

**PENGUNGKAPAN DIRI PADA GENERASI Z MELALUI FITUR
CLOSEFRIEND DI SECOND ACCOUNT INSTAGRAM**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu Ilmu
Komunikasi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Andalas*

Oleh:

SHIFA ZAHIRA VIORY

NIM. 2010861016



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

**PENGUNGKAPAN DIRI PADA GENERASI Z MELALUI FITUR
CLOSEFRIEND DI SECOND ACCOUNT INSTAGRAM**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu Ilmu
Komunikasi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Andalas*

Oleh:

SHIFA ZAHIRA VIORY

NIM. 2010861016

Pembimbing:

Vitania Yulia, MA

Rinaldi, M.I.Kom



DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

ABSTRAK

PENGUNGKAPAN DIRI PADA GENERASI Z MELALUI FITUR *CLOSEFRIEND* DI *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM

Oleh:

Shifa Zahira Viory

2010861016

Pembimbing:

Vitania Yulia, M.A

Rinaldi, M.I.Kom

Fenomena digitalisasi komunikasi membawa pengaruh besar terhadap pola interaksi sosial generasi Z, khususnya dalam hal pengungkapan diri di media sosial. Instagram, sebagai salah satu platform populer, telah menghadirkan fitur-fitur yang secara signifikan memfasilitasi proses. *Second account* adalah akun Instagram tambahan yang bersifat pribadi dan biasanya hanya diakses oleh pengikut terpilih, digunakan untuk mengekspresikan sisi diri yang lebih autentik dan tidak terikat pada citra publik yang melekat di akun utama. Sementara itu, fitur *closefriend* adalah pengaturan eksklusif dalam Instagram *stories* yang memungkinkan pengguna memilih audiens terbatas untuk konten yang bersifat personal. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji motivasi, batasan, dan pengelolaan privasi melalui penggunaan fitur ini berdasarkan teori *Communication Privacy Management* (CPM). Dengan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur terhadap tujuh informan dari Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fitur ini dimotivasi oleh keinginan untuk mengontrol batasan privasi, seleksi audiens berdasarkan tingkatan yang telah ditentukan, dan kebutuhan untuk berekspresi secara emosional tanpa tekanan sosial. Fitur *closefriend* pada *second account* dipandang sebagai lapisan ganda dalam strategi perlindungan privasi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan informasi pribadi di media sosial dilakukan secara sadar dan reflektif, serta dipengaruhi oleh kedekatan relasi dan tingkat kepercayaan terhadap audiens. Studi ini menegaskan pentingnya pemahaman terhadap konstruksi ruang privat dalam konteks interaksi sosial digital.

Kata Kunci: Pengungkapan Diri, *Second Account*, Fitur *Closefriend*, Generasi Z

ABSTRACT

SELF-DISCLOSURE GENERATION Z THROUGH THE CLOSEFRIEND FEATURE ON INSTAGRAM'S SECOND ACCOUNT

By:

Shifa Zahira Viory

2010861016

Supervisor:

Vitania Yulia, M.A

Rinaldi, M.I.Kom

The phenomenon of communication digitalization has significantly influenced the social interaction patterns of Generation Z, particularly in terms of self-disclosure on social media. Instagram, as one of the most popular platforms, offers a range of features that greatly facilitate this process. A second account refers to an additional, private Instagram account typically accessed only by selected followers, and is used to express a more authentic side of the self, free from the curated public image often associated with the main account. Meanwhile, the closefriend feature is an exclusive Instagram Stories setting that allows users to select a limited audience for more personal content. This study aims to explore the motivations, boundaries, and privacy management strategies associated with the use of these features, grounded in the theoretical framework of Communication Privacy Management (CPM). Utilizing a qualitative method and a descriptive approach, data were collected through semi-structured interviews with seven Generation Z informants. The findings reveal that the use of these features is driven by a desire to regulate privacy boundaries, selectively filter audiences based on predefined levels of trust, and fulfill the emotional need for expression without social pressure. The close friend feature on second accounts is perceived as a dual-layered mechanism for safeguarding digital privacy. These findings suggest that the management of personal information on social media is carried out consciously and reflectively, shaped by relational closeness and varying degrees of audience trust. This study underscores the importance of understanding how private digital spaces are constructed and negotiated within the broader context of social interaction in the digital age.

Keywords: Self-Disclosure, Second Account, Closefriend Feature, Generation Z