin reliabel instrumennya. Sehingga didapatkan bahwa Semua variabel pada item big-five personality pada penelitian ini termasuk kategori reliabel karena nilainya di atas 0,7, kecuali Openness yang tergolong dalam kategori cukup baik (0,553), hal ini disebabkan terdapat 1 item yang memiliki korelasi item-total di bawah 0,3, yaitu item O3 "Saya pintar dalam seni, musik maupun sastra", sehingga hal tersebut membuat nilai Cronbach alpha kurang dari 0,7. Pada instrumen self-disclosure yang terdiri dari 10 item, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,891 yang menunjukkan reliabilitas sangat baik. Hasil ini sudah dinilai cukup baik karna >0,7, namun dari hasil uji Reliability SPSS ditemukan 1 item yang nilainya

kurang dari 0,3 yaitu item SD7 “Secara keseluruhan, hal-hal yang saya bagikan tentang diri saya di *second account* lebih banyak bernada negatif daripada positif”

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada korelasi antara variabel *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *openness to experience* dan *neuroticism* menunjukkan nilai $p < 0,05$, yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikan antara keempat dimensi kepribadian tersebut dengan *self-disclosure* mahasiswa di *second account* Instagram. Nilai koefisien korelasi tertinggi diperoleh pada dimensi *openness to experience* ($r=0.363$, $p=0.000$), diikuti oleh *extraversion* ($r=0.359$, $p=0.000$), *neuroticism* ($r=0.348$, $p=0.000$), *agreeableness* ($r = 0.335$, $p=0.001$), dan nilai korelasi terendah dimiliki oleh *conscientiousness* ($r= 0.220$, $p= 0.028$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel big five sama-sama memiliki hubungan yang signifikan dengan *self-disclosure*.

Tabel 2. Analisis Regresi Linier antar Variabel

Prediktor	B	t	p
Openness	0.832	2.297	0.024
Extraversion	0.599	1.852	0.067
Agreeableness	0.259	0.800	0.426
Neuroticism	0.726	3.542	0.001
Conscientiousness	-0.326	-1.047	0.298

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh bahwa dua variabel yaitu *openness* ($p=0.024$) dan *neuroticism* ($p=0.001$) memiliki pengaruh signifikan terhadap *self-disclosure*. Sementara itu, *extraversion* ($p=0.067$), *agreeableness* ($p = 0.426$), dan *conscientiousness* ($p = 0.298$) tidak berpengaruh signifikan terhadap *self-disclosure*. Nilai koefisien B yang positif pada variabel *openness* dan *neuroticism* menunjukkan bahwa semakin tinggi keterbukaan terhadap pengalaman baru serta sensitivitas emosional yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk membuka diri. Sementara itu, variabel *extraversion* dan *agreeableness* juga memiliki nilai koefisien yang positif, namun tidak mencapai batas signifikansi (<0.05), sehingga keduanya tidak dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan. Sebaliknya, nilai negatif pada *conscientiousness* mengindikasikan bahwa individu yang sangat berhati-hati dan terorganisir cenderung lebih menahan diri dalam mengungkapkan hal-hal pribadi, walaupun pengaruhnya juga tidak signifikan.

pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh terhadap *self-disclosure*, namun tidak semua dimensi dalam *Big Five Personality* memberikan kontribusi yang signifikan. Dimensi yang berpengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri di *second account* Instagram yaitu *neuroticism* dan *openness to experience*. Individu dengan tingkat neurotisme yang tinggi lebih sering mengungkapkan isi pikiran dan perasaannya, terutama ketika mereka mengalami tekanan emosional. Pengungkapan diri yang

dilakukan biasanya berupa regulasi emosi, berbagi keresahan, mencari dukungan, atau pelampiasan dari tekanan psikologis, sehingga *second account* menjadi ruang yang dianggap aman untuk mengekspresikan beban emosional tanpa tekanan sosial seperti pada akun utama. Sementara itu, *openness to experience* memiliki keterbukaan pengalaman tinggi lebih fleksibel, ekspresif, dan nyaman berbagi pengalaman pribadi. Mereka cenderung menikmati proses mengekspresikan diri, mengeksplorasi pemikiran baru, serta membagikan pandangan atau refleksi personal. Kedua kepribadian ini, melihat *second account* sebagai ruang aman untuk mengekspresikan diri meskipun dengan cara yang berbeda. Sedangkan, kepribadian lainnya seperti *extraversion*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* tidak menunjukkan pengaruh signifikan, yang berarti keterampilan bersosialisasi, keramahan, dan kontrol diri tidak secara langsung mendorong seseorang untuk membuka diri secara personal di akun kedua.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti menemukan hasil yang berbeda diantaranya penelitian Chen dkk. (2016) menekankan bahwa *extraversion* berhubungan dengan *self-disclosure*. Namun dalam konteks *second account*, hasil penelitian justru tidak relevan, karena aktivitas berbagi dan keterbukaan diri seseorang di akun kedua bersifat privat, bukan publik. Aurelia dkk. (2023) dan Muflih (2024) menemukan bahwa sebagian besar dimensi Big Five berkaitan positif dengan keterbukaan diri, tetapi *neuroticism* cenderung rendah pengaruhnya. Berbeda dengan penelitian ini yang menemukan bahwa *neuroticism* menunjukkan pengaruh yang tinggi dalam keterbukaan diri. Hal ini dapat terjadi karena *second account* menyediakan ruang aman untuk meluapkan emosi, yang tidak ditemukan pada akun utama. Saleh dkk. (2024) menyatakan hanya *agreeableness* yang berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *agreeableness* tidak selalu menentukan keterbukaan diri, terutama ketika konteksnya bukan menjaga harmoni sosial, tetapi mengungkapkan diri secara jujur. Sementara itu, Alwahaishi dkk. (2024) menemukan tidak ada perbedaan signifikan antar kepribadian dalam *self-disclosure*, tetapi rata-rata *openness* tetap lebih tinggi, yang selaras dengan temuan penelitian ini. Pada konteks *second account*, kepribadian yang mendorong keterbukaan diri yaitu untuk berekspresi secara emosional (*neuroticism*) dan mengeksplorasi diri (*openness*) memiliki pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan kepribadian sosial seperti *extraversion* dan *agreeableness*.

Peneliti memprediksi bahwa pengguna *second account* dengan *neuroticism* tinggi akan lebih aktif membuat postingan curahan hati, namun intensitasnya bisa meningkat seiring tekanan emosi. Keterbukaan diri pada individu dengan *neuroticism* tinggi bukan muncul dari rasa percaya diri, melainkan dari kebutuhan untuk melepaskan ketegangan psikologis dan mencari validasi emosional. Hal ini berpotensi menimbulkan ketergantungan emosional, *oversharing* serta kerentanan terhadap manipulasi sosial. Jika tidak dikelola dengan baik, individu dengan kepribadian *neuroticism* dapat memiliki hubungan sosial virtual tidak stabil. Ketika diberi ruang dukungan yang sehat, maka keterbukaan diri ini dapat menjadi *coping mechanism* yang membantu pengaturan emosi individu tersebut. Sedangkan, pengguna dengan kepribadian *openness to experience* yang tinggi akan menggunakan *second account* sebagai ruang eksplorasi diri untuk mencoba berbagai gaya penyampaian pesan, menulis refleksi diri, atau membagikan pandangan hidup. Individu yang terbuka terhadap pengalaman akan lebih mudah beradaptasi dan nyaman berbagi cerita.

Berdasarkan hasil penelitian, *self-disclosure* pada pengguna *second account* adalah hal yang wajar selama dilakukan dengan kesadaran diri dan kontrol diri yang penuh. Bagi individu dengan tingkat *neuroticism* tinggi, peneliti menyarankan untuk mengelola emosi terlebih dahulu sebelum melakukan unggahan di media sosial. Ketika berada dalam kondisi emosional yang tidak stabil, sebaiknya menyalurkan perasaan melalui catatan pribadi atau menyimpannya dalam bentuk draf, kemudian memutuskan untuk memublikasikan ketika keadaan emosional telah lebih stabil agar terhindar dari penyesalan akibat curahan perasaan yang berlebihan. Sementara itu, individu dengan tingkat *openness* yang tinggi dapat menyalurkan kebutuhan ekspresifnya melalui media yang lebih aman seperti menulis jurnal pribadi, diary ataupun diskusi dalam ruang yang terbatas, tanpa harus membagikan informasi pribadi secara terbuka di media sosial. Selain itu, penting bagi individu untuk memahami batas privasi digital, karena persepsi “rasa aman” di *second account* tidak selalu menjamin kerahasiaan informasi. Pengguna *second account* perlu meninjau ulang daftar pengikut serta membatasi unggahan yang berkaitan dengan hubungan personal, pengalaman traumatis, maupun data sensitif lainnya, sebab segala bentuk unggahan yang dibagikan di lingkup online memiliki potensi untuk tersebar luas. Oleh sebab itu, *self-disclosure* di *second account* tetap dapat menjadi sarana ekspresi diri yang sehat apabila dilakukan dengan pengendalian emosi, kesadaran akan batas privasi, dan pertimbangan yang matang, sehingga keterbukaan diri tetap memberikan kenyamanan tanpa menimbulkan dampak negatif bagi individu tersebut.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian memiliki peran dalam *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram, namun tidak semua dimensi Big Five berkontribusi secara signifikan. Pada penelitian ini, hanya *neuroticism* dan *openness to experience* yang terbukti berpengaruh dengan tingkat keterbukaan diri. Individu dengan *neuroticism* tinggi cenderung lebih sering mengungkapkan isi pikiran dan perasaannya sebagai bentuk pelampiasan atau regulasi emosi, sedangkan individu dengan *openness* lebih nyaman mengekspresikan pengalaman dan refleksi pribadi. Sementara itu, *extraversion*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* tidak menunjukkan kontribusi yang berarti, sehingga keterbukaan diri di *second account* lebih banyak terkait dengan kebutuhan emosional dan eksplorasi diri dibandingkan kemampuan bersosialisasi atau kontrol diri. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup yang hanya berfokus pada penggunaan *second account* Instagram. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas konteks dengan mengkaji platform lain atau membandingkan perilaku pada akun utama dan *second account* untuk melihat perbedaan pola *self-disclosure* secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

Aji, W., Putra, S., Kasyfillah, M. H., & Aulia, N. R. (2025). Self-disclosure dan Dukungan Sosial Sebagai Prediktor Kesejahteraan Subjektif pada Anggota GERKATIN di Surabaya. 3(2), 245–257. DOI 10.28926/pyschoaksara.v3i2.2068. (n.d.).

- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). Social penetration: The development of interpersonal relationships. In *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Holt, Rinehart & Winston.
- Alwahaishi, S., & Al-ahmadi, M. S. (2024). *Self-Disclosure on Social Media: Do Personality Traits Matter?* <https://doi.org/10.1177/21582440241255754>
- Aurelia, A., Tamara, P., Hamid, H., & Penulis, E. (2023). HUBUNGAN ANTARA FAKTOR KEPERIBADIAN BIG FIVE DENGAN SELF DISCLOSURE PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM Relationship Between Big Five Personality Factors and Self Disclosure In Adolescent Users Of Instagram. *Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar*, 6(1), 6–12.
- Chen, X., Pan, Y., & Guo, B. (2016). The influence of personality traits and social networks on the self-disclosure behavior of social network site users. *Internet Research*, 26(3), 566–586. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2014-0145>
- Costa, P. T. J., & McCrae, R. R. (1995). Domains and Facets: Hierarchical Personality Assessment Using the Revised NEO Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, 64(1), 21–50. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6401_2
- Iloen, A. S. N., & Kusumiati, R. Y. E. (2024). Social Media Dynamics: Interpersonal Trust and Self-Disclosure on Instagram Second Accounts. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Terapan*, 8(2), 270. <https://doi.org/10.30598/jbkt.v8i2.2015>
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives*.
- John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In *Handbook of Personality: Theory and Research* (pp. 114–158). Guilford Press.
- Leung, A. (2002). *The Revised Self-Disclosure Scale (RSDS): A Measure of Disclosure in the Digital Age*.
- Maghfiroh, L. N., & Muhammad, A. H. (2024). The Relationship Between Self-Disclosure and Anonymity in Online Social Media Users. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 12(1).
- Mas, J. K. H., Kav, M., & Indonesia, J. (2022). *Jurnal Pewarta Indonesia*. 4(2), 212–222.
- Muflih, A., Zainuddin, K., & Piara, M. (2024). Influence of Big Five Personality Traits on Self-Disclosure in Early Adulthood Instagram Social Media Users. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(2), 199–207. <https://doi.org/10.35877/soshum2517>
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan budaya dari skala kepribadian Big Five. *Jurnal Psikologi*, 39(2), 189–205.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wheless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. In *Human Communication Research* (Vol. 2, Issue 4, pp. 338–346). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1976.tb00494.x>