

# Instagram Antara Publish dan Privasi Bagi Generasi Z

<sup>1</sup>Dhiya Aula Fillah, <sup>2</sup>Cut Chusnul Agmeliani

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

<sup>1</sup>[200401063@student.ar-raniry.ac.id](mailto:200401063@student.ar-raniry.ac.id), <sup>2</sup>[220401013@ar-raniry.ac.id](mailto:220401013@ar-raniry.ac.id)

## Abstract

*Generation Z lives in the midst of a paradox between the desire to showcase themselves publicly on Instagram and the awareness of the importance of privacy. This research explores the dilemma faced by Generation Z in using Instagram, namely the desire to publish content and the need to maintain privacy. Generation Z is caught in the dilemma between publishing and privacy. On one hand, they want to publish the content they create, but on the other hand, they want to maintain privacy over that content, yet unconsciously, they have shared private things. With a descriptive qualitative approach, this study uses the Self-Disclosure and Johari Window theories to analyze how Generation Z manages their digital identity. The research results show that Generation Z utilizes Instagram features such as private mode and close friends to balance openness and privacy. They selectively share information to build their self-image while maintaining control over their personal aspects. These findings provide insights into how social media can support young people in navigating between publicity and privacy, as well as its implications for digital identity management in the modern era.*

**Keywords:** Generation Z, Instagram, Privacy, Publish

## Abstrak

*Generasi Z hidup di tengah paradoks antara hasrat untuk menampilkan diri secara publik di Instagram dan kesadaran akan pentingnya privasi. Penelitian ini mengeksplorasi dilema yang dihadapi Generasi Z dalam menggunakan Instagram, yaitu antara keinginan untuk mempublikasikan konten dan kebutuhan menjaga privasi. Generasi Z terperangkap dalam dilema antara publish dan privasi. Di satu sisi mereka ingin mempublish konten yang mereka hasilkan di sisi lain mereka ingin menjaga privasi atas konten-konten tersebut tetapi tanpa sadar mereka telah membagikan hal-hal yang privat. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, studi ini menggunakan teori Self-Disclosure dan Johari Window untuk menganalisis bagaimana Generasi Z mengelola identitas digital mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti mode privat dan close friends untuk menyeimbangkan antara keterbukaan dan privasi. Mereka secara selektif membagikan informasi untuk membangun citra diri sambil tetap menjaga kontrol atas aspek pribadi mereka. Temuan ini memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat mendukung generasi muda dalam menavigasi antara publikasi dan privasi, serta implikasinya terhadap manajemen identitas digital di era modern.*

**Kata Kunci:** Generasi Z, Instagram, Privasi, Publish

## PENDAHULUAN

Era digital adalah suatu periode ketika teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan cepat dan memberikan kontribusi yang signifikan pada perubahan gaya hidup, pola kerja, dan interaksi sosial individu. Pesatnya perkembangan teknologi internet ini pada akhirnya banyak menciptakan berbagai platform media sosial. Media sosial merupakan platform daring yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi dan membuat konten, termasuk weblog, komunitas online, ensiklopedia online, forum online, dan dunia virtual. Platform-platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Youtube menjadi wadah yang memiliki peluang besar untuk seseorang dalam mencari koneksi sosial. Jangkauan platform-platform media sosial ini dapat menyentuh seluruh garis kehidupan masyarakat seperti life style, pendidikan, perekonomian, politik, kesehatan, kehidupan sosial serta berbagai interest masyarakat. Generasi yang berperan aktif dalam berbagai platform tersebut salah satunya adalah Generasi Z<sup>1</sup>.

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh di era teknologi digital yang sudah matang dan akrab dengan konektivitas online sejak usia dini. Mereka sering disebut sebagai "digital native" karena mudahnya akses yang mereka miliki terhadap informasi dan teknologi. Generasi ini terdiri dari individu yang lahir setelah tahun 2000 hingga saat ini. Generasi Z, yang lahir dan tumbuh di era internet, hidup dalam lingkungan digital yang sangat terbuka, di mana berbagi momen di media sosial, terutama Instagram, menjadi

---

<sup>1</sup> H Fitri, D S Hariyono, dan G A Arpandy, "Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial," *Jurnal Psikologi* 1, no. 4 (2024): 21.

hal yang lazim dan sering kali menarik. Namun, mereka sering kali mengalami dilema antara keinginan untuk menunjukkan diri kepada dunia dan kebutuhan untuk melindungi privasi mereka. Di satu sisi, mereka ingin menunjukkan pencapaian, momen indah, dan keseharian mereka di media sosial. Namun di sisi lain, mereka juga menyadari risiko yang bisa muncul dari membuka terlalu banyak informasi<sup>2</sup>.

Berdasarkan wawancara peneliti terhadap 13 mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam Univertas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang aktif menggunakan media sosial instagram, ketiga belas subjek generasi Z menggunakan empat sampai lima platform media sosial yang berbeda seperti Tiktok, Instagram, Whatsapp, Youtube dan X dengan waktu lebih dari 8 jam per hari. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z telah mengalami adiksi terhadap media sosial. Hal ini dapat ditimbulkan akibat individu merasa tidak keren jika tidak terhubung dengan sosial media atau tidak memperoleh informasi dari sosial media yang mereka gunakan dan hal tersebut sehingga timbulnya perasaan takut, cemas serta khawatir. Hal tersebut dapat menjadi tanda bahwa individu mengalami Fear of Missing Out (FOMO) yakni berupa perasaan cemas atau khawatir karena mereka tidak ikut serta dalam sesuatu aktivitas sosial maupun sesuatu yang sedang populer atau menyenangkan. Permasalahan ini penting untuk diteliti karena Generasi Z adalah pengguna utama media sosial dan sering kali harus mempertimbangkan, apakah informasi yang mereka bagikan

---

<sup>2</sup> R Rosemary, N Susilawati, dan A Hanifah, "Pengungkapan Diri Selebgram Aceh Melalui Instagram Story," *Jurnal Komunikasi Global* 11, no. 1 (2022): 88–111.

bisa berdampak pada privasi dan keamanan pribadi mereka<sup>3</sup>.

Dalam penelitian ini ingin mendalami bagaimana Generasi Z menyeimbangkan antara kebutuhan untuk menjaga privasi dan keinginan untuk mempublikasikan informasi pribadi di Instagram. Disamping itu faktor apa saja yang memengaruhi keputusan Generasi Z dalam menentukan informasi yang akan dibagikan di media sosial?

Beberapa penelitian dan teori sebelumnya telah membahas tentang bagaimana perilaku seseorang di media sosial dipengaruhi oleh konsep privasi digital, kebebasan dalam mengungkapkan diri, dan kecenderungan untuk berbagi informasi. Teori-teori tersebut mengungkap bahwa pengguna, khususnya dari Generasi Z, cenderung memandang media sosial sebagai sarana untuk menampilkan diri mereka. Namun, mereka juga menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara privasi dan eksposur di ruang publik digital ini. Melalui pemahaman dari teori komunikasi digital, self-disclosure<sup>4</sup>.

Penelitian ini menggunakan teori *self-disclosure* yang diperkaya dengan pendekatan model Johari Window, yang terdiri dari empat kuadran. Teori *self-disclosure* atau keterbukaan diri membahas bagaimana individu mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain, yang di media sosial menjadi sangat relevan karena pengguna seringkali harus memilih informasi apa yang akan dibagikan atau disimpan. Dengan menggunakan teori *self-*

---

<sup>3</sup> R S Kurnia, H Syam, dan M Risma, "Gambaran Konsep Diri Siswa Kelas X Ditinjau dari Teori Johari Windows di SMA N 3 Payakumbuh," *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia (JPPI)* 1, no. 1 (2023): 286–90.

<sup>4</sup> R D Mahardika dan F Farida, "Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory," *Jurnal Studi Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 101–17.

*disclosure* dan model Johari Window, penelitian ini mencoba memahami bagaimana Generasi Z menavigasi antara keinginan untuk membagikan konten di Instagram dan kebutuhan menjaga privasi. Keempat kuadran Johari Window membantu menjelaskan pilihan Generasi Z dalam menentukan informasi mana yang layak dipublikasikan dan mana yang perlu disimpan secara pribadi<sup>5</sup>.

## METODE PENELITIAN

### 1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian jenis kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan<sup>6</sup>.

Metode Deskriptif adalah suatu prosedur analisis sebuah masalah yang akan diselidiki (individu, instansi/lembaga, masyarakat dan lain sebagainya) disaat yang sekarang ini berdasarkan fakta-fakta yang terlihat, atau sejauh apa yang ada.

### 2. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah general dari sebuah objek atau

---

<sup>5</sup> A T Z Sukarsa dan N Yuliana, "Self Disclosure Pasangan Long Distance Relationship dalam Membangun Hubungan Harmonis," *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2, no. 5 (2023): 91–100.

<sup>6</sup> H. Restu et al., *Metode Penelitian*, ed. oleh Desi Amidasti (Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama), 2021), <http://surl.li/hsuit>.

subjek penelitian yang memiliki jumlah tertentu yang boleh ditetapkan langsung oleh penelitian perumus-rumus tertentu untuk selanjutnya menjadi pertimbangan atau sumber penelitian. Populasi dapat berupa makhluk hidup seperti manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, nilai, peristiwa, gejala, sikap hidup, dan objek-objek lainnya, yang dapat menjadi sumber data penelitian.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 13 Mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah dasar dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti akan kesulitan untuk mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan secara natural setting (kondisi yang alamiah), teknik pengumpulan data lebih banyak pada bagian observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### 4. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang diterapkan adalah pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan data yang terkumpul dalam bentuk teks, gambar, dan bukan angka. Data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti studi pustaka, wawancara, observasi dan catatan lapangan, diuraikan secara rinci untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas terhadap fenomena yang diamati. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama berada di lapangan, dan setelah

penelitian di lapangan selesai<sup>7</sup>. Analisis data versi Miles dan Huberman, bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Generasi Z menyeimbangkan antara kebutuhan untuk menjaga privasi dan keinginan untuk mempublikasikan informasi pribadi di Instagram. Dan Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan Generasi Z dalam menentukan informasi yang akan dibagikan secara publik atau disimpan sebagai privasi di Instagram<sup>8</sup>.

### A. Kebiasaan Generasi Z di Media Sosial

Dalam wawancara, banyak responden yang menggambarkan kebiasaan berbagi konten mereka di Instagram, dengan beberapa responden lebih terbuka tentang masalah pribadi. **Miftari Rauzah** mengungkapkan, *"Saya sering berbagi curhatan di instastory misalnya masalah pertemanan, keluarga, dan bahkan baru-baru ini saya curhat kondisi wajah yang lagi bermasalah."* Hal ini menunjukkan bagaimana Instagram digunakan untuk berbagi momen atau perasaan pribadi.

Namun, **Althaf Abid** dan **Daiyan Adhita Al-Ghifari** menekankan bahwa media sosial bukan tempat untuk berbagi masalah pribadi. **Daiyan** berpendapat, *"Hal-hal seperti masalah keluarga dan pribadi sebaiknya tidak dibagikan di Instagram, itu*

---

<sup>7</sup> Abdussamad Zuhri, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2022.

<sup>8</sup> M Saputra et al., "Analisis Tingkat Kesadaran Risiko Keamanan dan Privasi dalam Bermedia Sosial Berdasarkan Gender dan Generasi," *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi* 3, no. 5 (2024): 44–54.



adalah privasi." Ini mencerminkan perbedaan kebiasaan antara individu yang memilih untuk berbagi dan yang lebih suka menjaga hal-hal pribadi.

➤ Fenomena Oversharing:

Beberapa responden, seperti Miftari Rauzah, lebih nyaman dengan berbagi "oversharing" di Instagram. Rizky Aditama Chaniago juga membagikan hal-hal "random" dan lucu di media sosial. *"Saya suka bagi postingan hal lucu ke teman, karena kadang relate dengan kehidupan,"* ujarnya. Kebiasaan ini menunjukkan bagaimana Instagram bisa menjadi saluran ekspresi diri yang lebih bebas.

## **B. Batasan antara konten Publik dan Pribadi**

Batasan antara konten publik dan pribadi di media sosial berkaitan dengan bagaimana individu memutuskan untuk membagikan atau menyembunyikan informasi mereka. Seringkali, ada pertimbangan yang mendalam mengenai apa yang pantas dibagikan secara publik dan apa yang harus tetap bersifat pribadi atau hanya dibagikan kepada orang tertentu.

Sherliza Ihwana memberikan penjelasan tentang pentingnya membatasi apa yang dibagikan terkait keluarga. *"Saya enggak pernah bagiin masalah keluarga atau foto keluarga di Instagram,"* katanya. Ini menunjukkan bahwa bagi beberapa orang, keluarga adalah area yang sangat pribadi dan harus dijaga privasinya.

Said Imamuddin juga memiliki pandangan yang sama tentang batasan media sosial. *"Media sosial bukan tempat adu*



*nasib, itu untuk personal branding," ujarnya. Menurutnya, media sosial lebih baik digunakan untuk tujuan profesional atau berbagi hal-hal positif, bukan untuk mengumbar masalah pribadi yang tidak relevan dengan citra yang ingin dibangun.*

### **C. Alasan di Balik Pilihan Publik atau Pribadi**

Alasan di balik pilihan untuk membagikan sesuatu secara publik atau pribadi di media sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keinginan untuk mendapatkan validasi sosial, menjaga citra diri, atau hanya sekedar berbagi pengalaman pribadi dengan teman-teman terdekat. seperti yang disampaikan oleh Sherliza Ihwana bahwa ia lebih memilih untuk menjaga privasi terkait masalah keluarga karena menyadari dampak dari jejak digital. *"Saya lebih memilih untuk privasi masalah keluarga, karena jejak digital itu abadi," jelasnya.*

Di sini, Liza mengingatkan tentang pentingnya mengelola informasi pribadi dengan hati-hati, karena apa yang dibagikan di media sosial bisa bertahan lama dan bisa disalahgunakan.

Inne Nuriel Primestike, yang lebih terbuka dalam berbagi perasaan pribadinya, mengungkapkan bahwa ia merasa mendapat dukungan dari teman-temannya saat berbagi masalah. *"Reaksi orang itu kadang membuat saya lebih semangat, mereka memberi dukungan yang bikin saya merasa lebih baik," ujarnya.* Ini menunjukkan bahwa untuk sebagian orang, media sosial menjadi sarana untuk mencari dukungan sosial yang bisa membantu mereka menghadapi kesulitan.

## **D. Fitur Privasi di Instagram dan Cara Generasi Z Menggunakannya**

Fitur privasi di Instagram memungkinkan pengguna untuk mengelola siapa yang dapat melihat konten mereka. Fitur seperti close friends atau pengaturan akun pribadi memberi pengguna kontrol lebih besar atas siapa yang bisa mengakses informasi yang mereka bagikan.

Karimullah Azhar mengungkapkan bagaimana ia menggunakan fitur privasi Instagram untuk mengontrol siapa yang melihat konten pribadinya. *"Instagram bisa lebih privasi, mudah memilih siapa yang akan masuk dalam close friend, jadi kalau mau cerita apapun, ya enggak masalah," katanya.* Dengan menggunakan fitur close friends, ia merasa lebih nyaman membagikan cerita pribadi kepada orang-orang yang sudah dipilih dan dipercaya.

Rizky Aditama Chaniago juga menggunakan fitur ini. *"Saya merasa lebih nyaman menggunakan close friends karena bisa memilih siapa yang melihat cerita saya," ujarnya.* Ini menunjukkan bagaimana generasi Z sangat memperhatikan siapa yang bisa melihat kehidupan pribadi mereka di media sosial.

## **E. Dampak Sosial dan Emosional dari Publikasi dan Privasi**

Dampak sosial dan emosional berkaitan dengan bagaimana konten yang dibagikan di media sosial mempengaruhi kesejahteraan mental dan hubungan sosial penggunanya. Tanggapan dari teman atau pengikut di media sosial bisa memberikan dampak positif atau negatif.

Beberapa responden mengakui bahwa mereka merasa terpengaruh oleh reaksi orang lain terhadap apa yang mereka bagikan di media sosial. Anna Rizatil mengatakan, *"Kalau komentar yang saya dapatkan kurang bagus dan membuat sakit hati, saya hapus story-nya."* Hal ini menunjukkan bahwa komentar negatif di media sosial bisa berdampak buruk pada kesejahteraan emosional pengguna.

Namun, bagi Inne Nuriel Primestike, mendapatkan komentar positif justru memberi energi dan motivasi. *"Reaksi orang yang mendukung membuat saya lebih semangat dan percaya diri," ujarnya. Ini menunjukkan bahwa dampak sosial di media sosial tidak hanya negatif, tetapi juga bisa memberikan dampak positif yang memperkuat rasa percaya diri.*

## **F. Persepsi Tentang Privasi Digital dan Jejak Digital**

Persepsi tentang privasi digital mengacu pada kesadaran dan sikap seseorang terhadap pentingnya melindungi informasi pribadi di dunia maya. Jejak digital adalah jejak yang ditinggalkan oleh setiap aktivitas online, yang bisa bertahan lama dan memiliki dampak jangka panjang. Sherliza Ihwana mengingatkan tentang pentingnya menjaga jejak digital. *"Sosial media itu punya rekam jejak digital, jadi kita gaboleh over-sharing," katanya.* Ia menekankan bahwa informasi yang dibagikan bisa tetap ada selamanya, sehingga perlu berhati-hati dalam memilih konten yang dibagikan.

Liza juga menambahkan bahwa ia sangat selektif dalam berbagi informasi di media sosial. *"Jejak digital itu permanen, jadi saya lebih berhati-hati dalam memilih apa yang harus*

*dibagikan,"* ungkapnya. Ini mencerminkan kesadaran yang semakin tinggi di kalangan generasi Z tentang dampak jangka panjang dari apa yang mereka bagikan secara online.

## **G. Strategi Mengelola Publikasi dan Privasi di Instagram**

Strategi mengelola publikasi dan privasi di Instagram berhubungan dengan bagaimana seseorang memutuskan untuk mengelola konten yang mereka bagikan, baik itu untuk tujuan pribadi, profesional, atau untuk menjaga privasi mereka di dunia maya.

Sherliza Ihwana dan Said Imamuddin menunjukkan bahwa mereka sudah menggunakan media sosial dengan bijak dan selektif. Sherliza mengatakan, *"Saya tahu mana yang harus dibagikan dan mana yang tidak. Saya selalu berhati-hati agar tidak membagikan hal-hal yang melanggar etika."* Sementara itu, Said Imamuddin berpendapat bahwa media sosial seharusnya digunakan untuk personal branding. *"Fungsi media sosial itu untuk personal branding, bukan untuk adu nasib,"* ujarnya. Ini menunjukkan bahwa bagi mereka, menjaga citra di dunia maya adalah hal yang sangat penting.

Di sisi lain, Miftari Rauzah mengungkapkan bahwa berbagi di Instagram membantu meredakan tekanan emosional. *"Berbagi di Instagram membantu mengurangi beban saya,"* ujarnya. Hal ini menunjukkan bahwa bagi sebagian orang, berbagi masalah pribadi di media sosial bisa menjadi cara untuk mencari dukungan emosional.

## PEMBAHASAN

Teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teori johari window (*self Disclosure*) oleh Joseph Luft dan Harry Inghampada tahun 1955. Teori johari windows adalah salah satu teori yang menjelaskan pengungkapan diri. Empat kuadran mewakili tingkat kesadaran diri dan keterbukaan dalam Johari Windows. Kegunaan model Jendela Johari sebagai bagian dari proses komunikasi adalah membantu melakukan pengamatan terhadap cara seseorang paham akan dirinya, dinamika self awareness yang berhubungan dengan perasaan, perilaku maupun motif diri seseorang dapat diketahui melalui model Jendela Johari. Teori Johari Window sangat relevan untuk memahami bagaimana Generasi Z mengelola privasi dan publikasi diri mereka di media sosial, terutama di platform seperti Instagram.

Dalam konteks ini, *self-disclosure* atau pengungkapan diri menjadi konsep kunci yang mempengaruhi cara mereka membagikan informasi pribadi dan membentuk citra diri mereka di dunia digital. Johari Window membagi pengungkapan diri menjadi empat area: Arena Terbuka, Area Tersembunyi, Area Buta, dan Area Tidak Dikenal. Di Instagram, Arena Terbuka adalah informasi yang dibagikan dan diketahui oleh orang lain serta diri mereka sendiri. Ini termasuk konten yang mereka pilih untuk dibagikan secara terbuka dengan publik, seperti aktivitas sehari-hari, pemikiran positif, atau informasi yang mereka anggap tidak mengancam privasi mereka. Area Tersembunyi, di sisi lain, mencakup informasi pribadi yang mereka simpan hanya untuk diri mereka sendiri atau untuk orang-orang yang mereka percayai, seperti masalah keluarga atau perasaan pribadi yang tidak ingin

dibagikan dengan publik.

Generasi Z cenderung sangat selektif dalam memperluas Arena Terbuka mereka di media sosial. Beberapa memilih untuk menjaga sebagian besar informasi mereka di Area Tersembunyi, menyadari bahwa apa yang mereka bagikan bisa membentuk citra digital mereka yang bersifat permanen. Pengelolaan konten pribadi ini juga mencerminkan kesadaran mereka akan jejak digital, yaitu jejak yang ditinggalkan setiap kali mereka membagikan sesuatu secara online. Mereka paham bahwa informasi yang dibagikan dapat terus ada di internet dan mempengaruhi reputasi mereka, baik sekarang maupun di masa depan. Oleh karena itu, banyak dari mereka yang memilih untuk menjaga beberapa aspek kehidupan pribadi tetap tersembunyi, seperti masalah keluarga atau perasaan yang lebih intim.

Meskipun banyak yang membatasi Arena Terbuka, fitur privasi Instagram, seperti *close friends*, memberi Generasi Z kontrol atas siapa yang dapat melihat konten pribadi mereka, menjaga keseimbangan antara berbagi dan privasi. *Dampak self-disclosure* juga signifikan, karena reaksi positif atau negatif dari audiens dapat memengaruhi kondisi emosional mereka. Yang terbuka lebih memperhatikan respon audiens, sementara yang tertutup menjaga Area Tersembunyi untuk menghindari dampak negatif. Secara keseluruhan, teori Johari Window menggambarkan bagaimana Generasi Z menyeimbangkan berbagi dan menjaga privasi di media sosial, dengan fitur privasi yang memungkinkan kontrol lebih besar terhadap informasi yang dibagikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fitri, H, D S Hariyono, dan G A Arpandy. “Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial.” *Jurnal Psikologi* 1, no. 4 (2024): 21.
- Kurnia, R S, H Syam, dan M Risma. “Gambaran Konsep Diri Siswa Kelas X Ditinjau dari Teori Johari Windows di SMA N 3 Payakumbuh.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia (JPPI)* 1, no. 1 (2023): 286–90.
- Mahardika, R D, dan F Farida. “Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory.” *Jurnal Studi Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 101–17.
- Restu, H., H.R. Marwan Indra Saputra, Aris Triyono, dan Suwaji. *Metode Penelitian*. Diedit oleh Desi Amidasti. Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama), 2021. <http://surl.li/hsuit>.
- Rosemary, R, N Susilawati, dan A Hanifah. “Pengungkapan Diri Selebgram Aceh Melalui Instagram Story.” *Jurnal Komunikasi Global* 11, no. 1 (2022): 88–111.
- Saputra, M, V Lioe, D Marselio, dan A M Wilhelmus. “Analisis Tingkat Kesadaran Risiko Keamanan dan Privasi dalam Bermedia Sosial Berdasarkan Gender dan Generasi.” *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi* 3, no. 5 (2024): 44–54.
- Sukarsa, A T Z, dan N Yuliana. “Self Disclosure Pasangan Long Distance Relationship dalam Membangun Hubungan Harmonis.” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2, no. 5 (2023): 91–100.
- Zuhri, Abdussamad. *Metode Penelitian Kualitatif*, 2022.



