

**PENGARUH *INTERPERSONAL TRUST* DAN *SOCIAL ANXIETY* TERHADAP
SELF DISCLOSURE PENGGUNA *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM PADA
GENERASI Z DI KOTA PADANG**

Raisya Haruni Widara¹, Rinaldi²

^{1,2,3}Departemen Psikologi/Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri
Padang

¹raisyaharuni6@gmail.com, ²naldipsi@fip.unp.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of interpersonal trust and social anxiety on self-disclosure among Generation Z users of Instagram second-account in Padang City. A quantitative approach with a correlational design was applied., involving 200 Generation Z respondents aged between 18 and 25 years who actively use Instagram second accounts.. Data were gathered using self-disclosure , interpersonal trust, and social anxiety scales and analyzed using multiple linear regression analysis. The indicate that interpersonal trust and social anxiety jointly exert a significant influence on self-disclosure ($F = 68.581$; $p < 0.001$), with an R Square value of 0.410, indicating that 41.0% of the variation in self-disclosure is accounted for by the two independent variables., while the remaining 59.0% is attributable to other factors beyond the research model. Partially, interpersonal trust has a positive and significant effect on self-disclosure ($\beta = 0.512$; $b = 0.212$; $p < 0.001$) with an effective contribution of 28.93%, while social anxiety also shows a significant effect on self-disclosure ($\beta = 0.307$; $b = 0.138$; $p < 0.001$) with an effective contribution of 12.10%. These findings indicate that interpersonal trust is the dominant factor in promoting self-disclosure, while social anxiety remains influential within the context of private digital spaces such as Instagram second accounts.

Keywords: *self-disclosure , interpersonal trust, social anxiety, second Instagram account, Generation Z.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh *interpersonal trust* dan *social anxiety* terhadap *self-disclosure* pada pengguna *second account* Instagram di kalangan para Generasi Z di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional serta melibatkan 200 responden Generasi Z dengan rentang usia 18–25 tahun yang aktif menggunakan *second account* Instagram. Data dikumpulkan menggunakan skala *self-disclosure*, *interpersonal trust*, dan *social anxiety*, kemudian analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa *interpersonal trust* dan *social anxiety* secara bersamaan berpengaruh signifikan atas *self-disclosure* ($F = 68,581$; $p < 0,001$) dengan nilai R Square = 0,410, yang menandakan kedua variabel tersebut menjelaskan 41,0% variasi *self-disclosure*, sedangkan 59,0% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Secara tunggal, *interpersonal trust* berpengaruh positif serta signifikan terhadap *self-disclosure* ($\beta = 0,512$; $b = 0,212$; $p < 0,001$) dengan sumbangan efektif sebesar 28,93%, sedangkan *social anxiety* juga berpengaruh signifikan terhadap *self-disclosure* (β

= 0,307; $b = 0,138$; $p < 0,001$) dengan sumbangan efektif sebesar 12,10%. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan interpersonal merupakan faktor dominan dalam mendorong keterbukaan diri, sementara *social anxiety* tetap berperan dalam konteks ruang digital yang bersifat privat seperti *second account* Instagram.

Kata Kunci: *self-disclosure*, *interpersonal trust*, *social anxiety*, *second account* Instagram, Generasi Z.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah memicu perubahan signifikan dalam pola interaksi, komunikasi, serta cara individu mengekspresikan diri. Kehadiran media sosial tidak hanya merevolusi komunikasi interpersonal, tetapi juga membentuk identitas sosial baru dalam ruang virtual. Platform seperti Instagram menjadi arena utama ketika pengguna menampilkan versi diri melalui foto, video, dan narasi visual (We Are Social & Data-Reportal, 2024). Perubahan ini tidak sekadar menunjukkan kemajuan teknologi, tetapi juga transformasi sosial yang menempatkan validasi sosial, popularitas, dan penerimaan sebagai bagian dari dinamika pembentukan identitas diri di ruang digital. Dalam konteks tersebut, *self-disclosure* menjadi semakin relevan karena individu memiliki kebutuhan untuk diakui, didengar, dan dipahami melalui interaksi daring.

Perilaku bermedia sosial tidak terjadi secara seragam pada setiap kelompok usia. Generasi sebagai kelompok individu yang lahir pada rentang waktu relatif sama dan mengalami konteks perkembangan yang serupa akan membentuk karakteristik sosial tertentu (Dewi et al., 2023), sehingga cara membangun relasi, menilai privasi, dan mengekspresikan diri dapat berbeda antar generasi (Bencsik et al., 2016). Generasi Z yaitu individu yang lahir pada rentang 1995-2010 merupakan kelompok yang paling intens menggunakan teknologi digital dan media sosial (Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Survei APJII menunjukkan Generasi Z aktif bermedia sosial setiap hari dengan durasi penggunaan yang tinggi (APJII, 2024). Di antara berbagai platform, Instagram menonjol karena karakter visualnya serta kemudahan mengelola lebih dari satu akun dalam satu perangkat (*multiple account*) (Iloen & Kusumiati, 2024).

Kondisi ini berkaitan dengan fenomena pemisahan ruang ekspresi antara *first account* dan *second account*. Sejumlah temuan menunjukkan bahwa Generasi Z lebih aktif menggunakan *second account* dibanding akun utama (Redhita, 2023), dan Instagram termasuk platform yang paling sering digunakan untuk membuat *second account* (Jakpat, 2023). Pada praktiknya, sebagian pengguna membuat *second account* karena merasa tidak nyaman dan cemas ketika menggunakan akun utama (Damayanti, 2024). Pergeseran ruang ekspresi ini menggambarkan dinamika *self disclosure*, ketika pengguna khawatir terhadap penilaian sosial, mereka cenderung menahan keterbukaan di akun utama dan memilih *second account* yang audiensnya lebih terbatas (Damayanti, 2024). Selain itu, pemilihan *second account* juga mencerminkan upaya menyeleksi audiens yang dianggap lebih dapat dipercaya, sehingga *self disclosure* lebih mungkin dilakukan kepada orang-orang tertentu berdasarkan *interpersonal trust* (Yonatan, 2023).

Media sosial juga memunculkan risiko seperti persoalan privasi, konflik, dan konsekuensi sosial lain dalam

interaksi daring (Cahyono, 2016). Pada Instagram, risiko tersebut terasa lebih kuat karena pengguna tidak hanya berkomunikasi, tetapi sekaligus mengelola citra diri dan menentukan batas privasi saat membagikan konten. Karena itu, sebagian pengguna memindahkan keterbukaan diri ke ruang yang dianggap lebih aman melalui *second account* (Andrian dkk., 2022). Praktik ini didukung strategi penggunaan identitas tertentu seperti nama samaran dan pembatasan audiens untuk menjaga kendali atas siapa yang dapat mengakses konten personal (Paramesti & Nurdiarti, 2022). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *second account* sering berfungsi sebagai *safe space* untuk menyalurkan emosi dan menampilkan diri secara lebih autentik (Meilia et al., 2024; Zayana et al., 2025).

Pada konteks di Kota Padang, penggunaan Instagram pada kalangan muda tergolong menonjol dan diikuti kecenderungan *self disclosure* yang dilakukan secara selektif (Arwendria & Ariska Oktavia, 2019). Pengguna siswa maupun mahasiswa aktif bersosialisasi melalui Instagram, tetapi cenderung tidak nyaman membuka diri kepada orang baru karena

khawatir informasi pribadi menyebar, akibatnya keterbukaan lebih sering diberikan kepada teman dekat (Roem & Sarmiati, 2019). Temuan lain menunjukkan sebagian besar Generasi Z di Kota Padang mengelola akun kedua aktif sebagai ruang ekspresi diri yang lebih leluasa dan “apa adanya”, termasuk untuk membagikan curahan hati, pengalaman emosional, dan opini personal yang sensitif (Aulia et al., 2025). Secara konseptual, *self-disclosure* merupakan proses penyampaian informasi pribadi kepada individu lain untuk membangun keintiman dan membantu pemahaman diri (DeVito, 2013). Namun, keterbukaan diri pada ruang digital privat tidak dapat dipahami hanya sebagai dampak fitur akun tertutup, karena turut dipengaruhi faktor relasional dan psikologis.

Dua variabel yang relevan untuk menjelaskan variasi *self-disclosure* pada *second account* adalah *interpersonal trust* dan *social anxiety*. Kecenderungan “menahan diri” di akun utama dan memilih ruang yang lebih aman selaras dengan kerentanan *social anxiety* dalam konteks media sosial, seperti ketakutan akan evaluasi

negatif dan kecemasan saat membagikan konten (Alkis et al., 2017). Di sisi lain, *interpersonal trust* memperkuat rasa aman dalam *self-disclosure* karena pengguna memilih audiens yang dipercaya (Iloen & Kusumiati, 2024). Perbedaan temuan pada platform yang lebih public misalnya tidak ditemukannya hubungan bermakna antara *social anxiety* dan *online self-disclosure* pada Twitter/X, mengindikasikan bahwa karakter platform dan keterbukaan audiens dapat memengaruhi hubungan antarvariabel (Massaro & Simanjuntak, 2024). Karena *second account* Instagram bersifat lebih privat dan selektif, konteks ini penting dikaji untuk memahami secara empiris bagaimana *interpersonal trust* dan *social anxiety* berperan terhadap *self-disclosure*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada Generasi Z pengguna *second account* Instagram di Kota Padang untuk menganalisis pengaruh *interpersonal trust* dan *social anxiety* terhadap *self-disclosure* (Iloen & Kusumiati, 2024).

Hasil penelitian diharapkan memperkaya kajian psikologi sosial dan komunikasi bermedia terkait keterbukaan diri dalam ruang digital

privat, sekaligus memberi kontribusi praktis bagi literasi digital dan pengelolaan perilaku bermedia sosial yang lebih aman, selektif, dan bertanggung jawab.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menganalisis pengaruh *interpersonal trust* (X1) dan *social anxiety* (X2) terhadap *self-disclosure* (Y) pada Generasi Z pengguna *second account* Instagram di Kota Padang. Partisipan berjumlah 200 orang dengan rentang usia 18–25 tahun, berdomisili di Kota Padang, serta merupakan pengguna aktif *second account*.

Partisipan dipilih menggunakan *purposive sampling* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Kriteria inklusi meliputi: (1) individu kelahiran tahun 1995-2010 dan berdomisili di Kota Padang, (2) memiliki akun utama dan *second account* yang aktif, (3) menggunakan *second account* untuk membagikan aktivitas, pengalaman pribadi, atau perasaan, dan (4) aktif menggunakan *second account* minimal 6 bulan terakhir. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring

(Google Form) yang disebarluaskan melalui media sosial, kemudian respons diseleksi sesuai kriteria.

Ukuran sampel minimal merujuk pada rumus *Lemeshow* untuk populasi yang tidak diketahui, dengan kebutuhan minimal 96 responden. Jumlah partisipan yang terkumpul 200 responden telah melampaui batas minimal tersebut sehingga dinilai memadai untuk analisis regresi. Pengumpulan data dilakukan dalam satu tahap tanpa analisis interim atau aturan penghentian tertentu.

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics dengan analisis deskriptif dan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh *interpersonal trust* dan *social anxiety* terhadap *self-disclosure*. Sebelum analisis utama, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dan uji *multikolinearitas* (tolerance dan VIF). Tingkat signifikansi ditetapkan pada $p < 0,05$.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Deskripsi Responden

Tabel 1 Deskripsi responden

Deskripsi	Jumlah (N)	Persentase (%)
Domisili		
Padang	200	100%
Total	200	100%
Jenis kelamin		
Laki-laki	37	18,5%
Perempuan	163	81,5%
Total	200	100%
Jumlah Akun Instagram		
2	200	100%
3	0	0%
Total	200	100%
Mempunyai second account Instagram		
Ya	200	100%
Tidak	0	0%
Total	200	100%

Penelitian ini melibatkan 200 responden Generasi Z pengguna second account Instagram yang berdomisili di Kota Padang. Responden didominasi oleh perempuan (81,5%) dan laki-laki (18,5%). Seluruh responden memiliki 2 akun Instagram (100%) dan semuanya menyatakan memiliki second account (100%).

b. Uji Normalitas

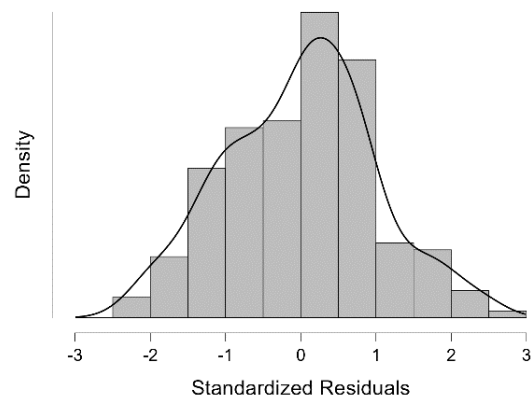
Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp.sig	Keterangan
<i>Interpersonal trust</i> dan <i>Social anxiety</i> terhadap	0,200	Normal

Self-disclosure

Berdasarkan Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,200. Nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1 Kurva Normalitas



Selain uji *Kolmogorov-Smirnov*, normalitas residual juga ditinjau melalui histogram residual terstandarisasi (Gambar 1 Kurva Normalitas). Grafik menunjukkan bahwa sebaran residual membentuk pola yang mendekati kurva lonceng (bell-shaped) dan berpusat di sekitar nilai nol, serta mengikuti garis distribusi normal. Hal ini menandakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi, sehingga analisis regresi dapat dilanjutkan.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
<i>Interpersonal trust</i>	0,971	1.030
<i>Social anxiety</i>	0,971	1.030

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan semua variabel menunjukkan memiliki nilai *tolerance* bernilai lebih dari 0,10 dan nilai VIF bernilai kurang dari 10. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Hipotesis

Tabel 4 Hasil uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3043,799	2	1521,900	68,581	<,0001
Residual	4371,701	19	22,191		
Total	7415,500	21			

Nilai F_{hitung} digunakan agar mengukur seluruh variabel yang bersifat independen memiliki pengaruh dengan bersamaan kepada variabel bersifat dependen. Angka F yang tercatat pada tabel diatas ialah 68,581

dan angka signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05, sehingga berdasarkan hasil ini bisa dinyatakan secara bersamaan, variabel pada *interpersonal trust* dan *social anxiety* memiliki pengaruh signifikan dengan *self-disclosure* pada generasi Z para pengguna second account platform instagram di wilayah Kota Padang.

Tabel 5 Hasil uji Koefisien Determinasi

R	R. Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,641	0,410	0,404	4,711

Koefisien determinasi dipakai agar dapat menilai sejauh mana variabel independen dapat memberikan penjelasan presentase pengaruh terhadap variabel yang dependen. Berdasarkan tabel 4.11, terlihat bahwa angka R Square sebesar 0,410 dan bisa dinyatakan bahwa *interpersonal trust* dan *social anxiety* pada generasi Z para pengguna second account platform instagram berperan sebesar 41,0% dengan *self-disclosure*.

Tabel 6 Hasil Uji Regresi

	B	Beta	T	Sig.
constant	4,956		1,820	0,070
X1	0,212	0,512	9,230	<,001
X2	0,138	0,307	5,537	<,001

Untuk persamaan regresi pada penelitian ini dapat dilihat dengan nilai berikut:

$$Y = B_1X_1 + B_2X_2 + C$$

$$Y = 0,212 + 0,138 + 4,956$$

Untuk mencari nilai sumbangan efektif (SE) dapat dilihat dengan persamaan sebagai berikut:

$$SE = \text{Beta} \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\%$$

Untuk nilai SE pada *interpersonal trust*, dapat dihitung sebagai berikut:

$$SE (X_1) = 0,512 \times 0,565 \times 100\% = 28,928\%$$

Untuk nilai SE pada *social anxiety*, dapat dihitung sebagai berikut:

$$SE (X_2) = 0,307 \times 0,394 \times 100\% = 12,10\%$$

Dari persamaan diatas dapat dilihat bahwa sumbangan *interpersonal trust* terhadap *self-disclosure* pada generasi Z sebesar 28,928% dan juga *social anxiety* memberikan nilai sumbangan terhadap *self-disclosure* sebesar 12,10% sehingga total dari kedua sumbangan tersebut adalah 41,0% atau R Square.

2. Pembahasan

Temuan utama menunjukkan bahwa *interpersonal trust* dan *social anxiety* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap *self-disclosure* pada Generasi Z pengguna *second account* Instagram di Kota Padang, dengan kontribusi penjelasan model sebesar 41,0%. Artinya, variabel *self disclosure* pada ruang privat *second account* tidak semata-mata ditentukan oleh fitur akun, tetapi juga dipengaruhi secara nyata oleh faktor relasional dan psikologis yang bekerja bersama dalam membentuk keberanian individu untuk berbagi informasi personal.

Interpersonal trust merupakan prediktor yang lebih dominan ($\beta = 0,512$) dibanding *social anxiety* ($\beta = 0,307$). Pola ini mendukung kerangka relasional bahwa *self disclosure* cenderung meningkat ketika individu merasa pihak lain dapat dipercaya, tidak menyalahgunakan informasi, dan mampu menjaga batas privasi, sehingga muncul rasa aman untuk mengekspresikan pengalaman pribadi secara lebih terbuka. Dalam konteks *second account*, audiens yang terseleksi memperkuat persepsi kea-

manan tersebut, sehingga trust menjadi faktor penting yang mendorong *self-disclosure* lebih tinggi.

Menariknya, *social anxiety* juga berpengaruh positif signifikan terhadap *self-disclosure* ($B = 0,138$; $\beta = 0,307$; $\text{Sig} < 0,001$). Secara teoritis, *social anxiety* sering dikaitkan dengan kehati-hatian dalam interaksi karena takut evaluasi negatif. Namun, pada ruang digital privat seperti *second account*, individu dengan *social anxiety* dapat mengalihkan strategi komunikasi dari situasi sosial yang terasa mengancam ke ruang yang lebih terkendali (audiens dibatasi, risiko sosial lebih bisa dikelola). Dengan demikian, *second account* dapat berfungsi sebagai mekanisme adaptasi, *social anxiety* tidak selalu menghentikan *self disclosure*, tetapi mendorong individu memilih konteks yang lebih aman untuk tetap mengekspresikan diri. Dukungan ini juga terlihat dari hasil uji linearitas yang menunjukkan hubungan yang layak secara linear antara *social anxiety* dan *self-disclosure*.

Selain itu, perhitungan sumbangan efektif memperlihatkan bahwa kontribusi interpersonal trust (28,928%) lebih besar daripada *social*

anxiety (12,10%). Ini menandakan bahwa walaupun *social anxiety* berperan, faktor “rasa aman” tetap menjadi kunci utama yang menjelaskan variabel *self-disclosure* pada pengguna *second account*. Dengan kata lain, *second account* cenderung efektif mendorong *self disclosure* terutama ketika dibarengi *interpersonal trust* pada audiens terbatas, sementara *social anxiety* lebih berperan sebagai faktor yang mendorong kebutuhan akan ruang privat tersebut, bukan sebagai faktor tunggal *self disclosure*.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *interpersonal trust* dan *social anxiety* memiliki pengaruh yang bersamaan terhadap *self-disclosure* pada Generasi Z pengguna *second account* Instagram di Kota Padang. Variabel penelitian mampu menjelaskan 41,0% variasi *self disclosure*, sehingga dapat dipahami bahwa *self disclosure* pada ruang digital privat tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik akun, tetapi juga oleh faktor relasional dan psikologis.

Temuan juga memperlihatkan bahwa *interpersonal trust* berpengaruh positif terhadap *self-disclosure* dan menjadi faktor yang paling kuat dalam menjelaskan *self disclosure*. Artinya, semakin tinggi rasa percaya responden kepada audiens terbatas pada *second account*, semakin besar kecenderungan mereka untuk mengungkapkan informasi personal. Selain itu, *social anxiety* juga berpengaruh positif terhadap *self-disclosure*. Hal ini mengindikasikan bahwa pada konteks *second account* yang lebih privat dan terkontrol, kecemasan sosial tidak selalu menghambat keterbukaan diri, melainkan dapat mendorong individu mengekspresikan diri pada ruang yang dianggap lebih aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkis, Y., Kadirhan, Z., & Sat, M. (2017). Development and validation of Social Anxiety Scale for Social Media Users. *Computers in Human Behavior*, 72, 296–303.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.011>
- Andrian, B., SM, A. E., & Octaviani, V. (2022). Self disclosure analysis of second Instagram account users among students of Dehasen University Bengkulu. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 2(1), 55–60.
<https://penerbitadm.pubmedia.id/index.php/iso/article/view/658>
- APJII. (2024, Februari 7). *APJII: Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diakses 23 Februari 2026, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Aulia, Z., & Dwatra, F. D. (2025). Kontribusi interpersonal trust dan intimate friendship terhadap self disclosure Generasi Z pengguna second account Instagram. *TSAQOFAH: Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 5(3), 2185–2202.
<https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i3.5722>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Damayanti, A. D., & Sugandi. (2024). Analisis komunikasi keterbukaan diri melalui akun kedua Instagram pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Mulawarman. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 48–65.
<https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.427>

- DeVito, J. A. (2013). *The interpersonal communication book* (13th ed.). Pearson.
- Dewi, S., Ristianti, I. W., & Widiani, S. (2022). Generasi Z dalam memanfaatkan media sosial. *Kaisa: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.56633/kaisa.v2i1.497>
- 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), 270–282. <https://doi.org/10.30598/jbkt.v8i2.2015>
- Jakpat. (2023, Maret 14). *Terungkap alasan orang memiliki second account di media sosial*. Jakpat. Diakses 23 Februari 2026, dari <https://jakpat.net/info/terungkap-alasan-orang-memiliki-second-account-di-media-sosial/>
- Lwanga, S. K., & Lemeshow, S. (1991). *Sample size determination in health studies: A practical manual*. World Health Organization.
- Massaro, T., & Simanjuntak, E. (2024). Social anxiety dan online self-disclosure pada mahasiswa pengguna Twitter/X. *EXPERIENTIA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 12(1), 103–114. <https://jurnal.ukwms.ac.id/index.php/EXPERIENTIA/article/view/5546>
- Meilia, I. E. (2024). A self-disclosure pada second account Instagram Generasi Z Kabupaten Tulungagung. *JASIMA: Jurnal Komunikasi Korporasi dan Media*, 5(1), 58–77. <https://doi.org/10.30872/jasima.v5i1.1443>
- Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan pseudonym di second account Instagram dalam perspektif etika digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5184>
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan teknologi: Gaya hidup Generasi Z di era digital. *JUPENDIS: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Redhita, A. H. (2023). Generasi Z dalam menanggapi sikap self disclosure dalam second account Instagram [Artikel blog]. *Kompasiana*. Diakses 3 Mei 2024, dari <https://www.kompasiana.com/allanahaura-redhita5152/6429760508a8b520ed011622/generasi-z-dalam-menanggapi-sikap-self-disclosure-dalam-second-account-instagram>
- Roem, E. R., & Sarmiati. (2019). Perubahan sosial budaya akibat media Instagram bagi kalangan mahasiswi di Kota Padang. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 21(2), 202–210.

- <https://jurnalantropologi.fisip.unand.ac.id/index.php/jantro/article/view/146>
- Saputra, A. (2019). Survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Kota Padang menggunakan teori uses and gratifications.
- We Are Social, & DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Yonatan, A. Z. (2023, May 29). *Pengguna Instagram berdasarkan rentang usia 2023*. GoodStats. Diakses 23 Februari 2026, dari <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>
- Zayana, Hidayatullah, M., & Putra, M. R. A. (2025). Analysis of main account versus second account Instagram as a media for self-disclosure of Generation Z in Baubau City. *Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 270–289.