

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 6, July 2025, P. 186-192
E-ISSN: 2986-6340
Licenced by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15814701>

***Interpersonal Trust* dengan *Self Disclosure* Pengguna Akun Pseudonim Media Sosial Pada Generasi Z**

Tarisha Asya Adilla¹, Sarita Candra Merida²

¹²Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponden: 202110515229@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *interpersonal trust* terhadap *self disclosure* pengguna akun pseudonim media sosial pada generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, jumlah sampel yang akan dicari menggunakan rumus *Cochran* dengan margin error sebesar 5%. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 403 generasi Z yang aktif menggunakan akun pseudonim media sosial X. Pengumpulan data menggunakan dua skala, yaitu skala *interpersonal trust* dari teori Rotenberg (2010) dan skala *self disclosure* dari teori Wheelless (1978). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat *interpersonal trust* dan *self-disclosure* dalam kategori sedang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *interpersonal trust* berkontribusi terhadap tingkat *self-disclosure*, dan penggunaan akun pseudonim tidak serta-merta menjadi penghalang dalam membangun relasi yang terbuka dan bermakna di dunia digital.

Kata kunci: *Interpersonal trust, self disclosure, akun pseudonim, media sosial X, Generasi Z*

Abstract

This study aims to determine the influence of interpersonal trust on the self-disclosure of pseudonymous social media account users in generation Z. The research method used is descriptive quantitative with purposive sampling technique. The population in this study is not known for sure, the number of samples to be searched using the Cochran formula with a margin of error of 5%. So that the number of samples in this study is 403 Generation Z who are active in using pseudonymous social media accounts X. Data collection uses two scales, namely the interpersonal trust scale from Rotenberg's theory (2010) and the self-disclosure scale from Wheelless's theory (1978). The results showed that the majority of respondents had a moderate level of interpersonal trust and self-disclosure. Therefore, it can be concluded that interpersonal trust contributes to the level of self-disclosure, and the use of pseudonymous accounts is not necessarily an obstacle to building open and meaningful relationships in the digital world.

Keywords: *Interpersonal trust, self disclosure, pseudonymous account, social media X, Generation Z*

Article Info

Received date: 20 June 2025

Revised date: 27 June 2025

Accepted date: 30 June 2025

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet, telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, seperti komunikasi, Pendidikan, hingga kegiatan ekonomi (Azhar, 2024). Internet memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses informasi dari berbagai belahan dunia serta berkomunikasi secara cepat dan efisien melalui platform media sosial.

Media sosial menjadi sarana utama dalam menjalin interaksi sosial dan menyampaikan ekspresi diri. Pola komunikasi yang dahulu hanya bisa dilakukan melalui pertemuan langsung atau telepon, kini dapat dilakukan secara instan melalui berbagai fitur media sosial seperti pesan teks video call, hingga komentar dalam unggahan (Kemp, 2024). Di Indonesia sendiri, berdasarkan laporan Digitas 2024: Indonesia dari Datareportal.com, lima media sosial terpopuler adalah WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook, dan X (sebelumnya dikenal sebagai twitter).

Platform X menonjol dengan karakteristiknya yang lebih mengutamakan penggunaan teks sebagai media komunikasi. Tidak seperti media sosial lainnya yang lebih mementingkan visual. X menawarkan ruang bagi pengguna untuk menuliskan berbagai bentuk ekspresi, baik berupa pemikiran, perasaan, maupun opini. Hal ini menjadikan X sebagai platform yang menyerupai *diary online* bagi banyak penggunanya.

Salah satu fenomena menarik di X adalah munculnya akun pseudonim, yakni akun dengan identitas samara yang tidak menunjukkan nama atau foto asli pemiliknya. Menurut Nasrullah (2014) dalam Idaman & Kencana (2021), terdapat tiga bentuk identitas dalam media sosial, yaitu identitas nyata (*real-life identity*), Anonim (*anonymity*), dan identitas samara (*pseudonymity*).

Di Indonesia, akun pseudonim di X memiliki berbagai bentuk, seperti akun yang digunakan untuk mendukung tokoh atau idolah tertentu, *Role Play Account* (RP) yang memerankan karakter dari fiksi atau tokoh public, serta *Cyber Account* (CA) yang memberikan keleluasan penuh bagi penggunaanya untuk mengekspresikan diri secara bebas (Cahyani et al., 2022). Jenis akun ini memberikan kenyamanan bagi para penggunaanya, terutama generasi muda, untuk mengekspresikan diri tanpa khawatir akan penilaian dari lingkungan sekitar.

Berdasarkan data dari *Exploding Topics*, mayoritas pengguna X berada pada rentang usia di bawah 35 tahun, dengan 42% antaranta berusia 18 hinya 34 tahun, yang termasuk dalam kategori generasi Z (Duarte, 2024). Menurut Hurlock (2003), remaja adlah individu yang berada pada fase peralihan antara masa kanak-kanak dan kedewasaan, sedangkan Santrock (2011) menyebutkan bahwa masa dewasa awal berada pada usia 18-25 tahun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar pengguna X termasuk dalam kelompok Gen Z dewasa awal.

Kelompok usia ini cenderung lebih nyaman membagikan pengalaman pribadi mereka melalui media sosial, khususnya X, dibandingkan berbicara langsung kepada orang-orang terdekat di kehidupan nyata. Fenomena ini diperkuat oleh kehadiran akun pseudonim yang memberikan rasa aman dan kebebasan dalam mengekspresikan diri. Dalam konteks ini, pengguna dapat membentuk persona digital yang berbeda dari identitas aslinya (Pasaribu, 2024).

Dalam kajian psikologi, aktivitas mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain dikena dengan istilah *self disclosure* atau keterbukaan diri. Menurut Wheelless & Grotz (1976), *self disclosure* merujuk pada Tindakan menyampaikan pemikiran, emosi, maupun pengalaman pribadi kepada orang lain. Proses ini tidak hanya terjadi dalam interaksi langsung, tetapi juga sering ditemukan di media sosial.

Keterbukaan diri di media sosial memiliki dampak ganda. Di satu sisi, hal ini dpaat meningkatkan citra positif seseorang di mata orang lain, terutama ketika mereka membagikan aktivitas yang bermakna ataua isiratif (Richey et al., 2018). Namun, disisi lain, pengguna juga bisa merasa diawasi dan terbebani oleh perhatian dari para pengikut atau *followers* mereka.

Meskipun pengguna telah menggunakan akun pseudonim, bukan berarti mereka serta-merta bersedia membuka diri sepenuhnya. Wheelless & Grotz (1977) dalam DeVito (2011) menyatakan bahwa *self disclosure* lebih mungkin dilakukan kepada individu yang dipercayai. Pernyataan ini diperkuat oleh Ignatius & Kokkonen (2007) yang menyebutkan bahwa kepercayaan menjadi fondasi utama dalam membangun keterbukaan diri.

Peneliti melakukan survei awal terhadap 15 pengguna X dari kalangan Gen Z, dan menemukan bahwa 13 di antaranya hanya bersedia membagikan informasi pribadi kepada orang-orang terdekat yang mereka percayai. Temuan ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri di media sosial, meskipun menggunakan akun pseudonim, tetap sangat dipengaruhi oleh rasa percaya terhadap orang lain.

Konsep kepercayaan yang dimaksud adalah *interpersonal trust* atau kepercayaan antarpribadi. Rempel et al (1985) mendefinisikan *interpersonal trust* sebagai keyakinan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan harapan kita. Dalam kontek interaksi *daring*, kepercayaan ini menjadi faktor penting dalam menentukan intensitas dan kualitas keterbukaan diri pengguna media soaial, terutama di X.

Penelitian ini tidak menitikberatkanb pada keabsahan informasi yang diungkapkan oleh pengguna akun pseudonim, tetapi lebih kepada bagaimana kepercayaan interpersonal memengaruhi keberanian dan Keputusan pengguna untuk membuka diri. Dalam hal ini, akun pseudonim bukan menjadi penghalang, melainkan salah satu elemen penting dalam memahami pola interaksi sosial digitas yang kompleks.

Berdasrkan penjabaran tersebut, peneliti merasa perlu untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai “hubungan *interpersonal trust* dengan *self disclosure* pengguna akun pseudonim media sosial X pada Gen Z. harapannya, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru mengenai dinamika komunikasi interpersonal dalam ruang digitas yang semakin berkembang.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Dan Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara dua variabel. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) variabel dibedakan menjadi dua macam yaitu, variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen sering disebut variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel-variabel penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen/bebas (X) : *Interpersonal Trust*
2. Variabel Dependen/terikat (Y) : *Self Disclosure*

Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. *Self Disclosure*

Self disclosure adalah kegiatan menyampaikan informasi pribadi seperti perasaan, sikap, dan pendapat kepada orang lain berdasarkan skala *self disclosure* dari Wheelless (1978) yang mencakup 5 aspek, yaitu: jumlah, tujuan, positif-negatif, kejujuran-kecermatan, dan kedalaman.

2. *Interpersonal Trust*

Interpersonal trust adalah keyakinan dan keinginan yang secara sadar dilakukan seseorang untuk percaya, menerima, dan menghargai semua perilaku dan kemampuan orang lain berdasarkan keterandalan, emosi, dan kejujuran seseorang. Sesuai dengan skala *interpersonal trust* dari Rotenberg (2010)

Subjek Penelitian

1. Populasi penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z yang memiliki dan menggunakan akun pseudonim media sosial X yang berusia 18-25 tahun berdomisili di kota Bekasi.

2. Sampel penelitian

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga jumlah sampel yang akan dicari menggunakan rumus *Cochran* dengan margin error 5%. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 384 responden. Namun pada penelitian ini terkumpul sebanyak 421 responden untuk mengantisipasi adanya data *oulier*. Setelah dilakukan uji *oulier* data sampel berkurang menjadi 403 responden.

Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan 4 pilihan alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Jenis aitem yang digunakan adalah *favorable* dan *unfavorable*.

- a. Skala *Interpersonal Trust*

Pada penelitian ini menggunakan alat ukur *interpersonal trust scale* oleh Rotenberg (2010). Peneliti memodifikasi alat ukur oleh Widiasmita & Muhammad (2022) dengan adanya perubahan yang disesuaikan berdasarkan responden. Skala ini terdiri dari 21 aitem dan terdapat 3 aspek yang diukur, yaitu keterandalan (*reliability*), emosi (*emotional*), dan kejujuran (*honesty*)

- b. Skala *Self Disclosure*

Pada penelitian ini menggunakan alat ukur *Revised Self Disclosure Scale* yang dikembangkan oleh Wheelless (1978). Peneliti memodifikasi alat ukur oleh Widiasmita & Muhammad (2022) dengan adanya perubahan yang disesuaikan berdasarkan responden. Skala ini terdiri dari 25 aitem dan terdapat 5 aspek yang diukur, yaitu: *intent to disclose*,

amount of disclosure, valence, control of depth, dan honesty-accuracy of disclosure

2. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan validitas isi, yaitu validitas yang ditentukan dengan analisis kuantitatif dengan berkonsultasi kepada seorang ahli dalam suatu bidang yang disebut dengan *expert judgment*. Syarat minimum aitem dapat dinyatakan valid apabila memperoleh nilai koefisien korelasinya sebesar > 0.3 Sugiyono (2018)

3. Uji Reliabilitas

Periantalo (2015) menyatakan bahwa reliabilitas yang baik mendekati 1, tetapi biasanya lebih dari 0.8. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi hasil penelitian Cronbach's Alpha

Teknik Analisis Data

a. Uji Normalitas

Analisis data yang dilakukan untuk menguji normalitas adalah secara non parametrik dengan menggunakan Teknik statistic *Kolmogorov Smirnov Test* dengan bantuan SPSS Versi 26. acuan yang dipakai adalah jika $(p) > 0.05$, maka data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas memiliki fungsi apakah ada hubungan yang linear antara *self disclosure* dengan *Interpersonal Trust*. Pengujian ini menggunakan *Test for Linearity* dengan signifikansi $(p) > 0.050$, maka bisa dikatakan linear.

c. Uji Korelasi

Setelah dilakukan uji normalitas dan uji linearitas, Langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis penelitian. Jika hasil analisis statistik pada uji asumsi klasik antara *interpersonal trust* dan *self disclosure* berdistribusi secara normal maka uji korelasi menggunakan *product moment* dari *Pearson*, apabila data tidak berdistribusi normal maka dilakukan dengan analisis korelasi menggunakan *Spearman's Rho*.

HASIL

Kategorisasi Data Penelitian

1. Skala *Interpersonal Trust*

Pengukuran terhadap *interpersonal trust* dilakukan dengan menggunakan skala *interpersonal trust* yang terdiri dari 20 aitem valid, dimana 14 aitem favorabel dan 6 aitem unfavorabel dengan skor tertinggi 4 dan terendah 1. Maka didapat hasil kategori skala *interpersonal trust* sebagai berikut:

Kategori	Batas Nilai	N	Persentase
Rendah	≤ 40	16	4%
Sedang	40 – 60	218	54%
Tinggi	≥ 60	169	42%
Total		403	100%

Berdasarkan tabel di atas maka hasil tingkat *interpersonal trust* pengguna akun pseudonim media sosial X pada generasi Z berada ditingkat sedang sebanyak 218 orang (54%)

2. Skala *Self Disclosure*

Pengukuran terhadap *self disclosure* dilakukan dengan menggunakan skala *self disclosure* yang terdiri dari 21 aitem valid, dimana 13 aitem favorabel dan 8 aitem unfavorabel dengan skor tertinggi 4 dan terendah 1. Maka didapat hasil kategori skala *self disclosure* sebagai berikut:

Kategori	Batas Nilai	N	Persentase
Rendah	≤ 47	33	8%
Sedang	42 – 63	210	52%
Tinggi	≥ 63	160	40%
Total		403	100%

Berdasarkan tabel di atas maka hasil tingkat *self disclosure* pengguna akun pseudonim media sosial X pada generasi Z berada ditingkat sedang sebanyak 210 orang (52%)

Uji Asumsi Penelitian

Pada uji asumsi penelitian, peneliti menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Adapun hasil pengujian tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

	Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	Uji Linearitas <i>Deviation from Linearity</i>
Sig.	0.050	0.018
Keterangan	Uji asumsi terpenuhi	Uji asumsi tidak terpenuhi

(Source: Data Statistik SPSS 26)

Berdasarkan hasil uji normalitas didapat nilai signifikansi p sebesar 0.050 artinya data dalam variabel ini berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji linearitas didapatkan nilai p sebesar 0.018. hasil menunjukan bahwa signifikansi ($p < 0.050$) artinya data dalam variabel ini tidak berdistribusi linear.

Uji Hipotesis Korelasi

Berdasarkan uji normalitas dan uji linearitas, salah satu uji asumsi tidak terpenuhi. Maka data tidak terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, dilakukannya Teknik analisis data *Nonparametric Correlation* menggunakan *Spearman's Rho*.

			Self Disclosure	Interpersonal Trust
Spearman's rho	Self Disclosure	Correlation Coefficient	1.000	0.552
		Sig. (2-tailed)		0.000
		N	403	403
	Interpersonal Trust	Correlation Coefficient	0.552	1.000
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	403	403

Berdasarkan hasil uji korelasi menggunakan *Spearman's rho* didapatkan nilai signifikansi hitung sebesar 0.000 dan koefisien korelasi sebesar 0.552. hasil menunjukan bahwa signifikansi $p < 0.05$ artinya data dalam variabel berkorelasi. Dilihat dari hasil perhitungan uji korelasi maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif yang sedang antara *self disclosure* dengan *Interpersonal Trust*. Kesimpulannya, maka terdapat hubungan yang signifikan dengan arah yang positif artinya semakin tinggi *interpersonal trust* maka semakin tinggi juga *self disclosure*.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *interpersonal trust* dengan *self disclosure* pada subjek penelitian ini. Hasil uji korelasi (p) dari *Spearman* menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *interpersonal trust* dengan *self disclosure* yang berarti hipotesis pada penelitian yang diajukan diterima. Hubungan antara kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *interpersonal trust*, maka semakin tinggi pula *self disclosure* pada subjek penelitian ini.

Berdasarkan hasil kategorisasi pada skala *interpersonal trust* menunjukkan bahwa subjek penelitian ini memiliki tingkat *interpersonal trust* sedang sebanyak 218 subjek dengan persentase sebesar 54%. Pada skala *self disclosure* menunjukkan bahwa subjek penelitian ini memiliki tingkat *self disclosure* sedang sebanyak 210 subjek dengan persentase sebesar 52%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa subjek penelitian ini memiliki *interpersonal trust* dan *self disclosure* dominan pada kategori sedang. Namun, diantara kategori rendah dan tinggi yang berdominan adalah pada kategori tinggi.

Temuan ini mendukung teori dari Rempel, Holmes, dan Zanna (1985) mengenai *interpersonal trust*, yang menyatakan bahwa kepercayaan antarpribadi merupakan keyakinan seseorang bahwa orang lain akan berperilaku sesuai dengan ekspektasi yang dapat dipercaya. Dalam lingkungan media sosial berbasis pseudonim seperti X, sulitnya memverifikasi identitas membuat proses membangun kepercayaan menjadi tantangan tersendiri. Namun, data penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna tetap mampu menumbuhkan tingkat kepercayaan yang cukup memadai untuk menjalin komunikasi dan relasi sosial secara daring.

Dari sisi keterbukaan diri (*self-disclosure*), Wheelless & Grotz (1976) menjelaskan bahwa ini merupakan proses mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain, mulai dari pemikiran hingga perasaan. Dalam konteks media sosial, terutama pada akun dengan identitas samaran, *self-disclosure* menjadi fenomena yang menarik karena pengguna dapat memilih secara selektif informasi apa yang ingin dibagikan, dan kepada siapa. Kondisi ini menjadi faktor yang memungkinkan terjadinya keterbukaan, namun pada saat yang sama juga membatasi proses tersebut bila kepercayaan tidak terjalin.

Meskipun kategori sedang mendominasi, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa jumlah responden dengan kategori tinggi lebih besar dibandingkan dengan yang berada pada kategori rendah, baik untuk variabel interpersonal trust maupun *self-disclosure*. Ini menunjukkan adanya kecenderungan positif, bahwa sebagian besar responden memiliki potensi kepercayaan dan keterbukaan yang tinggi dalam interaksi mereka. Dalam hal ini, penggunaan akun pseudonim justru memberikan ruang yang lebih aman untuk berinteraksi dan mengekspresikan diri.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *interpersonal trust* berhubungan dengan *self-disclosure* karena dalam konteks pengguna akun pseudonim tampaknya memberikan ruang aman (*safe space*) bagi Gen Z untuk membangun koneksi interpersonal dan mengekspresikan diri dengan leluasa. Fenomena tersebut didukung melalui konsep *pseudonymity* yang dikemukakan oleh Nasrullah (2014) dalam Idaman & Kencana (2021), dimana identitas samaran memungkinkan individu menampilkan sisi lain dari diri mereka tanpa tekanan sosial dari kehidupan nyata. Namun, seperti Wheelless & Grotz (1977) dalam DeVito (2011), keterbukaan diri tetap sangat dipengaruhi oleh adanya kepercayaan terhadap lawan bicara.

Hasil ini diperkuat oleh penelitian Ignatius & Kokkonen (2007), yang menyatakan bahwa keterbukaan informasi pribadi hanya akan terjadi bila individu merasa cukup percaya terhadap orang lain. Dalam interaksi daring melalui media sosial, kepercayaan ini dapat dibentuk bukan berdasarkan identitas nyata, tetapi lebih pada konsistensi dalam berinteraksi, empati, dan kualitas komunikasi antar pengguna. Artinya, identitas anonim bukan penghalang mutlak untuk membentuk kepercayaan dan kedekatan.

Dari perspektif perkembangan psikologis, Generasi Z berada dalam fase penting dalam pencarian identitas, yang dikenal sebagai masa remaja hingga dewasa awal (Hurlock, 2003; Santrock, 2011). Pada masa ini, mereka cenderung aktif mengeksplorasi diri dan membentuk relasi sosial baru. Media sosial X, melalui akun pseudonim, menjadi ruang eksplorasi digital yang memberikan kebebasan dalam membangun persona dan mengekspresikan pikiran secara aman. Temuan bahwa Sebagian besar responden memiliki tingkat kepercayaan interpersonal dan keterbukaan diri yang cukup tinggi menunjukkan bahwa interaksi yang terbentuk tidak semata bergantung pada identitas nyata, melainkan pada kualitas hubungan daring yang dibangun secara bertahap.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *interpersonal trust* dan *self-disclosure* pada pengguna akun pseudonim media sosial X di kalangan Generasi Z. Sebagian besar responden berada pada tingkat sedang untuk kedua variabel, yang mencerminkan kecenderungan untuk saling percaya dan terbuka dalam batas yang wajar. Namun demikian, kecenderungan ke arah tingkat tinggi pada kedua variabel menunjukkan bahwa akun pseudonim dapat menjadi ruang yang aman bagi Gen Z untuk mengekspresikan diri. Ketika kepercayaan terbangun, keterbukaan diri cenderung meningkat, meskipun dalam komunikasi anonim. Dengan demikian, akun pseudonim bukan menjadi penghalang dalam membentuk relasi yang terbuka, melainkan dapat mendukung proses *self-disclosure* selama *interpersonal trust* terjalin di antara pengguna.

REFERENSI

- Azhar, M. (2024). *Apa itu internet: Pengertian, Manfaat, Dampak*. Fakultas Informatika Telkom University. <https://bse.telkomuniversity.ac.id/apa-itu-internet-pengertian-manfaat-dampak/>
- Cahyani, I. P., Syaikhah, H., & Irawatie, A. (2022). Memahami Pemaknaan Self Disclosure Melalui Pengalaman Para Pengguna Akun Pseudonim Di Twitter. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, Vol.14, No, 146–164.
- DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia* (edisi keli). Karisma Publishing Group.
- Duarte, F. (2024). *Usia Pengguna, Jenis Kelamin, & Statistik Demografi X (Sebelumnya Twitter)*

- (2024). Exploding Topics. https://explodingtopics-com.translate.goog/blog/x-user-stats?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=wa&_x_tr_hist=true
- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan*. Erlangga.
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Diri Remaja Pada Media Sosial Instagram. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1–9. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849>
- Ignatius, E., & Kokkonen, M. (2007). Factors contributing to verbal self-disclosure. *Nordic Psychology*, 59(4), 362–391. <https://doi.org/10.1027/1901-2276.59.4.362>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenadamedia Group.
- Pasaribu, C. (2024). *Kualitas Hubungan Generasi-Z Pengguna Akun Pseudonim Media Sosial X Melalui Pengungkapan*. [Http://ejournal.uki.ac.id/index.php/digication/issue/view/415](http://ejournal.uki.ac.id/index.php/digication/issue/view/415)
- Periantalo, J. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi : Asyik, Mudah & Bermanfaat*. Pustaka Pelajar.
- Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. P. (1985). Trust in Close Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1), 95–112. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.1.95>
- Richey, M., Gonibeed, A., & Ravishankar, M. N. (2018). The Perils and Promises of Self-Disclosure on Social Media. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 425–437. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9806-7>
- Rotenberg, K. J. (2010). *Interpersonal trust during childhood and adolescence*. 1, 3–7.
- Santrock, W. J. (2011). *Live-Span Development* (13th ed).
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA.
- Wheless, L. R. (1978). a Follow-Up Study of the Relationships Among Trust, Disclosure, and Interpersonal Solidarity. *Human Communication Research*, 4(2), 143–157. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00604.x>
- Wheless, L. R., & Grotz, J. (1976). Conceptualization and Measurement of Reported Self-Disclosure. In *Human Communication Research* (Vol. 2, Issue 4). <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1976.tb00494.x>
- Widiasmita, N. N. F., & Muhammad, A. (2022). Pengaruh interpersonal trust terhadap self-disclosure narapidana pada petugas pemasyarakatan di Lembaga Pemasyarakatan Kelas I Tangerang. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(4), 438–452.