

ANALISIS SELF-DISCLOSURE DAN KECERDASAN EMOSIONAL DIGITAL PADA INFLUENCER MAHASISWA DI INSTAGRAM

Indah Nur Jihan¹, Taufiqur Rahman², Elita Putri Pradipta³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

¹indah.nur.isip21@umy.ac.id, ²taufiqurrahman@umy.ac.id, ³elitaputripradipta@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik self-disclosure influencer mahasiswa Yogyakarta di Instagram serta peran Digital Emotional Intelligence (DEI) dalam konstruksi identitas digital mereka. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini melibatkan tiga influencer mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi virtual terhadap aktivitas media sosial, wawancara mendalam dengan lima influencer mahasiswa Yogyakarta, serta dokumentasi digital yang meliputi teks (caption dan komentar), visual (foto dan video), audio, dan data meta akun. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tahapan pengumpulan data, reduksi data melalui proses pengodean dan pengelompokan tema, penyajian data dalam bentuk narasi analitis, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan secara berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa self-disclosure dilakukan secara selektif dan strategis, dengan dominasi konten bernilai positif yang mendukung citra diri dan relevansi dengan niche audiens. Interaksi audiens memperlihatkan pola relasi parasosial yang memengaruhi perluasan *open self* sekaligus menjaga *hidden self* melalui mekanisme *boundary management*. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa self-disclosure influencer mahasiswa merupakan praktik komunikasi digital yang berlapis, melibatkan konstruksi identitas, performativitas, dan kecerdasan emosional dalam ekosistem media sosial yang kompetitif. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya dalam memahami praktik *self-disclosure* dan pembentukan identitas digital di kalangan influencer mahasiswa. Selain itu, penelitian ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi dinamika self-disclosure pada konteks platform media sosial yang berbeda, kelompok sosial lain, serta pendekatan metodologis yang lebih beragam.

Kata Kunci: Self-disclosure; Influencer Mahasiswa; Identitas Digital; Digital Emotional Intelligence; Instagram

Abstract

This study aims to analyze the self-disclosure practices of student influencers in Yogyakarta on Instagram and the role of Digital Emotional Intelligence (DEI) in shaping their digital identities. Using a descriptive qualitative approach, this study involved three student influencers selected through purposive sampling. Data were collected through virtual observation of social media activities, in-depth interviews with five student influencers in Yogyakarta, and digital documentation comprising text (captions and comments), visuals (photos and videos), audio, and account metadata. The obtained data were then qualitatively analyzed using Miles and Huberman's interactive analysis model, which includes the stages of data collection, data reduction through coding and thematic clustering, data presentation in the form of analytical narratives, and the continuous drawing and verification of conclusions. The results of the study indicate that self-disclosure is selective and strategic, with a predominance of positive content that supports self-image and aligns with the niche audience. Audience interactions reveal patterns of parasocial relationships that influence the expansion of the open self while simultaneously maintaining the hidden self through boundary management mechanisms. Overall, this study concludes that self-disclosure by student influencers is a multi-layered digital communication practice that involves identity construction, performativity, and emotional intelligence within a competitive social media ecosystem. These findings contribute to the development of digital communication studies, particularly by advancing understanding of self-disclosure practices and digital identity formation among student influencers. Additionally, this study opens opportunities for future research to explore the dynamics of self-disclosure across different social media platforms, other social groups, and more diverse methodological approaches.

Keywords: Self-disclosure; Influencer Mahasiswa; Digital Identity; Digital Emotional Intelligence; Instagram

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat dan menjadi bagian integral dalam

kehidupan masyarakat. Laporan APJII mencatat bahwa pada periode 2022–2023 pengguna internet mencapai 78,19% dan meningkat menjadi 79,5% pada tahun 2024 (Van Kessel et

al., 2025). Kenaikan ini memperlihatkan bahwa semakin banyak masyarakat terhubung dengan layanan digital untuk bekerja, berkomunikasi, menghibur diri, hingga membangun relasi sosial. Tingkat penggunaan internet turut dipengaruhi faktor usia, pendidikan, jenis kelamin, serta kesenjangan wilayah urban-rural, dengan Pulau Jawa sebagai wilayah dengan penetrasi tertinggi. Salah satu manifestasi penting dari meningkatnya penggunaan internet adalah intensifikasi penggunaan media sosial. Media jejaring sosial memungkinkan pengguna membangun profil, berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Syafuddin & Okta Wibowo, 2023). Media sosial juga berfungsi sebagai ruang presentasi diri, kolaborasi, dan konstruksi identitas. Di antara platform yang berkembang pesat, Instagram menjadi salah satu yang paling dominan karena fitur visual dan interaktifnya seperti foto, video, reels, dan live streaming. Pada Februari 2024, Instagram memiliki 88,8 juta pengguna di Indonesia atau sekitar 31,6% populasi.

Yogyakarta menjadi salah satu wilayah yang menonjol dalam dinamika ini. Sebagai kota pelajar dengan ekosistem kreatif, budaya akademik yang kuat, dan indeks literasi digital tertinggi se-Indonesia (Annur, 2023). Yogyakarta menjadi ruang yang subur bagi berkembangnya kreator digital, termasuk influencer mahasiswa. Lingkungan sosial yang mendukung kreativitas dan tingginya aksesibilitas teknologi mendorong mahasiswa untuk mengembangkan ekspresi diri, membangun identitas digital, serta menciptakan koneksi sosial melalui Instagram. Pada konteks inilah self-disclosure menjadi fenomena penting. Fitur-fitur Instagram seperti story, reels, dan feeds memungkinkan mahasiswa membagikan pengalaman, perasaan, aktivitas harian, hingga refleksi diri secara publik maupun semi publik. Self-disclosure, sebagai proses membagikan informasi pribadi untuk membangun kedekatan dan mengekspresikan identitas (Susanti & Hantoro, 2022), menjadi praktik komunikasi yang semakin menonjol di era digital. Bagi mahasiswa maupun influencer muda, aktivitas ini menghadirkan kepuasan emosional dan kesempatan membangun relasi, tetapi juga menghadirkan risiko seperti tekanan

performativitas, komentar negatif, cyberbullying, hingga permasalahan privasi.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji self-disclosure mahasiswa di Instagram (Arif & Syafrini, 2022; Yahya et al., 2024). Namun, fokus penelitian – penelitian tersebut masih terbatas pada mahasiswa secara umum, bukan pada kelompok influencer mahasiswa yang memiliki karakteristik berbeda, seperti jangkauan audiens yang lebih luas, kebutuhan pengelolaan citra, serta keterlibatan intens dalam produksi konten. Padahal, influencer mahasiswa tidak hanya menggunakan Instagram sebagai ruang ekspresi personal, tetapi juga sebagai medium membangun identitas publik, memengaruhi opini audiens, dan mengelola relasi sosial di tengah ekspektasi followers. Kondisi ini menjadikan influencer mahasiswa berada pada posisi yang rentan terhadap tuntutan performativitas dan pengelolaan diri secara strategis, sehingga penelitian ini menjadi penting untuk memahami bagaimana praktik self-disclosure dijalankan dalam konteks tersebut serta implikasinya terhadap pembentukan identitas digital di media sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menelaah secara mendalam bagaimana influencer mahasiswa di Yogyakarta menggunakan Instagram sebagai media self-disclosure. Penelitian ini tidak hanya memeriksa bentuk dan strategi pengungkapan diri, tetapi juga mempertimbangkan konteks sosial, motivasi, dan dampak yang menyertai praktik tersebut dalam kehidupan pribadi dan sosial mereka. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dan empiris dalam memahami dinamika pengungkapan diri di era budaya digital, khususnya pada kelompok pengguna yang memiliki pengaruh sosial lebih luas.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan desain etnografi virtual untuk memahami dinamika pengungkapan diri influencer di Instagram. Mengacu pada Hine, (2012), etnografi virtual mempelajari internet sebagai ruang budaya yang mengonstruksi interaksi, identitas, dan praktik sosial, sehingga relevan untuk menelaah aktivitas keseharian para pengguna dalam ruang

digital. Penelitian ini berada dalam paradigma interpretif, yang menekankan pemahaman makna dari perspektif subjek. Data diperoleh melalui observasi virtual, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Observasi dilakukan untuk melihat pola konten, interaksi, dan perilaku komunikasi influencer. Wawancara dilakukan kepada lima influencer mahasiswa Yogyakarta dengan minimal 10.000 pengikut yang dipilih berdasarkan lima kategori konten akademik, kehidupan sehari-hari, hobi, fashion-beauty, dan kuliner untuk menangkap perbedaan karakteristik serta strategi pengungkapan diri. Dokumentasi digital meliputi teks (caption, komentar), visual (foto, video), audio (podcast), dan data meta (informasi profil).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman karena model ini memungkinkan peneliti menganalisis data kualitatif secara sistematis, mendalam, dan berkelanjutan sejak proses pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Model ini relevan digunakan dalam penelitian kualitatif yang berfokus pada makna, proses, dan dinamika sosial. Menurut Miles dan Huberman, analisis data kualitatif berlangsung secara siklik dan interaktif melalui tiga tahapan utama yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Miles et al., 2014). Reduksi dilakukan dengan mengode dan mengelompokkan data sesuai tema yang relevan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi terstruktur yang memungkinkan peneliti melihat pola dan hubungan antar kategori. Verifikasi dilakukan secara berulang melalui triangulasi, perbandingan lintas-informan, pemeriksaan konsistensi data, serta konfirmasi terhadap dokumen digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengonstruksi pemahaman komprehensif mengenai bagaimana influencer membangun dan menampilkan identitas melalui praktik self-disclosure dalam ekosistem media sosial.

3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Representasi Self-Disclosure Influencer Mahasiswa Yogyakarta di Instagram

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik self-disclosure influencer mahasiswa

Yogyakarta berlangsung dalam konteks ekologi media sosial yang ditandai oleh logika algoritmik, tuntutan visibilitas, dan budaya performativitas digital. Instagram sebagai platform berbasis visual tidak hanya berfungsi sebagai ruang belajar pengalaman personal, tetapi juga sebagai ruang berbagi pengalaman personal, tetapi juga sebagai arena strategis untuk membangun dan mengelola identitas digital yang dapat diakses oleh publik luas (Hoose & Rosenbohm, 2023). Pada konteks ini, self-disclosure tidak sepenuhnya bersifat spontan, melainkan dikonstruksi secara sadar dengan mempertimbangkan audiens, citra diri, dan potensi respons sosial.

Kelima influencer dalam penelitian ini memanfaatkan fitur-fitur platform feeds, reels, story, dan highlights sebagai medium representasi diri yang berbeda – beda sesuai dengan tujuan komunikasi masing – masing. Konten pada feeds cenderung menampilkan citra diri yang lebih terkurasi dan estetik, sementara story digunakan untuk menampilkan sisi keseharian yang terkesan lebih autentik namun tetap terkontrol. Reels dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan audiens melalui konten yang mengikuti tren algoritmik, sedangkan highlights berfungsi sebagai arsip identitas yang merepresentasikan narasi diri jangka panjang. Pola ini menunjukkan bahwa self-disclosure berlangsung secara selektif dan berlapis, bukan sebagai keterbukaan total (Ivana et al., 2023).

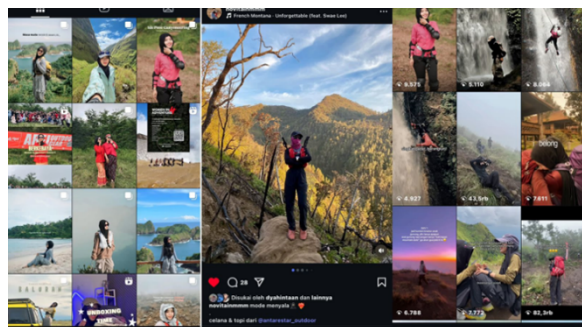
Praktik *self-disclosure* influencer mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari kesadaran akan pengawasan sosial (*social surveillance*) dan ekspektasi audiens. Para informan secara reflektif menimbang batas antara ranah personal dan publik, terutama dalam membagikan isu-isu sensitif seperti kehidupan emosional, relasi personal, dan tekanan akademik. Kesadaran ini membentuk strategi komunikasi yang berorientasi pada pengelolaan impresi (*impression management*), di mana keterbukaan digunakan sebagai modal untuk membangun kedekatan dengan audiens tanpa mengorbankan kontrol atas identitas diri (Duile & Tamma, 2021). Berikut adalah visual bagaimana self-disclosure tergambar pada unggahan masing – masing informan.

a. Informan Ivan Wisnu Musa



Gambar 1. Unggahan Feeds dan Reels Informan Ivan Wisnu Musa

b. Informan Indria Novita Maulina



Gambar 2. Unggahan Feeds dan Reels Informan Indria Novita Maulina

c. Informan Belva Nurkhalisa Humaira



Gambar 3. Unggahan Feeds dan Reels Informan Belva Nurkhalisa Humaira

d. Informan Sigit Bayu



Gambar 4. Unggahan Feeds dan Reels Informan Indira Sigit Bayu

e. Informan Debi Pratama



Gambar 5. Unggahan Feeds dan Reels Informan Debi Pratama

Pada konten feeds, informan menampilkan representasi diri dalam bentuk gambar dan caption yang telah melalui proses kurasi estetik. Konten tersebut menampilkan aktivitas akademik, hobi, minat personal, dan rutinitas yang diolah guna memperkuat persona digital masing-masing. Feeds menjadi ruang representasional yang bersifat *semi-permanen*, di mana unggahan diposisikan sebagai arsip identitas jangka panjang. Dengan demikian, feeds berfungsi sebagai bentuk *impression construction* yang selaras dengan teori dramaturgi Goffman, bahwa individu merancang “panggung depan” (*front stage performance*) demi mempertahankan identitas tertentu di hadapan audiens (Goffman, 2023).

Sebaliknya, konten reels memperlihatkan dimensi ekspresif dan emosional yang lebih kuat. Melalui video singkat, influencer dapat menampilkan suara, ekspresi wajah, kinesik, serta gaya interaksi yang lebih natural. Reels juga memiliki nilai algoritmik tinggi, sehingga informan

memproduksi konten yang bukan hanya representatif, tetapi juga kompetitif dalam ekosistem visibilitas digital. Narasi personal dalam reels memperluas ruang self-disclosure menuju bentuk presentasi diri yang lebih interaktif, dinamis, dan intim.

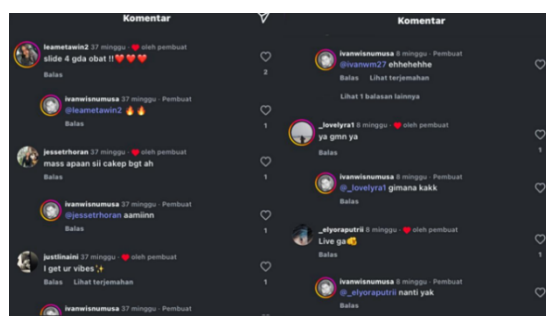
Sementara itu, story dan highlights berfungsi sebagai ruang ekspresi yang lebih spontan dan temporer. Story digunakan untuk membagikan momen harian, interaksi dengan teman, suasana kampus, hingga refleksi emosional singkat. Namun spontanitas tersebut tetap berada dalam orbit pengelolaan diri, informan menahan diri untuk tidak membagikan situasi yang dianggap terlalu privatif atau berpotensi memunculkan kerentanan. Fitur highlights memperlihatkan bagaimana beberapa momen yang dianggap penting kemudian diarsipkan untuk mempertahankan nilai identitas tertentu. Praktik arsip ini menunjukkan adanya kesadaran bahwa identitas digital bersifat modular, selektif, dan dapat dinegosiasikan ulang (Fauziah et al., 2025).

Dari temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa *self-disclosure* influencer mahasiswa tidak bebas dari logika estetika, performativitas, dan kapital budaya digital. Pengungkapan diri dilakukan bukan semata sebagai ekspresi kejujuran atau autentisitas, melainkan sebagai bagian dari praktik *identity management* yang melibatkan kalkulasi sosial, emosional, dan simbolik. Identitas digital menjadi hasil konstruksi yang bersifat reflektif, relasional, dan kontingen terhadap perubahan dinamika platform.

Interaksi Audiens dan Negosiasi Keterbukaan Diri dalam Ruang Komunikasi Digital

Interaksi antara influencer dan audiens merupakan komponen penting dalam memahami dinamika self-disclosure (Budiani et al., 2023). Kolom komentar dan *direct message* (DM) tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga ruang afektif yang memediasi relasi parasosial, di mana audiens mengembangkan persepsi kedekatan dengan figur publik yang sebenarnya hanya dikenal melalui layar. Berikut visual yang memperlihatkan bagaimana aspek-aspek *self-disclosure* terepresentasi secara nyata dalam interaksi media sosialnya

a. Informan Ivan Wisnu Musa



Gambar 6. Kolom Komentar Pada Unggahan Instagram Ivan Wisnu Musa

b. Informan Indria Novita Maulina



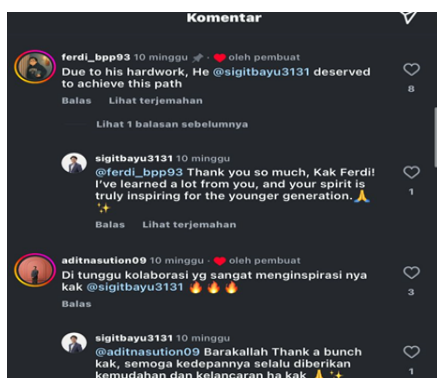
Gambar 7. Kolom Komentar Pada Unggahan Instagram Indira Novita Maulina

c. Informan Belva Nurkhalisa Humaira



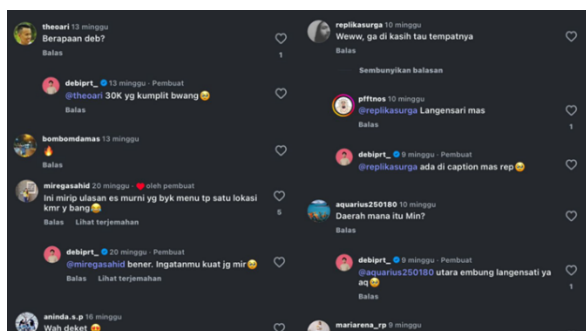
Gambar 8. Kolom Komentar Pada Unggahan Instagram Belva Nurkhalisa Humaira

d. Informan Sigit Bayu



Gambar 9. Kolom Komentar Pada Unggahan Instagram Sigit Bayu

e. Informan Debi Pratama



Gambar 10. Kolom Komentar Pada Unggahan Instagram Debi Pratama

Pada kolom komentar, audiens memberikan berbagai bentuk respon, mulai dari pujian, dukungan emosional, pertanyaan informatif, hingga sindiran yang bersifat evaluatif. Respons influencer terhadap komentar tersebut menunjukkan pola selektivitas yang kuat: komentar yang bersifat positif, relevan, dan memperkuat performativitas identitas digital cenderung dibalas, sementara komentar yang bersifat sensitif, intrusif, atau mengandung kritik tidak ditanggapi. Pola ini menunjukkan adanya *boundary regulation*, sebuah konsep yang menekankan kemampuan individu dalam menetapkan batas interaksi guna memelihara kesejahteraan emosional dan stabilitas identitas.

Interaksi melalui Direct Message (DM) menampilkan kedekatan interpersonal yang

lebih intens. Audiens sering kali meminta saran atau bercerita mengenai masalah pribadi, menandakan adanya hubungan parasosial yang dalam. Namun influencer tidak membalas seluruh pesan tersebut; mereka memilih DM yang sesuai dengan kapasitas emosional dan relevansi identitas digital yang ingin ditampilkan. Mekanisme seleksi ini mencerminkan pentingnya *emotional labor* dalam aktivitas influencer. Mereka perlu mengelola tidak hanya konten, tetapi juga emosi yang tercurah dalam relasi dengan audiens.

Temuan ini sejalan dengan teori *networked self*, yang menyatakan bahwa identitas digital dibentuk melalui interaksi dan keterhubungan yang berlangsung dalam jaringan sosial digital (Maehler & Daikeler, 2024; Papacharissi, 2010). Dalam konteks ini, self-disclosure bukanlah aktivitas individual, tetapi proses sosial yang dipengaruhi oleh feedback loop antara influencer, audiens, dan algoritma. Interaksi digital juga memperkuat konsep *open self* pada Johari Window, di mana influencer memperluas ruang identitas publik melalui publikasi konten, namun tetap mempertahankan *hidden self* untuk melindungi aspek-aspek sensitif dari kehidupan mereka.

Dengan demikian, relasi influencer dan audiens dalam penelitian ini memperlihatkan pola komunikasi yang bersifat asimetris namun saling mempengaruhi, di mana audiens mengisi peran sebagai pengamat, partisipan, sekaligus pembentuk identitas digital influencer.

Analisis Self-Disclosure Berdasarkan Kerangka Joseph DeVito

Analisis berdasarkan lima dimensi self-disclosure menurut Joseph DeVito memperlihatkan bahwa pengungkapan diri influencer mahasiswa bersifat terarah, selektif, dan penuh pertimbangan (Devito, 2011; Ekawati et al., 2025). Berikut adalah tabel hasil dari analisis aspek – aspek *self-disclosure* dari masing masing informan.

Informan Ivan Wisnu Musa

Tabel 1. Analisis aspek *self-disclosure* Informan Ivan Wisnu Musa

No	Aspek Self Disclosure	Uraian dari Informan Ivan Wisnu Musa
1.	Ukuran (<i>Amount</i>)	Ivan mulai membuat konten sejak tahun 2019, fokus pada hiburan dan komedi. Ia aktif menggunakan Instagram untuk membagikan video sketsa lucu yang <i>relatable</i> . Konten yang dibagikan cukup rutin dalam seminggu.
2.	Valensi	Sebagian besar kontennya bersifat positif dan humoris. Ia membagikan pengalaman atau pemikiran yang bisa membuat orang lain tertawa atau merasa terhibur. Jarang menunjukkan sisi negatif atau emosional.
3.	Kejujuran dan Kecermatan	Ivan mengaku kontennya merupakan ekspresi jujur dari cara berpikir dan gayanya sendiri. Ia menyampaikan ide-ide yang memang ia alami atau temui sehari-hari, atau bahkan cerita dari <i>followers</i> -nya, dengan gaya bahasa yang sesuai karakternya.
4.	Tujuan dan Maksud	Tujuannya adalah untuk menghibur orang lain, membuat penonton merasa <i>relate</i> , dan menyebarkan semangat positif. Ia juga ingin menunjukkan bahwa humor bisa menjadi bentuk komunikasi yang kuat.
5.	Keintiman	Tidak banyak mengungkap kehidupan pribadi. Namun, gaya bercanda dan ide-ide nyelenehnya mencerminkan kepribadian aslinya, yang membuat penonton bisa mengenalnya secara tidak langsung.

Informan Indria Novita Maulina

Tabel 2. Analisis aspek *self-disclosure* Informan Indria Novita Maulina

No	Aspek Self Disclosure	Uraian dari Informan Indria Novita Maulina
1.	Ukuran (<i>Amount</i>)	Indria aktif membagikan konten travelling, khususnya naik gunung, sejak tahun 2021. Ia rutin posting dokumentasi perjalanannya di Instagram melalui feed, story, dan reels
2.	Valensi	Konten yang dibagikan umumnya positif dan inspiratif, menonjolkan keindahan alam dan momen perjalanan yang menyenangkan. Kadang ia juga membagikan pengalaman menantang di perjalanan sebagai bentuk refleksi
3.	Kejujuran dan Kecermatan	Konten yang dibagikan umumnya positif dan inspiratif, menonjolkan keindahan alam dan momen perjalanan yang menyenangkan. Kadang ia juga membagikan pengalaman menantang di perjalanan sebagai bentuk refleksi.
4.	Tujuan dan Maksud	Tujuannya adalah berbagi pengalaman, menginspirasi orang lain untuk berani keluar zona nyaman, dan mendokumentasikan petualangan hidupnya.
5.	Keintiman	Tidak terlalu mendalam membahas kehidupan pribadi, namun lewat narasi perjalanannya penonton bisa menangkap sisi kepribadian yang mandiri dan petualang.

Informan Belva Nurkhalisa Humaira

Tabel 3. Analisis aspek *self-disclosure* Informan Belva Nurkhalisa Humaira

No	Aspek Self Disclosure	Uraian dari Informan Belva Nurkhalisa Humaira
1.	Ukuran (<i>Amount</i>)	Belva aktif membuat konten beauty & fashion sejak 2020. Ia membagikan tutorial, review produk, dan <i>outfit of the day</i>

No	Aspek Self Disclosure	Uraian dari Informan Belva Nurkhalisa Humaira
		(OOTD) secara rutin melalui feed dan reels.
2.	Valensi	Sebagian besar kontennya bersifat positif, estetik, dan memberikan nilai informatif. Ia sesekali membahas kekhawatiran pribadi seperti kepercayaan diri atau komentar negatif dari followers.
3.	Kejujuran dan Kecermatan	Ia berusaha menyampaikan pengalaman pribadi secara jujur, termasuk pengalaman memakai produk tertentu. Ia selektif dalam menjaga akurasi informasi agar tidak menyesatkan audiens.
4.	Tujuan dan Maksud	Tujuannya adalah membantu orang lain menemukan style dan produk yang cocok, serta menunjukkan bahwa tampil percaya diri bisa dilakukan siapa saja.
5.	Keintiman	Terkadang ia membagikan cerita pribadi seperti struggle menjaga kepercayaan diri, tapi tetap dalam batas kenyamanan. Ada sisi personal yang disisipkan secara halus dalam konten.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Informan Sigit Bayu

Tabel 4. Analisis aspek *self-disclosure* Informan Sigit Bayu

No	Aspek Self Disclosure	Uraian dari Informan Sigit Bayu
1.	Ukuran (Amount)	Sigit aktif membagikan konten sejak kuliah S1, dan lebih intens di S2. Fokus kontennya seputar beasiswa, akademik, student exchange, volunteer, dan international exposure. Ia menghabiskan waktu cukup lama di Instagram untuk edukasi dan komunikasi.
2.	Valensi	Sigit membagikan pengalaman positif, seperti

No	Aspek Self Disclosure	Uraian dari Informan Sigit Bayu
		lolos beasiswa atau mengikuti program luar negeri. Ia juga pernah membagikan cerita kegagalan atau tantangan sebagai pembelajaran bagi audiens.
3.	Kejujuran dan Kecermatan	Ia jujur terhadap pencapaian maupun tantangan yang dialami. Selalu berhati-hati dalam menyampaikan informasi, terutama jika terkait prosedur beasiswa atau program resmi.
4.	Tujuan dan Maksud	Tujuannya adalah membantu orang lain menemukan style dan produk yang cocok, serta menunjukkan bahwa tampil percaya diri bisa dilakukan siapa saja.
5.	Keintiman	Kehidupan pribadi tidak banyak dibagikan. Fokus lebih pada pencapaian dan pengalaman akademik. Namun sisi kepribadiannya terlihat melalui cerita-cerita perjuangan yang ia tampilkan.

Informan Debi Pratama

Tabel 5. Analisis aspek *self-disclosure* Informan Debi Pratama

No	Aspek Self Disclosure	Uraian dari Informan Debi Pratama
1.	Ukuran (Amount)	Debi mulai aktif membuat konten kuliner sejak 2023, awalnya karena permintaan klien TikTok yang ingin bundling dengan Instagram. Ia menghabiskan 5–6 jam per hari untuk mencari inspirasi konten, hiburan, dan pekerjaan.
2.	Valensi	Ia membagikan pengalaman unik, termasuk konten nyeleneh tentang makanan, opini pribadi, hingga pengalaman ketika karyanya ditiru. Nuansa konten cenderung santai dan seru, meski ada juga cerita yang agak sensitif.

No	Aspek Self Disclosure	Uraian dari Informan Debi Pratama
3.	Kejujuran dan Kecermatan	Debi tampil jujur meski kadang ragu karena kontennya beda dari yang umum. Ia terbuka menerima kritik dari audiens jika ada kesalahan opini atau fakta. Hal ini menunjukkan kejujuran dan kesadaran terhadap akurasi.
4.	Tujuan dan Maksud	Awalnya hanya ingin menyimpan memori karena keterbatasan penyimpanan HP. Lama-kelamaan ia menyadari bahwa kontennya bisa menghibur dan menjadi ruang untuk menyampaikan cara pandangnya yang unik terhadap makanan.
5.	Keintiman	Ia tidak terlalu terbuka soal kehidupan pribadi, namun sisi nyeleneh, receh, dan humor khas pribadinya tampak dalam konten. Interaksi dengan followers dilakukan dengan menyebut nama dan menyambung diskusi secara personal.

Hasil tabel diatas menunjukkan hasil analisis dari masing – masing informan yang jika ditarik benang merah pada setiap informan akan menghasilkan analisis *self-disclosure* berdasarkan DeVito berikut ini.

a. Amount of Disclosure

Volume keterbukaan diri relatif tinggi pada aspek yang bersifat non-privatif dan mendukung persona digital. Konten seperti aktivitas perkuliahan, pencapaian akademik, partisipasi organisasi, hobi, serta keterlibatan dalam kegiatan sosial menjadi materi yang paling sering dibagikan. Jenis konten ini dipersepsikan aman karena tidak menyentuh ranah personal yang sensitif, sekaligus memperkuat citra diri sebagai mahasiswa yang produktif dan berprestasi. Dengan demikian, keterbukaan diri pada level ini berfungsi sebagai strategi presentasi diri yang positif di ruang publik digital.

Sebaliknya, tingkat keterbukaan menurun secara signifikan ketika menyangkut aspek emosional yang lebih mendalam, seperti

konflik interpersonal, permasalahan keluarga, tekanan psikologis, atau isu kesehatan mental. Informan menunjukkan kehati-hatian tinggi dalam membagikan konten semacam ini karena dianggap berpotensi menimbulkan penilaian negatif, kesalahpahaman, atau stigma dari audiens. Keterbatasan pengungkapan ini mencerminkan adanya batas simbolik antara ranah personal dan ranah publik yang secara sadar dijaga oleh influencer mahasiswa. Dalam konteks ini, self-disclosure tidak dipahami sebagai keterbukaan tanpa batas, melainkan sebagai proses negosiasi yang terus-menerus.

Temuan ini mengindikasikan bahwa praktik self-disclosure influencer mahasiswa melibatkan proses penyaringan aktif (*active filtering*) terhadap informasi yang akan dibagikan. Influencer mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan nilai personal suatu pengalaman, tetapi juga dampaknya terhadap citra diri dan relasi dengan audiens. Dengan kata lain, volume keterbukaan diri dikendalikan oleh kesadaran reflektif atas posisi mereka sebagai figur publik mikro di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa self-disclosure beroperasi dalam kerangka strategis yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan platform digital.

b. Valence of Disclosure

Valensi keterbukaan diri (*valence of disclosure*) dalam konten influencer mahasiswa didominasi oleh narasi bernada positif yang menonjolkan aspek ideal dari identitas diri. Konten yang diunggah cenderung merepresentasikan keberhasilan, kebahagiaan, dan pengalaman menyenangkan, baik dalam konteks akademik maupun kehidupan sosial. Representasi ini berfungsi untuk membangun kesan diri yang optimis, inspiratif, dan layak dijadikan panutan oleh audiens. Dalam praktiknya, valensi positif menjadi fondasi utama dalam menjaga konsistensi citra diri di ruang digital.

Meskipun demikian, beberapa informan sesekali membagikan konten dengan nuansa negatif, seperti kelelahan, kegagalan kecil, atau tekanan akademik. Namun, konten tersebut disajikan dalam bentuk refleksi personal yang bersifat motivasional dan tidak menampilkan detail permasalahan secara eksplisit. Strategi ini memungkinkan influencer

untuk tetap terlihat autentik tanpa mengekspos kerentanan secara berlebihan. Dengan demikian, ekspresi negatif dikemas sedemikian rupa agar tetap selaras dengan identitas digital yang telah dibangun.

Dominasi valensi positif dalam self-disclosure menunjukkan adanya upaya sistematis untuk meminimalkan risiko identitas (*identity risk*) di hadapan audiens. Influencer mahasiswa menyadari bahwa narasi negatif yang terlalu eksplisit berpotensi mengganggu estetika digital dan persepsi audiens terhadap diri mereka. Oleh karena itu, pengelolaan emosi dan pengalaman personal dilakukan secara selektif. Temuan ini menegaskan bahwa valensi keterbukaan diri berfungsi sebagai mekanisme kontrol dalam praktik komunikasi digital influencer mahasiswapositif.

c. Accuracy of Disclosure

Informan menyatakan bahwa konten yang mereka bagikan di Instagram dianggap mencerminkan diri mereka secara akurat. Informan menegaskan bahwa peristiwa yang ditampilkan merupakan pengalaman nyata yang benar-benar mereka alami. Namun, akurasi ini tidak bersifat mentah atau apa adanya, melainkan melalui proses kurasi yang disengaja. Dengan demikian, akurasi dipahami sebagai kesesuaian makna, bukan keterbukaan total terhadap seluruh realitas personal.

Proses kurasi terlihat melalui penyuntingan visual, pemilihan sudut pengambilan gambar, penggunaan filter, serta penyusunan narasi dalam caption. Elemen-elemen ini berperan dalam membentuk representasi diri yang lebih estetik dan komunikatif. Meskipun peristiwa yang ditampilkan benar terjadi, tidak semua detail pengalaman dihadirkan secara utuh. Hal ini menunjukkan bahwa akurasi dalam self-disclosure berada dalam kerangka representasi simbolik dan artistik.

Temuan ini menegaskan bahwa akurasi dalam praktik self-disclosure influencer mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari logika platform visual seperti Instagram. Representasi diri tidak hanya dituntut untuk jujur, tetapi juga menarik secara visual dan naratif. Oleh karena itu, akurasi menjadi hasil dari kompromi antara kejujuran personal dan tuntutan estetika digital. Self-disclosure, dalam konteks ini, lebih tepat

dipahami sebagai praktik representasi diri yang terkontrol.

d. Intention of Disclosure

Intensi keterbukaan diri (*intention of disclosure*) influencer mahasiswa menunjukkan bahwa self-disclosure dilakukan dengan tujuan yang jelas dan terencana. Motivasi utama meliputi upaya membangun engagement dengan audiens, memperkuat citra personal, serta meningkatkan visibilitas akun di tengah persaingan konten media sosial. Beberapa informan juga menyebutkan bahwa self-disclosure berperan penting dalam membuka peluang kerja sama dengan brand atau pihak eksternal. Dengan demikian, keterbukaan diri memiliki nilai instrumental dalam ekosistem ekonomi digital.

Selain kepentingan profesional, self-disclosure juga dimaknai sebagai sarana membangun kedekatan emosional dengan audiens. Influencer mahasiswa menyadari bahwa audiens cenderung lebih terhubung dengan figur yang dianggap “dekat” dan “manusiawi.” Oleh karena itu, keterbukaan diri digunakan untuk menciptakan rasa keintiman simbolik tanpa harus mengorbankan privasi secara penuh. Relasi ini bersifat asimetris, di mana influencer mengatur batas keterbukaan sesuai dengan tujuan komunikasi.

Intensi yang bersifat strategis ini menunjukkan bahwa self-disclosure bukanlah tindakan spontan, melainkan bagian dari pengelolaan identitas digital jangka panjang. Influencer mahasiswa secara sadar menggunakan pengungkapan diri sebagai alat untuk menjaga relevansi dan kontinuitas eksistensi digital mereka. Dalam konteks ini, self-disclosure berfungsi sebagai modal simbolik yang menopang keberlanjutan peran influencer di media sosial. Hal ini memperkuat pandangan bahwa praktik keterbukaan diri terintegrasi dengan strategi personal branding.

e. Relevance

Aspek relevansi (*relevance*) menjadi pertimbangan utama dalam menentukan batas dan bentuk self-disclosure influencer mahasiswa. Seluruh informan menekankan pentingnya kesesuaian konten dengan karakteristik niche audiens yang mereka bangun. Konten yang tidak selaras dengan minat, nilai, atau ekspektasi audiens cenderung dihindari, meskipun memiliki makna personal

bagi informan. Dengan demikian, relevansi berfungsi sebagai filter awal dalam proses pengambilan keputusan komunikasi.

Penyesuaian terhadap audiens terlihat dari pemilihan tema, gaya bahasa, hingga format konten yang digunakan. Influencer mahasiswa berupaya menjaga konsistensi identitas digital agar tetap mudah dikenali dan diterima oleh pengikutnya. Praktik ini menunjukkan bahwa self-disclosure tidak dapat dilepaskan dari relasi sosial antara influencer dan audiens. Keterbukaan diri menjadi bentuk komunikasi yang bersifat dialogis, meskipun tidak berlangsung secara langsung.

Temuan ini menegaskan bahwa self-disclosure berada dalam kerangka kurasi berbasis audiens dan strategi branding digital. Influencer mahasiswa memposisikan diri bukan hanya sebagai individu, tetapi juga sebagai representasi identitas publik yang harus dikelola secara konsisten. Relevansi menjadi indikator utama dalam menentukan nilai sebuah konten untuk dibagikan. Dengan demikian, keterbukaan diri dipahami sebagai praktik sosial yang kontekstual dan relasional.

Analisis berdasarkan lima dimensi self-disclosure DeVito, penelitian ini menunjukkan bahwa praktik keterbukaan diri influencer mahasiswa bersifat instrumental, strategis, dan reflektif. Self-disclosure tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui proses negosiasi antara ekspresi diri, tuntutan audiens, dan logika platform digital. Temuan ini menegaskan bahwa keterbukaan diri dalam konteks influencer mahasiswa merupakan bagian dari praktik pengelolaan identitas digital yang kompleks dan berlapis. Dengan demikian, self-disclosure berfungsi tidak hanya sebagai ekspresi personal, tetapi juga sebagai strategi komunikasi dalam ekosistem media sosial yang kompetitif.

Integrasi Self-Disclosure dan Digital Emotional Intelligence (DEI): Kerangka Analitis Baru dalam Identitas Digital

Integrasi self-disclosure dengan kerangka Digital Emotional Intelligence (DEI) dari DQ Institute menawarkan perspektif baru tentang bagaimana pengelolaan emosi digital berperan dalam pembentukan identitas influencer. Tiga dimensi DEI yang paling relevan dalam konteks ini adalah Self-

Awareness and Management, Relationship Management, dan Digital Empathy (Ekawati et al., 2025; Shalini Sharma et al., 2022).

a. Self-Awareness and Management

Influencer menunjukkan tingkat kesadaran diri digital yang tinggi dalam menentukan batasan-batasan pengungkapan. Mereka memahami implikasi setiap unggahan terhadap citra diri, reputasi, serta persepsi audiens. Kesadaran diri ini mengarahkan influencer untuk menahan konten yang bersifat sensitif, menghindari reaksi impulsif terhadap kritik, dan merancang konten yang lebih stabil secara emosional. Dengan demikian, self-awareness bukan hanya kesadaran intrapersonal, tetapi juga kesadaran sosial-digital yang membentuk pola interaksi dan representasi.

b. Relationship Management

Kemampuan mengelola hubungan digital terlihat dari cara influencer merespons komentar, menciptakan dialog melalui story, dan mempertahankan komunikasi yang sopan serta inklusif. Influencer memahami bahwa hubungan parasosial dapat memengaruhi engagement, loyalitas audiens, dan bahkan potensi kerja sama komersial. Oleh sebab itu, kemampuan relational menjadi bagian dari *emotional labor* yang mereka jalankan dalam keseharian digital.

c. Digital Empathy

Digital empathy tampak melalui cara influencer merespons curahan hati audiens, menghindari bahasa yang berpotensi menyinggung, serta memperlihatkan kepedulian terhadap isu-isu emosional yang dihadapi pengikut mereka. Meskipun tidak semua pesan dibalas, para influencer berusaha menunjukkan empati melalui bahasa yang hangat, penggunaan emoji yang tepat, dan penekanan pada dukungan emosional ringan. Digital empathy memperkuat ikatan parasosial dan menciptakan ruang aman bagi audiens untuk berbagi pengalaman.

Integrasi ketiga aspek DEI (*display rules*, *emotional labor*, dan *emotional intelligence*) dalam penelitian ini mempertegas bahwa identitas digital influencer mahasiswa merupakan hasil dari proses negosiasi emosional yang berlangsung secara dinamis di

antara tuntutan platform, kebutuhan audiens, dan kapasitas emosional individu. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas digital tidak bersifat statis, melainkan terus-menerus dibentuk dan dinegosiasikan melalui pengelolaan emosi, strategi representasi diri, serta interaksi sosial dalam jaringan media sosial.

Hingga saat ini, kajian mengenai self-disclosure dan identitas digital di media sosial umumnya membahas influencer profesional atau pengguna media sosial secara umum, tanpa secara khusus mengkaji influencer mahasiswa dengan kerangka integratif DEI. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan keterbaruan (*novelty*) dengan menempatkan influencer mahasiswa sebagai subjek utama serta mengaitkan praktik self-disclosure dengan dimensi emosional secara konseptual dan empiris. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya khazanah studi komunikasi digital, khususnya dalam memahami relasi antara emosi, identitas, dan praktik komunikasi di kalangan generasi muda terdidik di ruang digital.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik self-disclosure influencer mahasiswa Yogyakarta di Instagram merupakan bentuk komunikasi digital yang bersifat strategis dan terkurasi, yang dijalankan dengan kesadaran tinggi terhadap identitas diri dan audiens. Pengungkapan diri tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui pemilihan konten dan fitur platform yang disesuaikan dengan tujuan representasi diri, relasi dengan audiens, serta tuntutan visibilitas dalam ekosistem media sosial.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi identitas digital influencer mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh strategi representasi visual, tetapi juga oleh kapasitas Digital Emotional Intelligence (DEI) dalam mengelola emosi, relasi sosial, dan empati digital. Hal ini memberikan implikasi teoretis bahwa kajian self-disclosure dan identitas digital perlu dipahami sebagai proses negosiasi emosional yang kontekstual, terutama pada kelompok sosial yang berada di persimpangan antara identitas personal, akademik, dan publik digital.

Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi influencer dan praktisi komunikasi untuk lebih memperhatikan batas keterbukaan diri, kesehatan emosional, serta kualitas relasi dengan audiens dalam membangun identitas digital yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi dinamika self-disclosure pada kelompok sosial yang berbeda, mengkaji peran faktor gender dan budaya, serta meneliti hubungan antara kapasitas DEI dengan performa engagement dan keberlanjutan identitas digital di berbagai platform media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023). DI Yogyakarta Raih Indeks Literasi Digital Tertinggi Nasional pada 2022. Katadata Media Network.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/5a3963423228f2a/di-yogyakarta-raih-indeks-literasi-digital-tertinggi-nasional-pada-2022>
- Arif, M., & Syafrini, D. (2022). Motif Self Disclosure Mahasiswa Melalui Instagram Story (Studi: Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNP). 5, 394–403.
- Budiani, A. N., Fauzi, F., & Bantar, G. Y. (2023). Gambaran Self disclosure Pengguna Second account Instagram (Studi Fenomenologi Self disclosure Pengguna Second account Instagram Pada Dewasa Awal). 7, 17238–17243.
- Devito, J. A. (2011). Komunikasi antar manusia edisi kelima. Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Duile, T., & Tamma, S. (2021). Political language and fake news: Some considerations from the 2019 election in Indonesia. Indonesia and the Malay World, 49(143), 82–105.
<https://doi.org/10.1080/13639811.2021.1862496>
- Ekawati, R., Prasetyo, E., Saputro, N., Adikara, G. J., & Tesa, A. (2025). Students ' Interpersonal Communication in Building Closeness With Lecturers and Fellow Students in The Digital Era. Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(4), 34–46.
- Fauziah, S., Sabilla, K. El, & Pikoli, A. Y. (2025). Scroll , Tap , Repeat: Habitus Digital sebagai Petualangan Identitas dalam Dunia Virtual Scroll , Tap , Repeat: Habitus Digital as Identity Journey in Virtual Space. 33, 82–95.
<https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.97608>
- Goffman, E. (2023). The presentation of self in everyday life. In Social theory re-wired (pp. 450–459). Routledge.
- Hine, C. (2012). Virtual

- Ethnography. Virtual Ethnography.
<https://doi.org/10.4135/9780857020277>
- Hoose, Fabian, & Rosenbohm, Sophie. (2023). Self-representation as platform work: Stories about working as social media content creators. *Convergence*, 30(1), 625–641.
<https://doi.org/10.1177/13548565231185863>
- Ivana, A., Safira, P., & Madiun, U. P. (2023). Self-Disclosure pada Media Sosial Instagram. 2(1), 360–366.
- Maehler, D. B., & Daikeler, J. (2024). The cultural identity of first-generation adult immigrants: A meta-analysis. *Self and Identity*, 23(5–6), 450–483.
<https://doi.org/10.1080/15298868.2024.2399559>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
<https://books.google.co.id/books?id=3CNrUbTu6CsC>
- Papacharissi, Z. (2010). *A Networked Self Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203876527>
- Shalini Sharma, Dhhruv Sachdeva, Jayent Malhotra, & Tanya Juneja. (2022). Social Media Usage, Fear of Missing Out and Personality: A Comparative Study of Gen Z and Millennials. *International Journal of Indian Psychology*, 11(3 SE-Articles).
<https://doi.org/10.25215/1103.423>
- Susanti, D., & Hantoro, P. D. (2022). Indonesian Netizens' Digital Self and Identity Creation on Social Media. *Komunikator*, 14(2), 104–113.
<https://doi.org/10.18196/jkm.16541>
- Syafuddin, K., & Okta Wibowo, T. (2023). Commodification of Religion-Based Audiovisual Content on the Youtube Channel (Case Study on Islam Populer Youtube Channel). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(5), 1371–1380.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i5.745>
- Van Kessel, C., Manriquez, J. D., & Kline, K. (2025). Baudrillard, hyperreality, and the 'problematic' of (mis/dis)information in social media. *Theory and Research in Social Education*, 53(2), 249–271.
<https://doi.org/10.1080/00933104.2024.2439302>
- Yahya, F., Kurniawan, A. W., & Sukmawati, I. (2024). Instagram Story Sebagai Media Self Disclosure. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:274604484>