PERSUASI
Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi

PERSUASI (Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi)
Volume 3 Nomor 1, Halaman 72-81, Mei 2026

Tersedia secara daring pada:
http://jtam.ulm.ac.id/index.php/persuasi

Penggunaan Fitur *Posting* Ulang *(Repost)* pada Platform TikTok sebagai Sarana *Self-disclosure* dalam Menyampaikan Pesan Personal (Studi pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat)

Widianti Syifa[1] Noviana Sari[2]
[1,2]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat, Kota Banjarmasin

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat memanfaatkan fitur *repost* di TikTok sebagai sarana pengungkapan diri *(self-disclosure)* dalam menyampaikan pesan personal. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 11 mahasiswa dari berbagai fakultas dan 1 narasumber ahli. Hasil menunjukkan bahwa *repost* digunakan untuk mengekspresikan opini, mencurahkan perasaan secara tidak langsung, serta membangun identitas dan koneksi sosial. Fitur ini memungkinkan keterbukaan diri secara selektif dan aman di ruang digital. Temuan ini menegaskan bahwa *repost* berperan penting dalam komunikasi interpersonal mahasiswa di era media sosial, terutama dalam memfasilitasi *self-disclosure* yang fleksibel sesuai kebutuhan.

Kata Kunci: Media Sosial, Pesan Personal, *Posting* Ulang (*Repost), Self-disclosure*, TikTok

Cara Sitasi: Syifa, W., & Sari, N. (2026). Penggunaan fitur *posting* ulang *(repost)* pada platform tiktok sebagai sarana *self-disclosure* dalam menyampaikan pesan personal (studi pada mahasiswa universitas lambung mangkurat)**.** *PERSUASI: Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi, 3*(1), 72–81.

PENDAHULUAN

Kecenderungan generasi muda, terutama mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat dalam mengekspresikan perasaan dan pemikiran mereka melalui platform digital semakin meningkat. Salah satu fitur yang sedang ramai digunakan ialah fitur *posting* ulang *(repost)* yang disediakan oleh aplikasi TikTok. Fitur ini memungkinkan mahasiswa untuk menyapaikan pesan personal mereka dengan membagikan ulang konten yang dirasa relevan dengan kondisi

emosional atau perasaan mereka, tanpa perlu melalui proses pembuatan konten secara mandiri yang sering kali membutuhkan waktu dan keterampilan tambahan.

Melalui fitur ini, mahasiswa tidak hanya dapat mengekspresikan diri secara lebih mudah dan praktis, tetapi juga memiliki kesempatan untuk menambahkan komentar yang dapat memperkuat pesan atau emosi yang ingin disampaikan kepada khalayak. Hal ini memungkinkan mereka untuk menciptakan rasa keterhubungan yang lebih mendalam, baik dengan konten tersebut maupun dengan audiens lainnya yang memiliki perasaan serupa. Fitur ini, pada akhirnya, menjadi medium yang efektif dan efisien bagi mahasiswa untuk menyampaikan perasaan dan pikiran mereka di era komunikasi digital yang terus berkembang pesat

Fitur ini mulai diuji coba pada awal tahun 2022. Fitur *posting* ulang (*repost)* TikTok mempermudah mahasiswa untuk menyampaikan pesan karena tidak membutuhkan kemampuan verbal yang tinggi. Pesan dapat tersampaikan melalui konten visual atau narasi yang sudah tersedia, sehingga terasa lebih nyaman dan bebas dari tekanan untuk merangkai kata-kata sendiri.

Penggunaan fitur ini telah menjadi salah satu cara efektif untuk menyampaikan pesan personal. *Posting* ulang, memungkinkan para pengguna untuk mengunggah kembali unggahan *content creator* lain dan membagikannya ke halaman *"For Your Page"* pengguna lain. Dengan fitur ini, pengguna dapat berbagi informasi, ide, atau pesan dengan lebih luas dan cepat. Fenomena *reposting* ini tidak hanya menunjukkan bentuk apresiasi terhadap konten orang lain, tetapi juga merupakan bentuk *self-disclosure* atau pengungkapan diri dari pengguna karna dapat ditambahkan *caption* saat melakukan *repost-ing* yang sesuai dengan perasaan.

Pada kalangan mahasiswa, khususnya di Universitas Lambung Mangkurat (ULM), penggunaan media sosial seperti TikTok telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Mahasiswa menggunakan TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, berkomunikasi, dan membangun jaringan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasar pada latar belakang permasalahan, yaitu, bagaimana mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat menggunakan fitur *posting* ulang *(repost)* pada platform TikTok sebagai sarana *self-disclosure* pada pesan personal.

Fokus penelitian ini diharapkan mampu untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis penggunaan fitur *posting* ulang (*repost*) pada platform TikTok sebagai sarana *self-disclosure* dalam menyampaikan pesan personal di kalangan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

METODE

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Teori *Uses and Gratifications* dan Johari Window digunakan untuk menganalisis penggunaan fitur *posting* ulang keterbukaan diri yang muncul melalui fitur tersebut. Data penelitian ini diperoleh langsung dari wawancara terhadap 12 orang informan yang terdiri dari 1 Informan ahli yaitu Muhammad Arsyad, S.Psi, M.Psi., Psikolog yang merupakan dosen dan kepala asesor psikolog PPKPP ULM, kemudian 11 orang informan utama yaitu Mutia Azzahro (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), Arma Nurazizah (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan), Radisya Raudahlia Putri (Fakultas Hukum), Syifa Najla Ufairah (Fakultas Kedokteran), Nida Mualimah (Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Annisa Nurul Kharisma (Fakultas Teknik), Vivi Sri Maissy Mutiara (Fakultas Kedokteran Gigi), Ernita Oktaviani (Fakultas Perikanan dan Kelautan), Anida Juliani (Fakultas Ekonomi dan Bisnis) Yuli Handayani Hastuti (Fakultas Pertanian) dan Muhammad Rafly Firdaus (Fakultas Kehutanan).

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara yaitu peneliti melakukan secara *online* melalui Zoom Meeting dan secara *offline* di lingkungan kampus Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

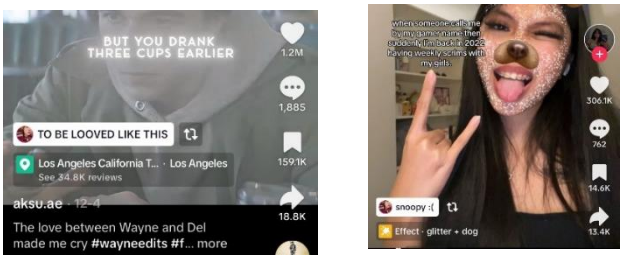
Penggunaan Fitur *Posting* Ulang (*Repost*) Oleh Mahasiswa ULM

Fitur *posting* ulang *(repost)* telah menjadi praktik umum dalam budaya media sosial, termasuk di platform TikTok. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan kembali konten yang mereka anggap menarik atau relevan, tanpa perlu membuat konten orisinal. Hal ini mencerminkan keunggulan media sosial dibandingkan dengan media komunikasi lainnya, karena memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas.

Media sosial berperan sebagai alat komunikasi yang menggabungkan informasi, jaringan, interaksi, penyimpanan, simulasi sosial, dan konten buatan pengguna. Pengguna terlibat dalam interaksi satu sama lain, misalnya melalui pembagian ulang konten yang kemudian menjadi viral. Konten yang unik dan menarik dapat mendorong pengguna untuk membagikannya kembali, sehingga meningkatkan potensi viralitas dan penyebaran informasi ke khalayak yang lebih luas.

Fitur *posting* ulang (*repost*) di TikTok memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berbagi informasi dengan pengguna lain, sehingga konten yang di*posting* ulang dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Pengguna TikTok memiliki kemampuan untuk memproduksi, mengunggah video, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar,

menyukai, serta membagikan konten Perkembangan teknologi mendorong platform media sosial untuk terus berinovasi, sehingga aktivitas *posting* ulang (*repost*) konten menjadi hal yang lazim dilakukan oleh pengguna tak terkecuali Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat



Gambar 1. *Posting*an Ulang Mahasiswa

Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan Radisya Raudahlia Putri, Mahasiswa Hukum ULM mengungkapkan :

> "Aku merasa terbantu banget dengan fitur *repost* ini, soalnya tinggal klik aja langsung bisa dibagikan ke orang lain. Nggak perlu capek-capek bikin konten sendiri, apalagi kalau kontennya udah bagus dan sesuai sama perasaan aku, jadi terwakili."
> (wawancara tanggal 16 April 2025)

Dari pernyataan informan, terlihat bahwa penggunaan fitur *posting* ulang (*repost*) pada TikTok telah menjadi bagian dari keseharian digital mereka, baik secara aktif maupun pasif. Penggunaan yang intens oleh beberapa informan menunjukkan bahwa fitur ini menjadi media yang efektif untuk berinteraksi dengan konten, sekaligus sebagai bentuk ekspresi diri yang instan. Fitur ini juga dinilai sebagai jalan pintas dalam menyampaikan pesan personal melalui medium digital yang cepat dan mudah dijangkau.

Bentuk *Self-Disclosure* Melalui Fitur *Posting* Ulang *(Repost)*

Penggunaan fitur *posting* ulang (*repost*) di TikTok tidak lagi sekadar dipahami sebagai mekanisme untuk menyebarkan ulang sebuah konten di TikTok, melainkan telah berkembang menjadi medium ekspresif yang signifikan, khususnya bagi mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat. Fitur ini memberi ruang bagi pengguna untuk mengomunikasikan diri mereka secara tidak langsung melalui konten milik orang lain yang dianggap merepresentasikan pengalaman, perasaan, atau pandangan pribadi. Dalam konteks komunikasi interpersonal, *self-disclosure* dipahami sebagai proses individu membagikan informasi bersifat pribadi seperti perasaan, pemikiran, pengalaman hidup, atau nilai-nilai tertentu kepada orang lain, baik secara langsung melalui ucapan dan tulisan, maupun secara tidak langsung melalui simbol atau tindakan.

Dalam hal ini, fitur *posting* ulang *(repost)* menjadi saluran alternatif yang memungkinkan terjadinya *self-disclosure* tanpa harus menciptakan konten secara orisinal. Mahasiswa dapat memilih dan membagikan ulang konten yang menurut mereka selaras dengan kondisi emosional atau situasi yang tengah mereka alami, sehingga pesan yang ingin disampaikan tetap dapat diterima oleh audiens, meskipun tidak diungkapkan secara eksplisit. Dengan demikian, *posting* ulang (*repost*) tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi konten, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang mencerminkan dinamika emosi, nilai, dan identitas personal pengguna, serta menjadi cara adaptif dalam menavigasi batas antara privasi dan kebutuhan untuk didengar di ruang digital.

Para mahasiswa menggunakan fitur *posting* ulang (*repost*) untuk menyampaikan hal-hal yang tidak dapat atau enggan mereka ungkapkan secara langsung. Dalam konteks komunikasi interpersonal, *self-disclosure* dipahami sebagai proses individu membagikan informasi bersifat pribadi seperti perasaan, pemikiran, pengalaman hidup, atau nilai-nilai tertentu kepada orang lain, baik secara langsung melalui ucapan dan tulisan, maupun secara tidak langsung melalui simbol atau tindakan.

Narasumber ahli, Muhammad Arsyad S.Psi, M.Psi., Selaku Bidang Ahli Psikolog Umum Jabatan Dosen di Program Studi Bimbingan Konseling Fakultas Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Lambung Mangkurat menjelaskan bahwa tindakan membagikan ulang konten yang bersifat personal melalui fitur *posting* ulang (*repost*) dapat dikategorikan sebagai *non-verbal self-disclosure*.

> "Ketika seseorang memilih untuk mem*posting* ulang video yang berisi pesan tentang patah hati, kritik sosial, atau *self-healing*, mereka sebenarnya sedang melakukan komunikasi simbolik. Mereka tidak bicara langsung, tapi mengungkapkan isi pikirannya lewat pilihan konten."
>
> (wawancara, 29 April 2025)

Dalam konteks ini, *self-disclosure* yang dilakukan adalah bentuk dari *value-based disclosure*, yakni penyampaian nilai atau pandangan pribadi terkait suatu isu tanpa perlu memproduksi konten orisinal. Penggunaan fitur *posting* ulang (*repost*) dipilih karena dianggap lebih efisien namun tetap mampu merepresentasikan pesan personal secara implisit.

Pola-pola ini mengindikasikan bahwa fitur *posting* ulang (*repost*) pada TikTok dapat menjadi sarana reflektif *self-disclosure*, di mana pengguna merefleksikan kondisi diri sendiri melalui konten orang lain, sekaligus menyampaikan pesan kepada lingkungan sosialnya. Secara keseluruhan, temuan wawancara mengindikasikan bahwa fitur *posting* ulang (*repost*) pada platform TikTok menyediakan ruang yang *flexsibel* dan tidak menimbulkan tekanan bagi mahasiswa dalam menyampaikan perasaan, pandangan, maupun pengalaman secara tidak langsung. Praktik *self-disclosure* melalui *repost* terwujud dalam berbagai bentuk, seperti ekspresi emosional, penyampaian nilai-nilai pribadi, hingga representasi kode sosial, yang

seluruhnya didorong oleh kebutuhan untuk memperoleh pemahaman dan pengakuan tanpa harus mengomunikasikannya secara eksplisit.

Motif Penggunaan *Repost* Berdasarkan Teori *Uses and Gratifications*

Penggunaan fitur *posting* ulang (*repost*) di TikTok ternyata tidak hanya sebatas membagikan ulang konten semata. Di balik setiap *posting* ulang (*repost*) yang dilakukan oleh Mahasiswa ULM, terdapat pesan personal yang beragam dari tiap pengguna. Hasil wawancara dengan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat menunjukkan bahwa *posting* ulang (*repost*) menjadi salah satu cara untuk menyampaikan pesan, baik yang bersifat pribadi maupun sosial.

Beberapa informan menyampaikan bahwa mereka melakukan *posting* ulang (*repost*) sebagai bentuk pelampiasan emosi atau ekspresi dari apa yang sedang mereka rasakan. Alih-alih menyampaikan secara langsung, mereka memilih untuk membagikan ulang video yang dirasa mampu mewakili perasaan tersebut. Anida Juliani Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis misalnya, mengaku bahwa ia sering kali mem*posting* ulang video yang sesuai dengan suasana hatinya.

> "Aku biasanya *repost* video yang sesuai sama suasana hati aku saat itu. Misalnya lagi sedih, atau lagi ngerasa capek sama hidup, ya aku repost video yang relate. Biar orang-orang bisa ngerti atau minimal tahu kondisi aku, walaupun aku gak ngomong langsung."
>
> (wawancara 24 April 2025)

Dalam hal ini, *posting* ulang (*repost*) digunakan sebagai sarana komunikasi emosional yang tidak langsung. Tujuannya adalah agar orang-orang di sekitarnya memahami kondisi dirinya tanpa harus menyampaikannya secara terbuka. Sementara itu, beberapa informan lainnya menggunakan *posting* ulang (*repost*) sebagai media untuk menyampaikan opini atau pesan yang menurut mereka penting. Cara seperti ini cukup umum digunakan di kalangan anak muda, terutama ketika mereka enggan menyampaikan sesuatu secara langsung. Dengan *posting* ulang (*repost*), mereka berharap pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap oleh orang yang dimaksud. Beberapa informan lainnya melihat *posting* ulang (*repost*) sebagai cara membentuk citra diri di media sosial. Dengan memilih konten-konten tertentu, mereka ingin menunjukkan siapa diri mereka dan nilai-nilai apa yang mereka yakini.

Keseluruhan temuan ini menunjukkan bahwa meskipun *posting* ulang *(repost)* terlihat sebagai aktivitas yang sederhana, ternyata menyimpan berbagai makna komunikasi di baliknya. Mulai dari ungkapan perasaan, penyampaian opini, sindiran, hingga pembentukan citra diri, semua bisa tersampaikan hanya lewat satu kali klik *posting* ulang *(repost).*

***Self-Disclosure* melalui Fitur *Repost*: Perspektif Teori Johari Window**

Self-disclosure yang dilakukan melalui *repost* dapat dijelaskan menggunakan Teori Johari Window (Luft & Ingham, 1955). Mahasiswa menunjukkan keterbukaan diri dalam bentuk-bentuk berikut:

a) *Open Self : Repost* konten yang diketahui bersama oleh diri sendiri dan orang lain, seperti musik favorit atau kutipan motivasi.
b) *Hidden Self* : *Repost* digunakan untuk mengungkapkan perasaan secara tidak langsung, misalnya curahan hati atau sindiran.
c) *Blind Self :* Mahasiswa terkadang tidak menyadari bahwa *repost* mereka memunculkan penilaian dari audiens mengenai diri mereka.
d) *Unknown Self* : *Repost* konten yang sangat personal dapat menjadi cerminan eksplorasi diri yang belum sepenuhnya disadari oleh pengguna. Penggunaan *repost* memungkinkan ekspresi diri yang aman secara psikologis karena dilakukan secara tidak eksplisit, namun tetap memberikan ruang bagi interpretasi publik.

Peran *Posting* Ulang (*Repost*) sebagai Sarana Komunikasi Personal

Dalam kehidupan digital sehari-hari, fitur *posting* ulang (*repost*) di TikTok ternyata memainkan peran penting dalam membangun dan menjaga komunikasi personal antar pengguna. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, *posting* ulang (*repost*) bukan hanya sekadar membagikan ulang konten, tetapi juga menjadi bentuk komunikasi tidak langsung yang cukup efektif.

Sebagian besar informan menyampaikan bahwa melalui *posting* ulang (*repost*), mereka bisa mengungkapkan perasaan, pendapat, atau dukungan terhadap orang lain tanpa harus berbicara secara langsung. Anida Juliani, Mahasiswi FEB juga menambahkan bahwa ia kerap menggunakan fitur *posting* ulang (*repost*) untuk memberi isyarat perasaan terhadap teman dekat atau pasangan

> "Kalau lagi malas ngomong langsung atau takut salah paham, aku repost video yang kira-kira mewakili perasaan aku. Teman aku biasanya ngerti maksudnya," ungkap Anida.
> (wawancara tanggal 24 April 2025)

Dari pernyataan Anida, dapat dilihat bahwa *posting* ulang (*repost*) berfungsi sebagai medium komunikasi emosional yang halus dan tidak menghakimi, serta memberikan ruang interpretasi yang lebih luas kepada penerima pesan. Dengan kata lain, *posting* ulang (*repost*) menjadi semacam "pengingat" hubungan sosial yang bersifat ringan namun tetap berarti, khususnya dalam menjaga koneksi dengan orang-orang yang jarang ditemui secara langsung.

Berdasarkan keseluruhan wawancara, dapat disimpulkan bahwa fitur *posting* ulang (*repost*) di TikTok berperan penting dalam memperkaya komunikasi personal. Ia memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan emosional, membangun solidaritas,

menunjukkan identitas, serta menjaga hubungan sosial tanpa harus melakukan komunikasi verbal yang intens. *Posting* Ulang (*repost*) menjadi jembatan yang menghubungkan ekspresi diri dengan interaksi sosial dalam bentuk yang lebih santai, fleksibel, dan tetap bermakna.

Pembahasan

Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat memanfaatkan fitur *posting* ulang (*repost*) di TikTok secara aktif dan selektif sebagai sarana pemenuhan kebutuhan komunikasi yang kompleks, baik secara personal maupun sosial. Dalam kerangka *Uses and Gratifications Theory*, ditemukan bahwa penggunaan fitur ini berkaitan erat dengan empat kategori kebutuhan utama, yakni kebutuhan informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan.

Fitur *repost* dimanfaatkan mahasiswa untuk media ekspresi identitas diri. Mahasiswa memilih konten yang dapat merepresentasikan nilai, prinsip hidup, atau suasana hati mereka. *Repost* memungkinkan mereka menunjukkan sisi personal secara tidak langsung, tanpa harus mengekspresikan secara verbal atau membuat konten sendiri. Hal ini berkaitan dengan kebutuhan akan kontrol terhadap cara mereka tampil di ruang publik digital.

Dalam konteks interaksi sosial, *repost* sering kali digunakan untuk menyampaikan pesan tersirat kepada orang-orang terdekat. Mahasiswa mengakui bahwa mereka memanfaatkan *repost* sebagai bentuk "kode" atau komunikasi simbolik kepada teman, pasangan, atau komunitas sosial. Ini menunjukkan bahwa *repost* juga memiliki fungsi interpersonal, memperkuat relasi dan menandai keikutsertaan dalam wacana digital yang sedang tren.

Di sisi lain, motif hiburan juga menjadi bagian penting dalam penggunaan *repost*. Mahasiswa kerap membagikan ulang konten yang lucu, ringan, atau menghibur sebagai bentuk pelarian dari tekanan akademik atau sekadar untuk memperbaiki suasana hati. Walaupun tidak secara langsung mencerminkan self-disclosure, motif hiburan ini tetap menjadi bagian dari strategi pengelolaan emosi dan identitas di media sosial.

Lebih jauh, praktik *repost* ini dapat dianalisis melalui lensa *Teori Johari Window*, yang menyoroti proses keterbukaan diri *(self-disclosure)* dalam komunikasi. Mahasiswa memperluas *open area* mereka dengan membagikan konten yang mencerminkan pemikiran atau pengalaman pribadi. Pada saat yang sama, mereka tetap menjaga *hidden area*, yakni bagian diri yang tidak ingin dibagikan secara eksplisit, dengan cara memilih konten yang implisit atau hanya dapat dimengerti oleh orang-orang tertentu. Selain itu, respons dari orang lain terhadap repost yang dibagikan, seperti komentar atau pesan langsung, dapat membuka *blind area*, di mana individu menyadari bagian dari dirinya melalui umpan balik sosial. Hal ini menunjukkan bahwa repost bukan hanya alat komunikasi satu arah, melainkan juga menjadi cermin untuk refleksi diri.

Terdapat hubungan yang jelas antara motif penggunaan *repost* dan bentuk *self-disclosure* yang dilakukan mahasiswa. Mahasiswa yang didorong oleh kebutuhan informasi cenderung memperluas area terbuka mereka, sementara mereka yang ingin mengekspresikan identitas pribadi lebih memilih mengungkap diri secara simbolik dan implisit. Dalam konteks interaksi sosial, *repost* menjadi alat komunikasi interpersonal yang menyampaikan pesan secara tidak langsung namun bermakna. Bahkan dalam motif hiburan, terdapat kemungkinan bahwa *repost* juga mengandung pesan emosional terselubung.

Secara keseluruhan, fitur *repost* pada TikTok tidak hanya berfungsi sebagai alat berbagi ulang konten, melainkan telah berkembang menjadi media komunikasi strategis yang multifungsi. Mahasiswa menggunakan fitur ini untuk mengelola identitas, menyampaikan emosi, memperkuat hubungan sosial, sekaligus memenuhi kebutuhan hiburan. *Repost* menjadi sarana *self-disclosure* yang adaptif dan fleksibel, memungkinkan pengguna untuk berbagi sambil tetap menjaga privasi dan kenyamanan dalam ruang digital yang dinamis.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul Penggunaan Fitur *Posting* Ulang (*Repost*) Pada Platform Tiktok Sebagai Sarana *Self Disclosure* Dalam Menyampaikan Pesan Personal (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat) memungkinkan mahasiswa mengekspresikan diri tanpa mengungkapkan secara langsung. Mahasiswa menggunakan fitur *posting* ulang (*repost*) untuk berbagi pesan personal yang berkaitan dengan suasana hati, pemikiran, atau situasi mereka, seperti perasaan rindu, kecewa, atau sindiran, tanpa terbuka terlalu ekspresif. *Posting* ulang (*repost*) menjadi alternatif yang aman, terutama bagi mahasiswa yang sedang berada dalam fase transisi menuju kedewasaan, dengan dinamika kehidupan yang melibatkan pencarian jati diri, hubungan sosial, dan pertemanan. Beberapa mahasiswa merasa lebih nyaman menyampaikan pesan lewat *posting* ulang (*repost*) daripada membuat konten sendiri atau berbicara langsung. Dalam konteks *self-disclosure*, *posting* ulang (*repost*) berfungsi sebagai bahasa nonverbal yang merepresentasikan identitas dan kondisi emosional mereka memungkinkan mahasiswa berkomunikasi dengan cara yang kuat namun tetap terjaga.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa fitur *repost* di TikTok memiliki peran penting dalam proses komunikasi personal mahasiswa, khususnya dalam konteks *self-disclosure.* Mahasiswa menggunakan *repost* tidak hanya sebagai sarana berbagi konten, tetapi juga untuk membangun identitas, memperkuat hubungan sosial, serta menyalurkan emosi secara selektif. Dengan demikian, *repost* tidak hanya menjadi fitur teknis, tetapi juga alat komunikasi yang mencerminkan dinamika emosional dan sosial generasi muda di ruang digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kontribusi dalam proses penyusunan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.

Luft, J., & Ingham, H. (1955). The Johari Window: A Graphic Model of Interpersonal Awareness. *Proceedings of the Western Training Laboratory in Group Development*.

Farrah, C. M., Anastasya, Y. A., & Julistia, R. (2023). Gambaran Self Disclosure pada Remaja.

Fitri, N. L., & Agustina, E. (2023). *Self-Disclosure Tidak Langsung Mahasiswa di Media Sosial melalui Konten Repost. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 45–58. https://jurnal.komunikasiindonesia.org/JIK/article/view/905

Maharani, D. P. (2022). *Media Sosial sebagai Ruang Ekspresi Emosional Mahasiswa.* Jurnal Psikologi Komunikasi, 11(2), 122–134. https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpk/article/view/4562

Rahmawati, E. A., Pratikto, H., & Aristawati, A. R. (2023). *Self-disclosure pada Remaja Pengguna TikTok: Bagaimana Peranan Kecerdasan Emosi.* INNER: Journal of Psychological Research, 2(4), 550–557.

Sikumbang, A. T. (2023). *Komunikasi Bermedia*. Iqra': *Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 17(1), 1–15.

Pratama, O. (2022). *Self Disclosure Generasi Z melalui Penggunaan Media Sosial TikTok (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau)*. Skripsi tidak. UIN Sultan Syarief Kasim Riau.

Resky, W. (2022). *Ekspresi Diri Pengguna Aplikasi TikTok: Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin*. Skripsi Universitas Hasanuddin.

Sears, D. J. (2011). *Psikologi Sosial* (Edisi Kelima, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.