

## **PENGARUH INTERPERSONAL TRUST TERHADAP SELF-DISCLOSURE PADA DEWASA AWAL PENGGUNA SECOND ACCOUNT INSTAGRAM**

**Jihan Soraya Banun<sup>1</sup>, Rahmah Hastuti<sup>2\*</sup>**

Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta<sup>1,2\*</sup>

e-mail: [jihan.705220441@stu.untar.ac.id](mailto:jihan.705220441@stu.untar.ac.id), [rahmabh@fpsi.untar.ac.id](mailto:rahmabh@fpsi.untar.ac.id)

Diterima: 22/6/2025; Direvisi: 8/1/2026; Diterbitkan: 15/1/2026

### **ABSTRAK**

Fenomena penggunaan *second account* Instagram di kalangan dewasa awal menawarkan ruang ekspresi yang lebih privat dan otentik dibandingkan akun utama, yang sering kali memicu perilaku pengungkapan diri (*self-disclosure*). Penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengaruh *interpersonal trust* terhadap intensitas *self-disclosure* pada pengguna akun kedua tersebut. Melalui pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana, data dikumpulkan secara daring dari 415 partisipan dewasa awal menggunakan Skala *Interpersonal Trust* dan *Revised Self-Disclosure Scale* (RSDS). Temuan penelitian menunjukkan bahwa *interpersonal trust* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *self-disclosure*, dengan kontribusi pengaruh sebesar 4% ( $R^2 = 0,040\$$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan individu terhadap orang lain, semakin besar pula dorongan mereka untuk membuka diri di akun kedua. Disimpulkan bahwa meskipun *interpersonal trust* bukan satu-satunya determinan utama karena mayoritas variansi dipengaruhi faktor eksternal lain, variabel ini tetap memegang peran krusial dalam memfasilitasi keberanian individu untuk berbagi informasi pribadi dan emosional di lingkungan digital yang lebih terkontrol.

**Kata Kunci:** *kepercayaan antarpersonal, pengungkapan diri, dewasa awal, akun kedua, Instagram*

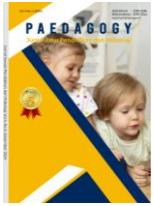
### **ABSTRACT**

The phenomenon of using a second Instagram account among young adults offers a more private and authentic space for expression than a primary account, which often triggers self-disclosure behavior. This study focuses on analyzing the influence of interpersonal trust on the intensity of self-disclosure among users of these second accounts. Through a quantitative approach with a simple linear regression method, data was collected online from 415 young adult participants using the Interpersonal Trust Scale and the Revised Self-Disclosure Scale (RSDS). The research findings indicate that interpersonal trust has a significant positive influence on self-disclosure, with a contribution of 4% ( $R^2 = 0.040$ ). This indicates that the higher an individual's level of trust in others, the greater their motivation to disclose themselves on the second account. It is concluded that although interpersonal trust is not the sole main determinant because the majority of the variance is influenced by other external factors, this variable still plays a crucial role in facilitating individuals' courage to share personal and emotional information in a more controlled digital environment.

**Keywords:** *interpersonal trust, self-disclosure, early adulthood, second account, Instagram*

### **PENDAHULUAN**

Media sosial telah bertransformasi menjadi salah satu bentuk perkembangan teknologi yang paling fundamental dalam memengaruhi bagaimana individu mendapatkan informasi

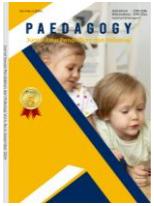


terkini dan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya secara luas (Zanah & Rahardjo, 2020). Dalam ekosistem digital saat ini, media sosial digunakan secara intensif oleh individu untuk menjalin interaksi, memfasilitasi komunikasi jarak jauh, serta membagikan berbagai jenis informasi secara *real-time* kepada khalayak (Noventa et al., 2023). Fenomena penetrasi digital ini tergambar jelas dalam laporan data statistik terbaru yang dirilis oleh We Are Social (2025), yang mencatat bahwa jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia telah mencapai angka yang sangat signifikan, yakni setara dengan 50,2% dari keseluruhan total populasi negara atau sekitar 143 juta jiwa. Dari sekian banyak *platform* yang tersedia di pasar digital, salah satu aplikasi yang mendominasi dan paling banyak digunakan dengan basis pengguna mencapai 103 juta orang pada awal tahun 2025 adalah Instagram. Dominasi ini menunjukkan betapa integralnya aplikasi tersebut dalam kehidupan masyarakat modern Indonesia saat ini.

Instagram merupakan *platform* visual yang secara khusus sangat diminati oleh segmen pengguna muda, yang terlihat dari demografi penggunanya yang cukup spesifik. Data menunjukkan bahwa terdapat 24,8% pengguna perempuan yang berada dalam rentang usia 16-24 tahun serta 20,8% yang berusia 25-34 tahun aktif menggunakan aplikasi ini (Nurfatoni, 2025). Sementara itu, pada kategori pengguna laki-laki, persentase penggunaan tercatat sedikit lebih tinggi dibandingkan perempuan pada kelompok umur yang sama, yaitu mencapai 26,6% pada rentang usia 16-24 tahun dan 18,4% pada kelompok usia 25-34 tahun. Rentang usia tersebut sebagian besar masuk dalam kategori fase perkembangan dewasa awal. Hal ini sejalan dengan teori perkembangan psikologi yang dikemukakan oleh Papalia dan Martorell (2014), yang mendefinisikan bahwa individu yang berada pada rentang usia 20 hingga 40 tahun dikategorikan sebagai masa *young adulthood* atau dewasa awal. Masa ini merupakan fase krusial di mana individu mulai memantapkan identitas diri dan pola hubungan sosial mereka melalui sarana teknologi.

Bagi individu yang berada pada fase dewasa awal, media sosial bukan hanya sekadar alat komunikasi, melainkan menjadi ruang vital untuk mengekspresikan diri sekaligus membangun dan memperluas jaringan sosial mereka secara global (Afrilia et al., 2025). Dalam praktik penggunaan media sosial seperti Instagram, terdapat fitur-fitur yang secara khusus mendukung fleksibilitas pengguna dalam mengelola identitas digital mereka, salah satunya adalah kemampuan membuat akun tambahan dalam satu perangkat yang umum dikenal dengan istilah *second account* atau akun kedua. Pada fenomena penggunaan *second account*, terdapat karakteristik unik tertentu yang membedakannya dari akun utama, seperti kecenderungan akun yang rata-rata dikunci (*private*) dan penggunaan nama akun samaran yang tidak mencerminkan identitas asli pengguna (Anggraeny et al., 2024). Berbeda secara kontras dengan akun utama yang cenderung digunakan untuk memperlihatkan citra diri ideal atau pencitraan, *second account* digunakan penggunanya sebagai wadah aman untuk membagikan sesuatu yang bersifat jauh lebih personal, jujur, dan apa adanya (Arwa, 2021).

Fenomena penggunaan *second account* di kalangan dewasa awal ini kerap kali dikaitkan erat dengan perilaku *self-disclosure* atau pengungkapan diri. Secara teoretis, *self-disclosure* dipahami sebagai bentuk pesan verbal maupun non-verbal mengenai diri sendiri yang disampaikan secara sengaja kepada individu lain (Wheless & Grotz, 1976). Perilaku ini dapat dilakukan saat terjadi komunikasi tatap muka, interaksi langsung, maupun interaksi tidak langsung melalui perantara internet dan media sosial. Menurut pandangan Mu'alifah dan Sumardijjati (2023), pada ranah media sosial, perilaku *self-disclosure* ini umum dilakukan dengan cara membagikan berbagai informasi mengenai apa yang sedang dirasakan, dialami, dan dipikirkan oleh individu pada saat itu. Melalui media *second account*, pengguna cenderung

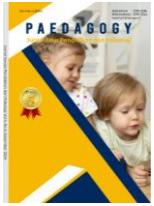


merasa lebih leluasa dan bebas dalam mengekspresikan sisi otentik diri mereka tanpa harus memikirkan beban persepsi atau penilaian orang lain. Hal ini dikarenakan para pengikut atau *followers* pada *second account* umumnya berisi orang-orang terdekat atau *inner circle* yang telah dipercaya sepenuhnya oleh pemilik akun (Maharani et al., 2025).

Keleluasaan dalam berekspresi tersebut tidak lepas dari faktor psikologis yang melandasinya. Adanya *trust* atau kepercayaan dapat memengaruhi secara signifikan terhadap sejauh mana individu bersedia dalam melakukan *self-disclosure* kepada orang lain (Syah & Ningsih, 2025). Individu yang memiliki tingkat *trust* yang tinggi dan berada dalam kondisi *acceptance* (penerimaan) cenderung dapat mengungkapkan pemikiran, ide, kesimpulan, dan perasaan mereka secara terbuka, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya sikap asertif yang berperan krusial dalam terjadinya proses *self-disclosure* (Arwa, 2021). Dalam konteks hubungan antarindividu yang lebih spesifik, bentuk kepercayaan ini dikenal secara akademis sebagai *interpersonal trust* atau kepercayaan interpersonal (Widiasmita & Muhammad, 2022). Berdasarkan definisi Rotenberg (2010), *interpersonal trust* dapat diartikan sebagai harapan positif terhadap kemampuan pihak lain untuk bersikap dapat dipercaya dan menjaga kejujuran dalam setiap ucapan, janji, maupun pernyataan baik secara lisan maupun tertulis. *Interpersonal trust* inilah yang membuat individu merasa aman untuk mengungkapkan emosi, pandangan, dan kehidupannya tanpa takut terhadap penilaian buruk orang lain maupun risiko penyebaran informasi pribadi (Aulia & Dwatra, 2025).

Relevansi antara kedua variabel psikologis tersebut telah banyak dikaji dalam ranah akademik. Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang *interpersonal trust* dan *self-disclosure* secara konsisten menemukan adanya hubungan positif yang kuat di antara keduanya dalam berbagai konteks. Penelitian yang dilakukan oleh Arwa (2021) dengan subjek wanita dewasa awal yang aktif menggunakan *second account* Instagram memperlihatkan hasil signifikan mengenai hubungan positif antara kedua variabel tersebut. Sejalan dengan temuan itu, penelitian yang dilakukan oleh Maharani et al. (2025) terhadap 274 mahasiswa pengguna *second account* Instagram di wilayah Jember juga menemukan bukti empiris adanya hubungan positif yang serupa pada kedua variabel. Selanjutnya, penelitian lain oleh Firual dan Hariyadi (2022) yang berfokus pada generasi Z pengguna media sosial X (dahulu Twitter) juga menunjukkan bahwa *interpersonal trust* yang terjalin dalam *intimate friendship* berpengaruh nyata terhadap tingkat *self-disclosure*. Rangkaian temuan ini mengonfirmasi bahwa kepercayaan interpersonal menjadi pondasi utama bagi seseorang untuk membuka diri di ruang digital.

Meskipun sejumlah penelitian terdahulu sebagaimana dipaparkan di atas telah berhasil menunjukkan adanya hubungan positif yang konsisten, penelitian yang menggunakan pendekatan uji pengaruh atau kausalitas secara spesifik terhadap kedua variabel ini masih tergolong terbatas. Kebanyakan studi masih berkutat pada level korelasi tanpa melihat besaran dampak secara mendalam. Oleh karena itu, peneliti berupaya untuk mengisi celah tersebut dengan menguji pengaruh *interpersonal trust* terhadap *self-disclosure* dengan menetapkan hipotesis kerja bahwa *interpersonal trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-disclosure* pada kelompok individu dewasa awal pengguna *second account* Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru mengenai dinamika psikologis pengguna media sosial, khususnya mengenai bagaimana faktor kepercayaan memengaruhi perilaku pengungkapan diri di akun privat. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai urgensi untuk memperkaya literatur psikologi siber dan memberikan gambaran komprehensif mengenai interaksi sosial digital yang sehat dan berbasis kepercayaan di era modern.



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh kausalitas antarvariabel. Fokus utama studi adalah menganalisis dampak variabel independen *interpersonal trust* terhadap variabel dependen *self-disclosure* pada populasi spesifik. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 415 individu yang berada dalam rentang perkembangan dewasa awal dan merupakan pengguna aktif *second account* di platform Instagram. Prosedur pengumpulan data dilaksanakan secara daring (*online*) dengan memanfaatkan *Google Form* sebagai media distribusi kuesioner utama. Metode survei daring ini dipilih untuk memaksimalkan efisiensi waktu serta memperluas jangkauan aksesibilitas terhadap responden yang tersebar di berbagai lokasi geografis. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan memastikan partisipan memenuhi kriteria inklusi, yaitu individu yang secara aktif mengelola akun kedua untuk tujuan ekspresi diri yang berbeda dari akun utama. Data demografis dan respons substansial dikumpulkan dalam satu periode waktu untuk mendapatkan gambaran *cross-sectional* mengenai fenomena yang diteliti.

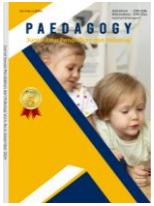
Instrumen pengukuran yang digunakan terdiri dari dua skala psikologis yang telah melalui proses adaptasi dan modifikasi agar relevan dengan konteks penelitian. Untuk mengukur variabel *self-disclosure*, peneliti menggunakan *Revised Self-Disclosure Scale* (RSDS) yang dikembangkan oleh Wheless (1978). Skala ini awalnya terdiri dari 31 butir pernyataan, namun setelah melalui proses validasi item, sebanyak 26 butir pernyataan dinyatakan valid dan digunakan dalam pengambilan data akhir. Sementara itu, variabel *interpersonal trust* diukur menggunakan skala yang disusun oleh Asmaini (2020) yang dikonstruksi berdasarkan landasan teoretis dari Rotenberg (2010). Dari total 24 butir pernyataan awal pada skala ini, hasil uji validitas menyisakan 10 butir pernyataan yang memenuhi kriteria psikometrik. Kedua instrumen ini dirancang untuk menangkap respons subjektif partisipan mengenai tingkat kepercayaan mereka terhadap orang lain serta intensitas keterbukaan diri yang dilakukan dalam lingkungan digital privat *second account*.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, seluruh data instrumen diuji reliabilitasnya untuk menjamin konsistensi internal pengukuran. Hasil analisis menunjukkan reliabilitas yang sangat memuaskan, dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,907 untuk skala *interpersonal trust* dan 0,891 untuk skala *self-disclosure*, yang mengindikasikan bahwa kedua alat ukur tersebut sangat andal. Teknik analisis data selanjutnya menggunakan regresi linear sederhana, sesuai dengan pedoman analisis kuantitatif untuk melihat pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Winarni et al., 2020). Analisis ini bertujuan untuk mengestimasi besaran koefisien regresi dan signifikansi pengaruh kepercayaan interpersonal terhadap perilaku pengungkapan diri. Proses komputasi statistik dilakukan tidak hanya untuk melihat hubungan, tetapi juga untuk menentukan seberapa besar persentase variansi perilaku *self-disclosure* yang dapat dijelaskan oleh faktor kepercayaan, sehingga kesimpulan penelitian didasarkan pada bukti empiris yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Penelitian ini melibatkan 415 partisipan yang telah memenuhi kriteria penelitian. Dari hasil uji, diperoleh nilai *r square* ( $r^2$ ) 0,040 menunjukkan variabel *interpersonal trust* hanya dapat menjelaskan 4% yang terjadi pada *self-disclosure* dan sisanya 96% oleh variabel yang tidak dijelaskan. Nilai *r square* ( $r^2$ ) 0,040 menunjukkan bahwa *interpersonal trust* berpengaruh



positif terhadap *self-disclosure* dewasa awal dalam *second account* Instagram. Berdasarkan tabel 1 hasil uji t menunjukkan nilai 4,159 dengan signifikansi  $< 0,001$  mengartikan *interpersonal trust* berpengaruh positif terhadap *self-disclosure*. Koefisien regresi (B) senilai 0,620 juga menandakan setiap peningkatan satu satuan skor *interpersonal trust* meningkatkan *self-disclosure* sebesar 0,620 satuan. Sehingga, hipotesis pada penelitian ini diterima. Semakin tinggi *interpersonal trust* pada dewasa awal semakin besar juga kecenderungan dalam melakukan *self-disclosure* pada *second account* Instagram.

**Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis**

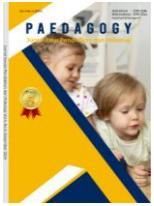
R square ( $r^2$ )	Uji t	p	Koefisien regresi (B)	Kesimpulan
0.040	4.159	$< 0.001$	0.620	Terdapat pengaruh positif

### Pembahasan

Analisis statistik terhadap data penelitian yang melibatkan 415 partisipan menunjukkan adanya dinamika psikologis yang menarik dalam penggunaan media sosial. Temuan utama menegaskan bahwa *interpersonal trust* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku *self-disclosure* pada individu dewasa awal yang menggunakan *second account* Instagram. Berdasarkan hasil uji regresi, diperoleh nilai koefisien (B) sebesar 0,620 yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada tingkat kepercayaan antarppribadi akan diikuti dengan peningkatan pengungkapan diri sebesar 0,620 satuan. Signifikansi statistik dengan nilai  $p < 0,001$  memberikan bukti kuat bahwa hubungan ini bukan terjadi secara kebetulan, melainkan merefleksikan pola perilaku yang nyata. Meskipun demikian, nilai determinasi ( $R^2$ ) yang ditemukan sebesar 0,040 menunjukkan bahwa variabel *interpersonal trust* hanya mampu menjelaskan 4% dari variasi yang terjadi pada *self-disclosure*. Hal ini menyiratkan bahwa meskipun kepercayaan adalah elemen fundamental yang memicu seseorang untuk membuka diri, kontribusinya relatif kecil jika dibandingkan dengan kompleksitas faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini, namun tetap memegang peranan krusial dalam keputusan individu untuk berbagi informasi pribadi di ruang digital.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dan memperkuat konsistensi literatur psikologi siber yang ada sebelumnya. Arah hubungan positif yang ditemukan mendukung hasil studi dari Arwa (2021), yang juga mengidentifikasi adanya korelasi positif meski lemah antara *interpersonal trust* dan *self-disclosure* pada wanita dewasa awal pengguna *second account* Instagram. Fenomena ini menunjukkan bahwa platform akun kedua sering kali difungsikan sebagai ruang aman (*safe space*) di mana individu merasa lebih leluasa mengekspresikan diri, asalkan terdapat landasan kepercayaan terhadap pengikut mereka. Selain itu, hasil ini juga beresonansi dengan temuan Aulia dan Dwatra (2025) yang meneliti demografi generasi Z, di mana mereka menemukan pengaruh positif sebesar 10,9%. Meskipun terdapat perbedaan besaran persentase pengaruh antarpenelitian, benang merah yang dapat ditarik adalah bahwa keberadaan rasa percaya kepada orang lain merupakan prasyarat psikologis yang mendorong individu untuk mengurangi batasan privasi mereka dan melakukan pengungkapan diri yang lebih intim di media sosial, khususnya pada akun-akun yang bersifat privat atau terbatas.

Lebih jauh lagi, relevansi hasil penelitian ini juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh Maharani et al. (2025) pada kelompok mahasiswa di Jember, yang menemukan pola hubungan serupa antara kedua variabel tersebut. Kesamaan temuan di berbagai latar belakang demografis ini menegaskan bahwa mekanisme *interpersonal trust* bekerja secara universal dalam memfasilitasi keterbukaan diri di dunia maya. Selain itu, temuan ini juga memiliki

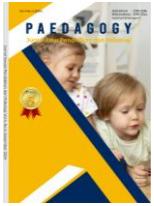


keterkaitan teoretis dengan penelitian Asmaini (2020) yang menghubungkan *interpersonal trust* dengan keintiman persahabatan (*intimacy of friendship*) pada remaja. Hal ini mengindikasikan bahwa *self-disclosure* di *second account* bukan sekadar aktivitas penyebaran informasi, melainkan upaya memelihara kualitas hubungan sosial dan kedekatan emosional. Kepercayaan menjadi jembatan yang memungkinkan individu merasa aman untuk menunjukkan sisi otentik mereka yang mungkin disembunyikan di akun utama (*main account*), sehingga interaksi yang terjadi di dalam *second account* cenderung lebih bermakna dan didasari oleh ikatan emosional yang lebih kuat dibandingkan interaksi permukaan di akun publik.

Meskipun arah hubungan yang ditemukan konsisten dengan penelitian terdahulu, besaran pengaruh yang hanya mencapai 4% menuntut analisis lebih mendalam mengenai faktor eksternal lainnya. Sisa pengaruh sebesar 96% yang dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* adalah fenomena multidimensional yang sangat kompleks. Ada kemungkinan bahwa dalam konteks *second account* Instagram, fitur teknis seperti "Close Friends" atau pengaturan privasi yang ketat telah memitigasi kebutuhan akan *interpersonal trust* yang tinggi secara personal. Pengguna mungkin merasa aman bukan karena mereka sepenuhnya percaya pada setiap individu pengikutnya, melainkan karena mereka percaya pada kontrol teknis yang mereka miliki atas audiens mereka. Selain itu, faktor-faktor internal seperti kebutuhan akan validasi, kondisi emosional sesaat (*mood*), tipe kepribadian (seperti ekstrovert atau narsisme), serta motif penggunaan media sosial (misalnya untuk katarsis atau dokumentasi diri) kemungkinan besar memiliki kontribusi yang lebih dominan dalam mendorong seseorang untuk melakukan pengungkapan diri dibandingkan sekadar rasa percaya kepada orang lain.

Variasi karakteristik demografis dari 415 partisipan yang mencakup perbedaan usia, domisili, dan tingkat pendidikan juga diduga turut berkontribusi terhadap rendahnya nilai determinasi yang diperoleh. Perbedaan latar belakang ini menciptakan heterogenitas dalam cara individu memaknai kepercayaan dan privasi di ranah digital. Individu dengan tingkat pendidikan atau literasi digital yang berbeda mungkin memiliki standar yang berbeda pula dalam menilai siapa yang layak dipercaya untuk melihat konten *second account* mereka. Selain itu, budaya lokal dan norma sosial di tempat domisili partisipan dapat memengaruhi seberapa terbuka mereka di media sosial, terlepas dari tingkat kepercayaan yang mereka miliki. Kompleksitas interaksi antara faktor demografis dan psikologis ini menyiratkan bahwa *interpersonal trust* tidak bekerja dalam ruang hampa, melainkan berinteraksi dengan pengalaman sosial dan konteks situasional pengguna. Oleh karena itu, generalisasi mengenai perilaku pengguna *second account* harus dilakukan dengan hati-hati dengan mempertimbangkan keragaman profil penggunanya yang sangat luas.

Keterbatasan utama dalam penelitian ini terletak pada fokus tunggal terhadap variabel *interpersonal trust*, yang menyebabkan ketidakmampuan model untuk menangkap gambaran utuh dari pemicu *self-disclosure*. Tidak dilibatkannya variabel potensial lain seperti kecemasan sosial, persepsi privasi, atau kualitas persahabatan membatasi daya jelaskan penelitian ini. Selain itu, instrumen survei mandiri (*self-report*) yang digunakan mungkin bias oleh persepsi subjektif partisipan mengenai seberapa terbuka mereka sebenarnya, yang belum tentu mencerminkan perilaku aktual mereka di media sosial. Perilaku *self-disclosure* pada *second account* yang sifatnya sangat personal dan terkadang impulsif mungkin sulit diukur sepenuhnya hanya dengan skala psikologis standar. Implikasi dari penelitian ini menyarankan agar studi mendatang mengadopsi pendekatan multivariat dengan memasukkan faktor mediator atau moderator lain untuk meningkatkan akurasi prediksi. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa



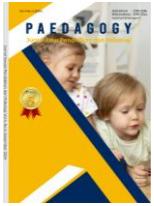
meskipun *interpersonal trust* adalah fondasi penting, ia hanyalah satu kepingan kecil dari teka-teki besar perilaku manusia di era digital.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *interpersonal trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna *second account* Instagram. Koefisien determinasi yang diperoleh ( $R^2 = 0,04$ ) mengindikasikan variabel *interpersonal trust* hanya memiliki pengaruh sebesar 4% terhadap variasi *self-disclosure*, sementara 96% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Arah pengaruh positif menunjukkan peningkatan skor *interpersonal trust* pada partisipan diikuti oleh peningkatan kecenderungan untuk melakukan *self-disclosure* yaitu mengungkapkan perasaan, pikiran, dan pengalaman pribadi pada *second account* Instagram. Temuan penelitian ini menunjukkan meskipun pengaruh hanya 4%, *interpersonal trust* tetap menjadi faktor yang berperan dalam *self-disclosure* pada konteks penggunaan *second account* Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, D., Nasution, F., Lase, P. N., Zatayumni, S. I., Muniroh, Z. Z., & Rizekuna. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Harga Diri Individu Dewasa Awal. *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 87–93. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i1.691>
- Anggraeny, N., Bahfiarti, T., & Farid, M. (2024). Analisis Motif Penggunaan Second Account Instagram pada Generasi Z di Kota Makassar. *Warta ISKI*, 7(2), 160–165. <https://doi.org/10.25008/wartaksi.v7i2.302>
- Arwa. (2021). *Hubungan antara interpersonal trust dengan self disclosure pengguna second account media sosial Instagram pada wanita dewasa awal* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/33677>
- Asmaini, G. (2020). *Hubungan antara kepercayaan interpersonal dengan intimacy of friendship pada remaja (Studi pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <https://repository.uin-suska.ac.id/27765/>
- Aulia, Z., & Dwatra, F. D. (2025). Kontribusi Interpersonal Trust dan Intimate Friendship terhadap Self Disclosure Generasi Z Pengguna Second Account Instagram. *TSAQOFAH*, 5(3), 2185–2202. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i3.5722>
- Firual, A. R., & Hariyadi, S. (2022). Pengaruh Interpersonal Trust dan Intimate Friendship Terhadap Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Twitter. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 11(1), 44–52. <https://doi.org/10.15294/sip.v11i1.61552>
- Maharani, F. D., Wibowo, D. S., & Widyarini, N. (2025). Self Disclosure of College Students who use Instagram Second Account Based on Interpersonal Trust. *Psikologia : Jurnal Psikologi*, 10(1), 111–119. <https://doi.org/10.21070/psikologia.v10i1.1848>
- Mu'alifah, A. I., & Sumardijjati. (2023). SELF DISCLOSURE PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER (Studi kualitatif self disclosure pada pengguna media sosial Twitter). *Jurnal Signal*, 11(1), 01. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.7510>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram BuddyKu sebagai sarana informasi terkini. *JKOMDIS Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>



- Nurfatoni, M. (2025). *Instagram Juara! Ini Media Sosial Favorit Dunia Tahun 2025 - TAGAR.CO*. Diakses pada 16 Juli 2025, dari <https://tagar.co/instagram-juara-ini-media-sosial-favorit-dunia-tahun-2025/>
- Papalia, D. E., & Martorell, G. (2014). *Experience Human Development* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Rotenberg, K. J. (Ed.). (2010). Interpersonal Trust during Childhood and Adolescence. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511750946>
- Syah, R. A., & Ningsih, Y. T. (2025). Hubungan Interpersonal Trust Terhadap Self Disclosure Pada Remaja di Bukittinggi. *Edu Sociata : Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 8(1), 171–177. <https://doi.org/10.33627/ES.V8I1.3180>
- We Are Social. (2025). *Digital 2025 - We Are Social Indonesia*. Diakses pada 13 Juli 2025, dari <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Wheless, L. R. (1978). A FOLLOW-UP STUDY OF THE RELATIONSHIPS AMONG TRUST, DISCLOSURE, AND INTERPERSONAL SOLIDARITY. *Human Communication Research*, 4(2), 143–157. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00604.x>
- Wheless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. *Human Communication Research*, 2(4), 338–346. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1976.tb00494.x>
- Widiasmita, N. N. F., & Muhammad, A. (2022). Pengaruh Interpersonal Trust Terhadap Self-Disclosure Narapidana Pada Petugas Pemasyarakatan di Lembaga Pemasyarakatan Kelas I Tangerang. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(4), 438–452. <https://doi.org/10.37329/GANAYA.V5I4.2783>
- Winarni, N. I. F., Hardiyanti, D., & Istiklaili, F. (2020). Pengaruh Penggunaan Gadget dalam Perkembangan Sosial Anak Usia Dini Kelompok A di TK AN NUR Semarang. *Sentra Cendekia*, 1(2), 43–51. <https://doi.org/10.31331/sc.v1i2.1295>
- Zanah, F. N., & Rahardjo, W. (2020). Peran kesepian dan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa. *Persona Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(2), 286–301. <https://doi.org/10.30996/PERSONA.V9I2.3386>