

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN ONLINE SELF-DISCLOSURE PADA GENERASI Z PENGGUNA SECOND ACCOUNT INSTAGRAM

Amelia Nur Diana
210810154

ABSTRAK

Generasi Z sebagai digital natives memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, termasuk Instagram, yang berfungsi sebagai sarana *online self-disclosure*. Namun, tidak seluruh individu Generasi Z memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengungkapan diri, sehingga sebagian memilih untuk memendam permasalahan yang dialami. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi kesejahteraan mental dan emosional individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara harga diri dengan *online self-disclosure* pada Generasi Z pengguna *second account* Instagram. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara harga diri dengan *online self-disclosure*. Subjek penelitian ini berjumlah 110 individu Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan merupakan pengguna *second account* Instagram. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Online Self-Disclosure* dan Skala Harga Diri. Pada penelitian ini data tidak memenuhi asumsi normalitas berdasarkan uji Shapiro-Wilk dan visualisasi QQ-Plot, pengujian hipotesis yang semula direncanakan menggunakan korelasi Pearson Product Moment diganti dengan teknik nonparametrik Spearman (ρ) untuk menganalisis hubungan antara harga diri dan *online self-disclosure*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan *online self-disclosure* pada Generasi Z pengguna *second account* dengan koefisien korelasi Spearman's rho (ρ) sebesar 0,319 dengan p-value < 0,001.

Kata Kunci: *Online self-disclosure*; harga diri; generasi z pengguna *second account* Instagram

ABSTRACT

Generation Z, as digital natives, demonstrate high social media usage, particularly Instagram, which serves as a medium for online self-disclosure. However, not all individuals utilize social media for self-expression, and some tend to suppress the problems they experience, potentially affecting their mental and emotional well-being. This study aimed to examine the relationship between self-esteem and online self-disclosure among Generation Z users of second Instagram accounts. The hypothesis proposed a positive relationship between self-esteem and online self-disclosure. The participants consisted of 110 Generation Z individuals born between 1997 and 2012 who actively use second Instagram accounts. Data were collected using the Online Self-Disclosure Scale and the Self-Esteem Scale. As the data did not meet the assumption of normality based on the Shapiro-Wilk test and QQ-Plot visualization, hypothesis testing was conducted using Spearman's rho (ρ). The results revealed a significant positive relationship between self-esteem and online self-disclosure ($\rho = 0.319, p < 0.001$), indicating that higher self-esteem is associated with higher levels of online self-disclosure.

Keywords: *online self-disclosure; self-esteem; Generation Z second Instagram account users*

