

PHENOMENOLOGICAL STUDY OF HYPERHONEST ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA OF FUAD IAIN PAREPARE STUDENT

STUDI FENOMENOLOGI HYPERHONEST PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHASISWA FUAD IAIN PAREPARE

¹Sri Hastuti, ² Muhammad Qadaruddin, ³ Nur Annisa

^{1,2,3}IAIN Parepare, Parepare, Indonesia

E-mail: srihastuti@iainpare.ac.id, muhammadqadaruddin@iainpare.ac.id, andidianfitriana@iainpare.ac.id

089504185102

Abstract

The purpose of this study is to explore the form of expression regulation of FUAD students' hyperhonest on Instagram media, to describe the motives of FUAD students' hyperhonest on Instagram media, and to measure the impact of FUAD students' hyperhonest on Instagram media. The method used is a descriptive qualitative method using a phenomenological approach to explore students' in-depth experiences related to hyperhonest on Instagram media. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques by means of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study are, (1) Many FUAD students like to express themselves on Instagram media. Students share moments and feelings, spontaneously and transparently, both sad and happy (over disclosure). Many express themselves through photos, videos with captions, while some use quotes or backsound according to the student's condition. (2) Some FUAD students choose to use a second account to express themselves which can only be accessed by certain people. Students feel more comfortable, free, and satisfied when expressing themselves on Instagram. Instagram media is also used as a place to store moments that have been done. (3) The impact of FUAD students' hyperhonest on Instagram media gets support and positive suggestions from followers, some also get hate speech, body shaming and bullying which have a negative impact on students' lives.

Keyword: *Hyperhonest, Instagram Media, Students*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini, untuk mengeksplorasi bentuk regulasi ekspresi dari *hyperhonest* mahasiswa FUAD pada media *Instagram*, untuk mendeskripsikan motif dari *hyperhonest* mahasiswa FUAD pada media *Instagram*, dan untuk mengukur dampak dari *hyperhonest* mahasiswa FUAD pada media *Instagram*. Metode yang digunakan penelitian ini adalah, metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman yang mendalam mahasiswa terkait *hyperhonest* di media *Instagram*. Teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan Teknik analisis data dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah, (1) Banyak mahasiswa FUAD suka mengekspresikan diri di media *Instagram*. Mahasiswa membagikan momen dan perasaan, secara spontan dan transparan, baik sedih maupun senang (*over disclosure*). Banyak yang mengungkapkan diri melalui foto, video dengan *caption*, sementara beberapa menggunakan *quotes* atau *backsound* sesuai dengan kondisi mahasiswa. (2) Beberapa mahasiswa FUAD memilih untuk menggunakan *second accoutn* untuk mengekspresikan diri yang hanya dapat diakses oleh orang tertentu. Mahasiswa merasa



Karya ini dilisensikan di bawah [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) .

lebih nyaman, bebas, dan puas ketika mengungkapkan diri di *Instagram*. Media *Instagram* juga digunakan sebagai tempat untuk menyimpan momen yang pernah dilakukan. (3) Dampak *hyperhonest* mahasiswa FUAD di media *Instagram* mendapatkan dukungan dan saran positif dari *followers*, beberapa juga mendapatkan *hate speech*, *body shaming* dan *bullying* yang berdampak negatif pada kehidupan mahasiswa.

Kata kunci: Media Instagram, Hyperhonest; Mahasiswa

PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Media sosial kini menjadi ruang penting dalam kehidupan masyarakat digital, khususnya generasi muda. Platform seperti Instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi aktivitas, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan diri secara emosional, termasuk fenomena curhat berlebihan yang dikenal sebagai *hyperhonest* (Supriadi, 2017). Data dari We Are Social (2023) menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia menghabiskan rata-rata 7 jam 42 menit per hari, dengan Instagram menjadi salah satu platform utama dengan pengguna aktif mencapai 89,15 juta. Kondisi ini memperlihatkan betapa dominannya media sosial dalam membentuk pola interaksi dan perilaku sosial (Haryanto, 2023).

Fenomena *hyperhonest* menggambarkan kecenderungan individu mengungkapkan informasi personal secara berlebihan di media sosial. Penggunaan Instagram sebagai sarana curhat kini marak terjadi di kalangan mahasiswa (Gumala, 2018). Unggahan berupa cerita pribadi, perasaan sedih, marah, atau masalah hubungan sosial seringkali dibagikan tanpa filter (Bayati, 2019). Meskipun curhat dapat menjadi katarsis dan memberikan dukungan emosional dari orang lain, pengungkapan diri yang tidak terkontrol juga berpotensi melanggar privasi, memicu kesalahpahaman, hingga berdampak hukum, seperti dalam kasus mahasiswi UGM yang dijerat UU ITE akibat unggahan berisi ujaran kebencian (Robi'ah, 2020).

Penelitian ini menyoroti fenomena penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform pengungkapan diri (*self-disclosure*) yang populer di kalangan remaja hingga dewasa, termasuk mahasiswa FUAD IAIN Parepare. Media sosial memungkinkan interaksi bebas tanpa batasan jarak dan waktu, memfasilitasi berbagi cerita melalui foto, video, dan teks, sebagaimana didefinisikan oleh Dave Karpen sebagai ruang interaksi berbasis konten digital. Fenomena *hyperhonest*, yaitu pengungkapan diri berlebihan, menjadi tren di Instagram, di mana pengguna berbagi informasi pribadi untuk merasa lega, didengarkan, atau mendapatkan validasi, meskipun berisiko menimbulkan dampak negatif seperti pelanggaran privasi atau konsekuensi hukum. Dalam konteks Islam, curhat berlebihan di media sosial dapat bertentangan dengan anjuran mencurahkan masalah kepada Allah, seperti dalam QS Yusuf: 86 dan Al-Baqarah: 186.

Survei awal menunjukkan mahasiswa FUAD aktif mengunggah aktivitas dan perasaan di Instagram Stories, mencerminkan kebutuhan ekspresi diri, namun juga menunjukkan potensi *hyperhonest*. Penelitian terdahulu oleh Azzahra (Puteri, 2022), Ria Yunita (Yunita, 2019), dan Radja Erland Hamzah & Citra Eka Putri (Erland Hamzah & Eka Putri, 2020) mengkaji *self-*



Karya ini dilisensikan di bawah [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

disclosure di TikTok, Twitter, dan Facebook, sementara penelitian ini fokus pada Instagram dengan pendekatan fenomenologi dan teori Matriks Sosial Ekspresi dan Regulasi Emosi serta CPM. Topik ini sangat relevan dan aktual, terutama karena menyentuh kehidupan digital mahasiswa masa kini. Fenomena *hyperhonest* di kalangan mahasiswa FUAD IAIN Parepare memberikan warna lokal, sekaligus mengisi kekosongan literatur terkait ekspresi diri berlebihan di lingkungan pendidikan Islam.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji tema *self-disclosure* di media sosial, namun fokus utamanya lebih banyak pada motif penggunaan dan hubungan interpersonal secara umum (Mahendra et al., 2017). Studi mengenai *hyperhonest* sebagai fenomena pengungkapan diri berlebihan dalam konteks budaya digital lokal, terutama pada kalangan mahasiswa di perguruan tinggi keislaman, masih terbatas. Padahal, pengungkapan diri yang berlebihan ini menyentuh isu etis, sosial, dan spiritual yang penting untuk dikaji secara mendalam (Fitriana et al., 2018).

Tinjauan teori dan konseptual penelitian ini berfokus pada pengungkapan diri (*self-disclosure*) di media sosial Instagram, khususnya fenomena *hyperhonest* di kalangan mahasiswa FUAD IAIN Parepare, dengan landasan teori *Communication Privacy Management* (CPM) oleh Sandra Petronio (2002) dan Matriks Sosial Ekspresi dan Regulasi Emosi oleh Gross dan Jhon (1997) (Puteri, 2022). Teori CPM menjelaskan pengelolaan privasi sebagai proses dinamis antara keterbukaan dan privasi, menggunakan metafora batasan privat (personal dan kolektif), kontrol kepemilikan informasi, dan sistem manajemen berbasis aturan yang mencakup pengembangan aturan (berdasarkan budaya, gender, motivasi, konteks, risiko-keuntungan), koordinasi batasan, dan turbulensi batasan. Teori ini menegaskan bahwa individu membuat keputusan tentang pengungkapan berdasarkan kriteria tertentu, dengan risiko (seperti pengungkapan berlebihan) dan manfaat (seperti hubungan intim) (Erland Hamzah & Eka Putri, 2020).

Sementara itu, teori Matriks Sosial Ekspresi dan Regulasi Emosi menyoroti ekspresi emosi positif (bahagia, antusias) dan negatif (marah, sedih) melalui perilaku verbal dan non-verbal, dengan pendekatan berbasis keterampilan (misalnya, *amplify*, *no inhibition*, *qualify*) dan terapeutik (katarsis emosi). Konsep *hyperhonest* didefinisikan sebagai curhat berlebihan di media sosial, yang dapat membangun kepercayaan, keterbukaan, dan pemecahan masalah, namun juga berisiko menyebabkan *cyberbullying*, pencurian data, dan konflik. Ruang publik virtual Instagram, sebagaimana dijelaskan oleh Habermas (1989), memfasilitasi interaksi bebas dan ekspresi diri, tetapi memerlukan etika komunikasi untuk menghindari dampak negatif. Kebutuhan afiliasi (McClelland) mendorong interaksi sosial di Instagram melalui pembentukan hubungan interpersonal, dipengaruhi oleh budaya, situasi psikologis, dan kesamaan, yang memperkuat motivasi pengungkapan diri (Kaur et al., 2021).

Berdasarkan studi awal yang dilakukan peneliti terhadap akun Instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD) IAIN Parepare, ditemukan berbagai bentuk curhat yang bersifat pribadi, baik melalui Instagram Story maupun unggahan *feed*. Curahan tersebut mencakup perasaan sedih, kemarahan terhadap teman, bahkan masalah finansial. Temuan awal ini menunjukkan adanya kecenderungan penggunaan media sosial sebagai media



pelepasan emosi dan membangun validasi sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan memahami fenomena hyperhonest di kalangan mahasiswa FUAD IAIN Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengekspresikan diri di Instagram secara berlebihan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur tentang media digital, etika komunikasi, dan psikologi sosial dalam konteks generasi muda muslim.

METODE (METHODS)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk mengungkap secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) IAIN Parepare terkait fenomena *hyperhonest* di ruang publik media Instagram. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memahami makna pengalaman individu melalui narasi, perilaku, dan dokumentasi visual.

Peneliti terlibat langsung sebagai instrumen utama penelitian dan hadir di lapangan (kampus IAIN Parepare). Subjek penelitian adalah 10 mahasiswa FUAD dari berbagai jurusan dan angkatan, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan keterlibatan mereka dalam fenomena hyperhonest di Instagram. Pengumpulan data dilakukan melalui:

Wawancara mendalam menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur. Instrumen ini disusun dan divalidasi secara internal melalui uji keterbacaan dan konsistensi dengan tujuan penelitian (Gunawan, 2013). Observasi partisipatif, di mana peneliti ikut serta dan mengamati langsung aktivitas subjek di Instagram, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dokumentasi berupa tangkapan layar, foto, dan arsip unggahan di media sosial, serta dokumen tertulis lain yang relevan (Tumangkeng et al., 2022).

Data yang terkumpul dianalisis dengan tahapan menurut Sugiyono, yaitu: Reduksi data, memilah data penting dari wawancara dan observasi; Penyajian data, dalam bentuk narasi dan kutipan langsung; Penarikan kesimpulan, berdasarkan tema dan pola makna yang muncul dari pengalaman subjek (Sugiyono, 2011).

Keabsahan data diuji melalui empat kriteria, yaitu Kredibilitas, triangulasi sumber dan Teknik; Transferabilitas, pelaporan rinci agar dapat direplikasi; Dependabilitas, audit proses penelitian; Konfirmabilitas, dokumentasi sistematis seluruh proses dan temuan (Hefrina Rinjani dan Ari Firmanto, 2013).

Penelitian dilakukan selama 5 bulan dengan tahapan mulai dari pra-penelitian hingga pasca-pengumpulan data. Instrumen yang digunakan meliputi: pedoman wawancara, alat perekam suara, kamera, dan buku catatan lapangan. Tidak digunakan alat atau bahan laboratorium dalam penelitian ini karena fokusnya adalah pengalaman manusia dalam konteks



Karya ini dilisensikan di bawah [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

sosial.

Dalam penelitian kualitatif yang mengkaji fenomena hyperhonest di media Instagram pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) IAIN Parepare, aspek etis diterapkan secara ketat untuk memastikan integritas penelitian dan melindungi kesejahteraan informan, mengingat sensitivitas data yang melibatkan pengungkapan diri pribadi. Informed consent diwujudkan melalui penyampaian informasi secara lisan dan tertulis menggunakan formulir persetujuan yang menjelaskan tujuan penelitian, prosedur pengumpulan data (wawancara mendalam, observasi partisipasi, dokumentasi), potensi risiko, manfaat, dan hak peserta untuk menolak atau mengundurkan diri tanpa konsekuensi.

Kerahasiaan data dijaga dengan menyimpan data mentah (rekaman wawancara, catatan observasi, foto) di perangkat terenkripsi dengan autentikasi dua faktor dan membatasi akses hanya pada peneliti utama. Perlindungan terhadap kerentanan peserta diwujudkan melalui pendekatan wawancara yang sensitif, menghindari pertanyaan yang memicu tekanan emosional, menyesuaikan waktu dan tempat wawancara sesuai kenyamanan informan, dan menawarkan referensi layanan konseling kampus jika wawancara memicu emosi negatif. Langkah-langkah ini memastikan proses penelitian mematuhi standar etika, melindungi privasi dan kesejahteraan informan, serta meningkatkan kepercayaan pembaca terhadap validitas dan integritas penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN (RESULTS AND DISCUSSION)

Bentuk Regulasi Ekspresi Hyperhonest

Regulasi ekspresi emosi mahasiswa FUAD pada media Instagram terbagi ke dalam dua tingkat, yaitu *amplify* dan *noinhibition*. Pada tingkat *amplify*, mahasiswa cenderung mengekspresikan emosi secara terbuka dan spontan tanpa menahan atau mengontrol perasaan, baik itu kebahagiaan, kesedihan, maupun pengalaman pribadi. Observasi menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa FUAD membagikan momen kehidupan secara transparan, seperti menghadiri pernikahan teman atau berkumpul dengan keluarga, yang mencerminkan *over-disclosure*. Contohnya, seorang informan (JS) menyatakan, “Saya membagikan semua momen saya baik itu senang, sedih dan lainnya, dari A sampai Z saya ceritakan.” Hal ini menunjukkan ekspresi emosi yang jujur, memperkuat hubungan dengan pengikut melalui kepercayaan dan keterbukaan.

Pada tingkat *noinhibition*, mahasiswa mengekspresikan emosi sesuai dengan kondisi yang dirasakan, seperti sedih atau bahagia, tanpa manipulasi. Informan (ANI) mengungkapkan, “Kalau sedih ya pasti sedih juga ku upload, kalau bahagia ya bahagia ji juga ku upload.” Fleksibilitas emosional ini terlihat dari kemampuan mahasiswa menyeimbangkan ekspresi positif (*positive expressivity*) dan negatif (*negative expressivity*) secara jujur (Kaur et al., 2021). Ekspresi diri dilakukan melalui foto, video, dan caption, serta dalam bentuk kutipan (quotes) yang relevan dengan perasaan yang dirasakan. Observasi menunjukkan mahasiswa menggunakan Instastory untuk mengunggah konten visual dengan *caption* yang



Karya ini dilisensikan di bawah [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

mengartikulasikan emosi, atau kutipan yang menggambarkan pengalaman pribadi, seperti kebahagiaan atau kekecewaan.

TABEL 1. Bentuk Ekspresi Diri Mahasiswa FUAD di Instagram

Tingkat Ekspresi	Deskripsi	Contoh Ekspresi
Amplify	Ekspresi emosi terbuka tanpa kontrol	Membagikan semua momen (senang, sedih) dari A sampai Z
Noinhibition	Ekspresi seimbang sesuai kondisi	Unggahan foto/video dengan caption atau kutipan sesuai mood

Motif Hyperhonest

Motif pengungkapan diri mahasiswa FUAD di Instagram meliputi mengontrol privasi, mencari feedback, pelepasan emosi (katarsis), dan mengarsipkan momen. Mengontrol privasi dilakukan melalui penggunaan akun kedua (*second account*) yang hanya diakses oleh orang terdekat. Informan (SB) menyatakan, “*Second account*ku bebas mengekspresikan diri, hanya teman terdekat yang bisa lihat.” Hal ini memungkinkan mahasiswa mengelola informasi pribadi dengan aman tanpa eksposur publik. *Feedback* menjadi motif karena mahasiswa merasa lebih nyaman berbagi di Instagram daripada secara langsung, menghindari tekanan respon negatif. Informan (D) menyebutkan, “Saya tidak terlalu bisa cerita langsung karena takut tidak dapat respon baik, jadi saya pilih curhat di Instagram.” Katarsis tercapai ketika mahasiswa merasa lega setelah mengungkapkan emosi, seperti yang diungkapkan informan (ANI), “Pasti kurasa perasaanku lega karena bisa dikeluarkan.” Terakhir, mengarsipkan momen memungkinkan mahasiswa menyimpan kenangan berharga dalam bentuk foto atau video untuk dikenang kembali, seperti yang dinyatakan informan (JS), “Ingin mengarsipkan sebagai memori biar nanti bisa dikenang kembali.”

Dampak Hyperhonest

Dampak pengungkapan diri di Instagram terbagi menjadi positif dan negatif (Rachman, 2021). Dampak positif meliputi dukungan emosional dari pengikut, seperti komentar “semangat” atau “peluk jauh,” yang meningkatkan rasa percaya diri dan koneksi sosial. Informan (DCL) menyatakan, “Pasti ada balasan dari teman bilang ‘semangat ki’ dan kata-kata positif.” Selain itu, mahasiswa mendapatkan saran atau solusi dari pengikut, menciptakan rasa tidak sendirian dalam menghadapi masalah, yang memenuhi kebutuhan afiliasi. Dampak negatif meliputi *hate speech*, *bullying*, dan *body shaming*, yang menyebabkan turbulensi privasi. Informan (N) mengungkapkan, “Ada yang komen ‘kenapa ko kurus sekali,’ jadi ndak percaya diri.” Komentar negatif ini meningkatkan kecemasan, menurunkan harga diri, dan memengaruhi kesejahteraan mental mahasiswa.



TABEL 2. Dampak Hyperhonest di Instagram

Jenis Dampak	Deskripsi	Contoh
Positif	Dukungan emosional, solusi masalah	Komentar “semangat,” saran dari pengikut
Negatif	Hate speech, bullying, body shaming	Komentar “kurus sekali,” “sok galau”

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa FUAD menggunakan Instagram sebagai wadah ekspresi diri dengan tingkat amplifiy dan noinhibition, mencerminkan keterbukaan dan keseimbangan emosi yang sejalan dengan teori regulasi emosi (Sari, 2017). Keterbukaan pada tingkat amplifiy memungkinkan mahasiswa membagikan momen secara spontan, memperkuat hubungan sosial dengan pengikut, sementara tingkat noinhibition menunjukkan fleksibilitas emosional yang mendukung *positive* dan *negative expressivity* (Andini, 2023). Hal ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Radja Erland dan Citra Eka Putri, yang menyatakan bahwa media sosial memfasilitasi ekspresi diri tanpa tekanan langsung, memenuhi kebutuhan untuk didengarkan (Erland Hamzah & Eka Putri, 2020).

Motif pengungkapan diri selaras dengan teori *Communication Privacy Management* (CPM), di mana second account digunakan untuk mengontrol privasi, memungkinkan mahasiswa berbagi secara aman dengan orang terdekat (168solution, 2023). Motif *feedback* dan katarsis mencerminkan kebutuhan emosional untuk merasa lega dan didengar, media sosial memberikan ruang bebas tanpa tekanan sosial (Tricana, 2013). Motif pengarsipan momen didukung fitur Instagram seperti *Feed*, yang memungkinkan penyimpanan kenangan digital, memperkuat interaksi sosial di dunia maya.

Dampak positif dari hyperhonest, seperti dukungan emosional dan solusi dari pengikut, sejalan dengan teori kebutuhan afiliasi McClelland, di mana interaksi di Instagram memenuhi kebutuhan hubungan interpersonal (Salman, 2017). Namun, dampak negatif seperti *hate speech* dan *body shaming* menciptakan turbulensi privasi, meningkatkan kecemasan dan menurunkan kesejahteraan mental, ini merupakan bagian dari efek emosional pengungkapan diri (Simarmata, 2019). Temuan ini mengonfirmasi bahwa Instagram dapat menjadi ruang publik yang mendukung ekspresi diri, tetapi juga rentan terhadap respon negatif yang memengaruhi psikologis pengguna.

Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang fenomena hyperhonest dengan menunjukkan bagaimana mahasiswa FUAD mengelola emosi di media sosial, sekaligus menyoroti perlunya strategi pengelolaan privasi untuk meminimalkan dampak negatif. Temuan ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan pendekatan pendidikan digital yang mendukung ekspresi diri yang sehat di platform media sosial.



SIMPULAN (CONCLUSION)

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan perihal *Hyperhonest* Mahasiswa FUAD melalui media sosial khususnya pada media Instagram, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk regulasi ekspresi dari hyperhonest mahasiswa FUAD pada media sosial khususnya di media Instagram, menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa FUAD adalah over disclosure dimana apapun keadaan yang dirasakan baik dalam keadaan sedih maupun senang (bahagia), dibagikan secara spontan dan transparan tanpa ada upaya menahan atau mengontrol. Mahasiswa yang mengekspresikan diri secara terang-terangan dalam bentuk foto, video yang dilengkapi dengan caption, dan beberapa mahasiswa lainnya memilih mengekspresikan diri secara tersirat dalam bentuk kata-kata (*quotes*) yang relate atau background dengan kondisi yang dirasakan.

Motif dari hyperhonest mahasiswa FUAD pada ruang publik khususnya di media Instagram, menunjukkan bahwa mahasiswa memilih untuk menggunakan akun kedua (*second account*), untuk mengekspresikan diri yang hanya dapat diakses oleh orang tertentu. Dan juga sebagian besar mahasiswa FUAD melakukan pengungkapan di media Instagram, karena merasa lebih nyaman, bebas, dan merasa puas (lega) atau melepaskan emosi (katarsis) ketika mengungkapkan diri di media Instagram dibandingkan mengungkapkan secara langsung kepada orang lain. Selain itu sebagian besar mahasiswa menjadikan media Instagram sebagai tempat untuk menyimpan (pengarsipan) semua momen yang pernah dilakukan oleh mahasiswa. Dampak dari hyperhonest mahasiswa FUAD pada ruang publik khususnya di media Instagram, menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mendapatkan *feedback* yang baik dari followers dalam bentuk dukungan, bahkan mendapatkan saran, solusi, atau dukungan emosi dalam bentuk empati dan pemenuhan kebutuhan afiliasi diri dalam ruang siber dari *followers* ketika mengungkapkan masalah yang dirasakan pada media Instagram. Tidak bisa dipungkiri bahwa beberapa mahasiswa juga yang mendapatkan *hate speech*, *body shaming* dan *bullying* dari *followers*nya sehingga berdampak negatif pada kehidupan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

- 168solution. (2023). *MEDIA SOSIAL & JEJARING SOSIAL (SOCIAL MEDIA & SOCIAL NETWORK)*. 168solution.Com. <http://www.168solution.com/news-info/media-sosial-jejaring-sosial-social-media-social-network>
- Andini, H. (2023). *Mengapa Kita Sering Curhat Di Media Sosial?* PijarPsikologi.Org. <https://pijarpsikologi.org/blog/mengapa-kita-sering-curhat-di-media-sosial>
- Bayati, A. A. Al. (2019). *Nasehat Agar Tidak Bergampangan Curhat Di Media Sosial*. BimbinganIslam. <https://bimbinganislam.com/nasehat-agar-tidak-bergampangan-curhat-di-media-sosial/>
- Erland Hamzah, R., & Eka Putri, C. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 223–229.



Karya ini dilisensikan di bawah [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) .

<http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>

- Fitriana, D., Farid, M., & Nadjib, M. (2018). Facebook Dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Keterbukaan Diri Etnis Bugis Menerima Etnis Lain Sebagai Pasangan Hidup. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 80–91. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/5167>
- Gumala, R. (2018). Pengaruh traits kepribadian, ekspresi emosi dan dukungan sosial online terhadap subjective well-being pengguna media sosial. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44438%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/44438/1/RAIZA GUMALA-FPSI.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44438%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/44438/1/RAIZA%20GUMALA-FPSI.pdf)
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Suryani (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Haryanto, A. T. (2023). *Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta Di Awal Tahun 2023*. Detikinet. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6582738/jumlah-pengguna-internet-ri-tembus-212-9-juta-di-awal-2023>
- Hefrina Rinjani dan Ari Firmanto. (2013). KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS MENGAKSES FACEBOOK PADA REMAJA. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 01(01), 76–85.
- Kaur, P., Islam, N., Tandon, A., & Dhir, A. (2021). Social media users' online subjective well-being and fatigue: A network heterogeneity perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 172(February), 121039. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121039>
- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160. www.frans.co.id
- Puteri, A. S. (2022). “Self Disclosure Generasi Z Melalui TikTok (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). In *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (Vol. 33, Issue 1). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rachman, F. (2021). *Kenapa Orang Suka Curhat di Media Sosial? (Dampak dan Solusinya)*. Satuperson.Net. <https://satupersen.net/blog/curhat-di-media-sosial>
- Robi'ah, S. N. H. (2020). Media Sosial sebagai Ruang Publik Virtual Bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal PUBLIQUE*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/publique.2020.1.1.21-44>
- Salman. (2017). Media Sosial Sebagai Ruang Publik. *Kalbi Socio Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(2). [https://doi.org/2356 - 4385](https://doi.org/2356-4385)
- Sari, P. M. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi - Konsentrasi Hubungan Masyarakat*, 4(2), 1–13.
- Simarmata, S. (2019). MEDIA BARU, RUANG PUBLIK BARU, DAN TRANSFORMASI KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA. *Interact*, 1–2, 220–221.



Karya ini dilisensikan di bawah [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) .

<https://doi.org/10.7748/mhp.4.1.6.s9>

- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian administrasi dilengkapi dengan metode R&D* (19th ed.). Alfabeta.
- Supriadi, Y. (2017). Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.12228>
- Tricana, D. W. (2013). MEDIA MASSA DAN RUANG PUBLIK (Public sphere), SEBUAH RUANG YANG HILANG. *Aristo*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.24269/ars.v1i1.1538>
- Tumangkeng, Lidya, S. Y., Maramis, & B., J. (2022). KAJIAN PENDEKATAN FENOMENOLOGI: LITERATURE REVIEW. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(1), 14–32.
- Yunita, R. (2019). Aktivitas Pengungkapan Diri Remaja Putri Melalui Sosial Media Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 26–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5073>

