

**MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PENGGUNA *INSTAGRAM*
PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MATARAM**

**COMMUNICATION PRIVACY MANAGEMENT OF *INSTAGRAM*
USERS ON COMMUNICATION SCIENCE STUDENTS UNIVERSITY OF
MATARAM**

Adilah¹, I Wayan Suadnya², Tenri Waru³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen privasi komunikasi pengguna *Instagram*, khususnya di kalangan Mahasiswa. Penelitian ini dilakukan dengan mendalami bagaimana proses pengambilan keputusan pengungkapan diri yang dilakukan pengguna *Instagram* sebagai bentuk proses manajemen privasi komunikasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Manajemen Privasi Komunikasi oleh Sandra Petronio. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan lima belas orang Mahasiswa yang dipilih dengan metode purposive sampling. Teknik uji keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi waktu dan *membercheck*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses manajemen privasi komunikasi dilakukan dengan membuat keputusan pribadi mengenai informasi pribadi yang diungkapkan dan tidak diungkapkan serta menjadi dasar dalam mengelola pesan di akun *Instagram* mengenai keluarga, email, nomor telepon, status hubungan, foto-foto tertentu dan keuangan. Menerapkan batasan-batasan pribadi dengan menerapkan fitur pembatasan akun di *Instagram*. Kontrol terhadap akun *Instagram* dilakukan secara berkala sebagai bentuk kepemilikan terhadap informasi yang diungkapkan. Keterbukaan informasi yang dilakukan memiliki kriteria pengaturan berdasarkan kriteria motivasi, kontekstual, risiko-manfaat dan gender. Proses dialektika menjadi proses pertimbangan terhadap informasi yang akan dibagikan, namun pertimbangan tersebut tidak dialami dalam jangka waktu yang berlarut-larut.

Kata Kunci: Manajemen Privasi Komunikasi, Pengungkapan Diri, Instagram

ABSTRACT

This research aims to find out the communication privacy management of Instagram users, especially among student. This research was conducted by delved how the decision-making process of personal disclosure by Instagram users that made as a form of communication privacy management process. The theory used in this research is Communication Management Privacy Theory by Sandra Petronio. This research uses descriptive qualitative research methods on Mataram University Communication Science Students. Data were collect through interviews

with fifteen student that selected by purposive sampling methods. The data validity test techniques used are time triangulation and membercheck. The results showed that the communication privacy management process was carried out by making personal decisions regarding private information that was disclosed and undisclosed likewise became the basis for managing messages on Instagram accounts regarding about family, email, telephone number, relationship status, specific photos and finance. Applying private boundaries by implementing the account restriction feature on Instagram. Control of Instagram accounts is carried out periodically as a form of ownership of the information disclosed. The disclosure of information carried out has rule criteria based on motivational, contextual, risk-benefit and gender criteria. The dialectic process becomes a process of consideration of the information to be shared, but this consideration is not experienced in a protracted period of time.

Key Words: *Communication Privacy Management, Self Disclosure, Instagram*

PENDAHULUAN

Pada masa dunia digital kini, Media sosial menjadi sarana komunikasi yang banyak digunakan. Berbagai aplikasi yang menjadi sarana masyarakat bermedia sosial menawarkan beragam fitur, salah satunya aplikasi *Instagram*. Pelaksana Seksi Hukum dan Informasi Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Semarang (Fatmawati, 2021) menuliskan bahwa salah satu dampak negatif penggunaan aplikasi *Instagram* adalah menimbulkan masalah privasi. Data-data yang terdapat pada media sosial dapat diakses dan menimbulkan resiko jika disalahgunakan. Pengguna media sosial perlu menyadari pentingnya menjaga privasi data dengan memahami dalam memilih informasi yang akan diberikan ke audiens atau disembunyikan dari audiens.

Peneliti Safety Detective mengungkapkan bahwa sebanyak 214 juta data pribadi dari akun Facebook, Instagram, dan LinkedIn dikabarkan bocor di *internet*. Pengguna media sosial harus cerdas dalam memilih bahan unggahan, melek literasi digital, dan dapat mengamankan data pribadinya (CNBC Indonesia, 2021).

FT Confidential Research mengadakan survei tentang kepedulian privasi di media sosial di beberapa negara ASEAN, Filipina berada di posisi pertama dalam hal kepedulian mengenai privasi di media sosial. Sementara, Indonesia berada di posisi ketiga, setelah Malaysia di posisi kedua, dan di atas Thailand dan Vietnam (Mursid dan Maharani, 2020).

Salah satu media sosial yang menjadi tren saat ini adalah *Instagram*. Platform Klear melakukan survei yang membuktikan jumlah media sosial *Instagram* mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu mengalami kenaikan setiap minggu. Dalam sepekan, Klear memaparkan bahwa rata-rata pengguna *Instagram* mengunggah *story* per hari meningkat 15%. Impresi *stories Instagram* juga meningkat sampai dengan 21% selama periode tersebut (Burhan, 2020).

Hasil penelitian Yahoo dan Taylor Nelson Sofres (TNS) Indonesia menunjukkan bahwa, pengakses *internet* terbesar di Indonesia adalah mereka yang berusia antara 15-19 tahun. Hasil survei ini menyebutkan bahwa sebanyak 64 persen adalah anak muda, dari 2.000 responden yang mengikuti survei. Sementara pada peringkat kedua ditempati oleh pengguna berusia 20- 24 tahun dengan prosentase 42 persen dan urutan terakhir ditempati usia 45-50 tahun. Menurut Asosiasi Pengguna Jasa *Internet* Indonesia/APJII (2018), pengguna *internet* di Indonesia berasal dari kelompok usia muda, umur 19 – 34 tahun dengan jumlah sekitar 49,52% dari total pengguna, dan mahasiswa merupakan populasi terbesar dalam rentang usia tersebut (Kompasiana, 2018).

Jika melihat dari data diatas mengenai pengguna *internet*, maka dapat dikatakan bahwa potensi masalah pelanggaran privasi bisa dialami siapa saja yang menggunakan media sosial jika melewati batas hukum dan etika termasuk oleh mahasiswa. Ketika terjadi suatu masalah privasi yang disebabkan oleh salah satu fitur di *Instagram* yaitu fitur “*Add Yours*” yang merugikan penggunanya, Seorang Pakar keamanan siber mengungkapkan bahwa pelanggaran privasi tersebut bukan terjadi karena fiturnya tetapi karena penggunanya yang ceroboh dan tidak berpikir panjang ketika menggunakannya (*The South East Island Times*, 2022). Hal ini yang membuat pentingnya pengguna media sosial melakukan manajemen privasi komunikasi, karena dapat memunculkan berbagai risiko bagi diri sendiri dan juga orang lain jika pengguna melakukan pengungkapan diri kepada orang yang salah, di waktu yang tidak tepat, atau mengungkapkan terlalu banyak privasi.

Seseorang perlu untuk melakukan pengungkapan ikatannya dengan orang lain, mempertahankan hubungan baik, dan diterima dalam lingkungan sosialnya. Akan tetapi, tetap juga memiliki hak privasi dalam lingkungan sosialnya. Setiap individu bebas untuk mengatur bidang pribadi mereka, termasuk informasi pribadi yang dibagikan ataupun tidak ke media sosial.

Dalam penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 mengenai pemaknaan privasi dalam penggunaan media sosial oleh kaum muda Indonesia, ditemukan bahwa terjadi tarik-menarik pada tataran bagaimana para pengguna media sosial “menyeimbangkan” antara hasrat untuk berbagi informasi personal mereka dan kebutuhan untuk memiliki kendali atas keterbukaan informasi tersebut (Fandia, 2020). Privasi bukan lagi sekadar upaya untuk mencapai otonomi diri dengan melakukan isolasi atau eksklusivitas atas informasi personal, melainkan berangkat dari proses dialektik antara pengungkapan diri (*self-disclosure*) dan pembatasan diri (*self-boundary*), sehingga membahas tentang privasi berarti juga membahas mengenai publisitas.

Sandra Petronio (Heryanto, 2019) di bukunya *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure* menyampaikan bahwa komunikator seharusnya memiliki pertimbangan dan pilihan peraturan sendiri mengenai apa yang harus dikatakan, dan apa yang harus disimpan dari publik. Seseorang harus mempertimbangkan dan mengatur mengenai apa, kapan, bagaimana dan sejauh apa pesan atau informasi yang dibagikan maupun disebarkan ke audiens.

Pada media sosial *Instagram* terdapat beberapa fitur yang dapat dijadikan sebagai sarana dalam melakukan manajemen privasi komunikasi oleh penggunanya. Setiap pengguna menggunakan fitur-fitur yang berbeda sesuai dengan manajemen privasi yang diterapkannya. Contohnya seperti penggunaan dua akun berbeda yang disertai tujuan berbeda dan mengkategorikan akun-akun pengguna lainnya yang harus disembunyikan atau dipilih sebagai kategori Teman dekat ketika mengunggah suatu konten.

Apabila memutuskan untuk membagikan informasi yang bersifat pribadi di status *Instagram*, ia dapat melakukan manajemen privasi dengan melakukan pengaturan terhadap akunnya tersebut sesuai dengan batasan yang diterapkan dalam dirinya. Jika menurutnya memilih atau membatasi akun-akun pengguna lainnya yang dapat melihat informasi tersebut perlu dilakukan agar tersebarnya informasi dapat terkontrol, maka ia dapat melakukan pemilihan akun mana saja yang dapat melihat dan yang harus disembunyikan agar tidak dapat mengetahui informasi privasi tersebut.

Perasaan terganggu terhadap orang-orang yang dapat berkomentar untuk mengetahui lebih dalam terhadap unggahan pada akun *Instagram* dapat diatur dengan membatasi ruang komentar akun-akun tertentu tersebut. Jika seseorang melanggar batasan privasi yang diterapkan, pengguna *Instagram* dapat memblokir akun tersebut sebagai bentuk tindakan tegas dalam melakukan manajemen privasi.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk lebih mendalami terkait dengan manajemen privasi komunikasi dalam penggunaan media sosial *Instagram* pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Mataram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan diperoleh 15 informan. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka untuk mendapatkan data. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah yaitu reduksi data, penyajian data serta kesimpulan dan verifikasi. Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini digunakan teknik triangulasi waktu dan *membercheck*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas mengenai manajemen privasi pengguna *Instagram* pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram. Para mahasiswa yang merupakan informan penelitian mengungkapkan pentingnya menerapkan manajemen privasi komunikasi pada proses pengungkapan informasi privat dalam akun media sosial *Instagram*nya. Penerapan manajemen privasi komunikasi ini berpengaruh dalam proses komunikasi antarpribadi di *Instagram*. Pilihan-pilihan pesan yang dilatarbelakangi dengan memperhatikan bahwa setiap pengguna *Instagram* lainnya memiliki perbedaan pembawaan, watak, sikap dan perasaan ini penting untuk diterapkan dalam menerapkan manajemen privasi. Sebagai pemilik

akun *Instagram*, penting untuk memiliki asumsi mengenai sikap yang dimiliki oleh pengguna lain pada saat akan mengunggah sesuatu. Terbukanya informasi privat dengan tidak tepat atau disalahgunakan dapat menyebabkan kerugian seperti rusaknya hubungan antarpribadi atau kredibilitas individu sebagai pemilik privasi.

Teori manajemen privasi komunikasi berfokus pada cara individu mendefinisikan dan mengomunikasikan informasi terkait pribadinya (Petersons & Khalimzoda, 2016). Teori ini mencoba menjawab berbagai pertanyaan terkait hubungan antara pengungkapan dan privasi, penolakan atau pemberian ruang, pilihan untuk mengungkapkan dan menyembunyikan informasi, dan konsekuensi dari gangguan dalam manajemen privasi.

Berdasarkan teori Manajemen Privasi Komunikasi (*Communication Privacy Management-CPM*) yang dikembangkan oleh Sandra Petronio pada tahun 2002, terdapat lima poin penting yang akan dilalui dari proses pengelolaan informasi dalam media sosial pada pembahasan penelitian ini, antara lain:

4.4.1. Informasi Privat

Dapat dianalisis bahwa semua informan sangat berhati-hati dalam melakukan proses pengungkapan informasi data diri pribadinya dalam menggunakan aplikasi media sosial *Instagram*. Pada masa kini, siapapun penting untuk selalu memikirkan informasi privat yang dibagikan melalui aplikasi *Instagram*. Dari temuan hasil, terdapat dua hal yang berkaitan dengan pembahasan mengenai informasi privat pada akun media sosial *Instagram* oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram yaitu 1) pengungkapan identitas (Nama pengguna, foto profil dan kolom bio) dan 2) pengelolaan pesan.

Pertama, terdapat perbedaan pada informan dalam proses melakukan keputusan pengungkapan identitas pada laman profil akun *Instagram* mereka yang akan dibahas berikut ini. Penggunaan nama pada akun *Instagram* menjadi hal yang penting karena merupakan hal utama yang diterapkan ketika akan membuat akun *Instagram*. Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa penggunaan nama *Instagram* para informan ada umumnya berdasarkan nama asli. Namun, terdapat informan yang menggunakan nama panggilan dan terdapat juga informan yang membolak-balikkan namanya agar terlihat sedikit berbeda. Pada dasarnya, penggunaan nama asli ini ditujukan agar mudah diketahui oleh keluarga serta teman-temannya.

Foto profil merupakan hal utama setelah nama yang dapat dilihat untuk menunjukkan identitas pemilik akun. Melalui penelitian ini, ditemukan bahwa penggunaan foto profil didasari oleh dua hal yaitu foto diri sendiri saja agar mudah dikenali dan foto yang menunjukkan kecenderungan dari pemilik akun terhadap suatu hal sehingga mendorong untuk menjadikan hal tersebut sebagai foto profil serta sekaligus menjadi bagian identitas dirinya. Beberapa hal yang mendasarinya tersebut adalah kesukaan pribadi terhadap suatu hal yaitu foto pemandangan seperti langit atau laut dan foto seorang tokoh idola yang menjadi panutannya (*role model*).

Dari lima belas informan, mayoritas hanya melakukan pengungkapan informasi privat yang mendasar pada fitur kolom Bio di media sosial *Instagram*. Beberapa hal yang dicantumkan oleh para informan yaitu nama panggilan, domisili, nama idola, dan kalimat motivasi. Namun, terdapat juga informan yang memilih untuk menuliskan website dan link terkait informasi pekerjaan. Ditemukan juga beberapa informan yang tidak mencantumkan apapun dalam kolom bio *Instagramnya* dikarenakan merasa tidak perlu mengungkapkan apapun pada kolom bio tersebut, disisi lain terdapat alasan satu informan yang mengatakan agar terlihat misterius. Demikian sebaliknya, terdapat informan yang spesifik mengatakan tidak ingin terlihat misterius sehingga sebisa mungkin mencantumkan sesuatu di kolom bionya.

Kedua, mengenai pengelolaan pesan oleh para informan yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram sebagai pengguna *Instagram* yang merupakan bagian dari pengungkapan informasi privat. Dari hasil penelitian, terdapat beberapa hal yang termasuk kedalam poin penting yang menjadi bagian informasi privat ketika menggunakan aplikasi media sosial *Instagram*, antara lain sebagai berikut:

- a. Keluarga
- b. Email
- c. Nomor Telepon
- d. Status Hubungan
- e. Foto tertentu
- f. Keuangan

Beberapa hal di atas merupakan bagian dari informasi privat yang sebagian dapat diungkapkan oleh pemilik akun *Instagram* sebagai bentuk pengungkapan informasi privat dengan batasan tertentu dan sebagian dipilih untuk tidak diungkapkan sebagai bentuk penyembunyian informasi privat. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa para informan sangat berhati-hati dalam mengunggah konten mengenai hal-hal privat yang telah ditetapkan oleh dirinya pribadi. Ada kalanya, pemilik akun dapat mengungkapkannya dengan batasan tertentu karena informasi privat ini merupakan hal yang sangat berarti bagi pemiliknya.

Informasi privat merupakan informasi penting dan sangat berarti bagi pemiliknya sehingga menjadi hal yang perlu diperhatikan ketika akan diungkapkan di media sosial *Instagram*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa para informan merasa tidak harus mengungkapkan hal privat pada akunnya, terlebih mengenai urusan yang mendalam seperti masalah keluarga. Jika akan mengungkapkan hal-hal privat seperti curhatan atau mengenai masalah tertentu maka pemilik akun melakukan seleksi terhadap akun-akun pengguna lain yang dapat mengetahui hal tersebut dengan menggunakan fitur teman dekat. Menurut Vangelisti (1994), disebutkan bahwa ada kalanya privasi terkait keluarga perlu ditahan untuk melindungi anggota keluarga tersebut dari evaluasi atau kesan negatif.

Terdapat juga temuan hasil bahwa mayoritas para informan yang memiliki dua akun *Instagram* yaitu akun utama dan akun kedua, bahkan ada yang memiliki akun ketiga. Namun, tetap ada informan yang hanya memiliki satu akun saja.

Perbedaan pada akun utama dan akun kedua atau ketiga terdapat dalam frekuensi mengungkapkan informasi privat. Pada akun kedua atau ketiga, para informan mengatakan bahwa pengungkapan informasi privat lebih intens dikarenakan pengguna *Instagram* yang terdapat pada akun tersebut telah dipilih secara lebih mendalam dan memang telah dipercaya sepenuhnya sehingga pengungkapan informasi privat mengenai hal-hal yang berarti bagi dirinya lebih bebas. Sedangkan pada akun utama hanya mengunggah sesekali saja, tidak banyak mengungkapkan informasi privat.

4.4.2. Batasan Privat

Dari hasil pengambilan data melalui lima belas informan, ditemukan bahwa semua informan pada penelitian ini setuju dengan adanya batasan antara informasi yang dapat dibagikan kepada khalayak dengan informasi yang tidak dapat dibagikan kepada orang lain. Para informan menganggap hal ini perlu karena menginginkan adanya batasan privasi dan merasa tidak wajib untuk mengunggah kehidupannya secara keseluruhan di akun media sosial *Instagram*nya. Perlunya memiliki kewaspadaan yang lebih dalam menjaga informasi privat yang dimiliki agar nantinya tidak disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab. *Private boundaries* (batasan privat) dikatakan oleh Petronio (2002) sebagai suatu batas pemisah antara informasi pribadi dari informasi publik. Pada konteks ini, informan dalam penelitian ini menarik garis batas yang tegas mengenai siapa yang dapat menjadi *co-owner* (pihak lain yang dipercaya) mengenai informasi privasi yang dimilikinya.

Terdapat beberapa hal yang menjadi rincian terkait hasil dari penelitian ini mengenai batasan privat yaitu kriteria akun pengikut (*followers*) serta akun yang diikuti (*following*) dan penerapan filter pembatasan akun yakni senyapkan akun, sembunyikan unggahan, blokir akun, hapus akun, setuju pengguna lain membagikan unggahan, setuju membagikan melalui pesan, dan teman dekat. Dalam buku Petronio (2002) mengenai teori manajemen privasi komunikasi dijelaskan bahwa ketika suatu informasi privat dipilih untuk tetap disimpan, maka batasannya disebut dengan batasan personal (*personal boundary*). Dengan begitu ketika pengguna *Instagram* lain ada yang menanyakan soal hal yang termasuk dari batasan personal, maka mereka akan menolak untuk membagikan informasi tersebut atau mempertimbangkan sesuai kepentingannya.

Ditemukan kriteria penentuan penerimaan akun pengikut yang didapatkan dari hasil penelitian ini yaitu pada umumnya semua informan menerima akun orang-orang yang mereka kenal atau orang yang diketahui berdasarkan perantara orang lain yang dikenal oleh pemilik akun seperti keluarga, teman, atau kerabat. Sedangkan, mengenai kriteria akun yang diikuti yaitu tentu berdasarkan orang yang dikenal dan juga berdasarkan keingin tahuan yang lebih mendalam terhadap seseorang atau sesuatu seperti akun idola, akun edukasi atau akun motivasi.

Selain itu dalam penelitian ini, juga ditemukan cara informan dalam mengatur batasan privat yang dimilikinya yaitu dengan cara menyembunyikan atau memblokir pengguna *Instagram* lain yang dirasa sangat mengganggu dan

berpotensi untuk menyalahgunakan segala informasi yang diungkapkan oleh informan pada akunnya tersebut. Petronio (2016) menegaskan bahwa setiap masing-masing individu yang terlibat dalam suatu hubungan akan terus melakukan pengaturan terhadap batasan-batasan antara batasan privat dan batasan yang dianggap umum atau publik.

Terdapat juga penggunaan fitur “teman dekat” dalam mengunggah informasi pada *Instagram story* yakni memfilter kembali siapa saja dari sekian banyak pengikut pada akun tersebut yang dapat melihat informasi yang diunggah. Setiap informasi bisa saja memiliki akses yang berbeda pada setiap orangnya, oleh karena itu pemilik akun dapat menyesuaikannya dengan menggunakan fitur “teman dekat” ini. Fitur ini dapat diubah ataupun diatur setiap kali akan mengunggah cerita di *Instagram*. Hal ini berarti terdapat pengaturan terhadap pengelolaan batasan privat yang terus dilakukan terkait dengan proses pengungkapan informasi privat saat informan terlibat dalam suatu hubungan.

Arnold Simmel menyampaikan bahwa privasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem nilai yang mengatur tindakan dalam masyarakat (Pennock & Chapman, 2009). Oleh karena itu, pengelolaan privasi dalam pengungkapan diri merupakan suatu hal yang positif dan penting dalam membangun suatu hubungan antarpribadi seperti di media sosial *Instagram*. Rahmiputri & Irwansyah (2019) pada penelitiannya juga menemukan bahwa penggunaan fitur *close friend* (teman dekat) menjadi hal yang penting untuk menyaring pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial serta berguna dalam menjaga unggahan yang bersifat pribadi yang dianggap dapat menyebabkan konflik.

4.4.3. Kontrol dan Kepemilikan

Pada hasil penelitian ini dapat dianalisis bahwa ternyata setiap informan melakukan kontrol terhadap akun *Instagram*nya secara berkala. Terdapat beberapa hal yang terkait dengan proses kontrol dan kepemilikan dari para informan pada akun *Instagram*nya. Beberapa hal yang terkait yaitu penggunaan akun privat, pengaturan komentar, pengaturan pesan langsung dan juga dalam penentuan kriteria *followers* maupun *following* serta penentuan kriteria penerapan pembatasan akun.

Fitur akun privasi pada akun *Instagram* merupakan salah satu pilihan yang paling banyak menjadi sarana para informan pengguna *Instagram* dalam melakukan kontrol dan kepemilikannya terhadap informasi-informasi yang terdapat pada akun *Instagram*nya. Jika menerapkan fitur akun privat, maka tidak semua akun pengguna pada aplikasi *Instagram* dapat dengan bebas melihat unggahan tanpa persetujuan pemilik akun.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa informan melakukan kontrol dan kepemilikannya dalam menggunakan akun *Instagram*nya dengan mengaplikasikan fitur akun privat dan fitur akun publik sesuai dengan kepentingannya. Informan memilih untuk menggunakan fitur privasi agar tidak ada akun-akun palsu yang dapat mengakses informasi pada akunnya dan menghindari komentar yang tidak

diinginkan. Namun ada kalanya pada saat tertentu, informan menggunakan fitur publik sementara dikarenakan keperluan organisasi yang membutuhkan untuk meraih pengguna lebih banyak lagi dan mengesampingkan kebiasaan manajemen privasinya.

Pengaturan komentar di *Instagram* merupakan salah satu hal yang berkaitan dengan kepemilikan dari akun pengguna yang dapat dikontrol. Pada penelitian ini, ditemukan bahwa kontrol dalam pengaturan komentar ini sangat bergantung pada situasi diri pemilik akun yang kemungkinan besar selalu berubah-ubah. Para informan memiliki peran mengontrol untuk menonaktifkan komentar atau membatasi siapa saja yang boleh memberikan komentar. Hal tersebut tergantung dari konteks maupun tujuan unggahannya tersebut. Terdapat waktu yang menjadikan pemilik akun merasa bahwa tidak ingin mendapatkan komentar apapun sehingga menonaktifkan kolom komentar atau menyembunyikan komentar yang sudah terlanjur diberikan oleh pengguna lain. Begitu pula sebaliknya, terdapat waktu yang menjadikan pemilik akun mau melepas kontrolnya dengan membuka kolom komentar agar tujuannya tercapai seperti terjadinya perbincangan dengan akun pengguna lain sehingga komunikasi antarpribadi dapat terbangun.

Pengaturan pesan langsung dijadikan juga sebagai salah satu kontrol dalam proses manajemen privasi komunikasi di *Instagram*. Pada penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat 4 hal yang terkait dengan pengaturan pesan langsung yaitu pengaturan siapa saja yang dapat mengirim pesan, permintaan pesan, siapa saja yang dapat menambahkan dalam grup obrolan pada pesan langsung, dan status aktivitas. Keempat hal tersebut diterapkan untuk mengontrol batasan pengguna lain pada akun kepemilikan pengguna tersebut. Salah satu hal yang paling privat dari keempat hal tersebut adalah status aktivitas. Dengan mengontrol status aktivitas dengan menonaktifkannya, maka pemilik akun dapat bebas melakukan aktivitas kapan saja tanpa merasa dipantau atau diketahui oleh pengguna lainnya. Pada penelitian ini, hal tersebut dirasa penting oleh para pengguna untuk meminimalisir batasan turbulensi dalam proses komunikasi antarpribadi tersebut.

Dengan adanya proses penerapan kriteria dalam penerimaan *followers* dan pemilihan *following* serta penerapan kriteria pembatasan akun, pemilik akun dapat melakukan kontrol atas kepemilikannya terhadap informasi yang akan diunggahnya pada akun *Instagram*nya tersebut. Dalam proses memilih kriteria dalam penerapannya itu pemilik akun dapat berasumsi mengenai pembukaan atau penyembunyian informasi yang akan dilakukannya dan kepada siapa informasi itu dibagikan atau siapa saja yang dapat mengaksesnya.

Langkah-langkah yang diambil oleh para informan merupakan suatu langkah yang tepat, hal ini selaras dengan teori yang sudah dijelaskan di atas bahwa seseorang akan berusaha semaksimal mungkin untuk mengontrol informasi privat yang telah dibagikannya dengan harapan segala informasi yang telah diungkapkan di aplikasi *Instagram* ini tidak bocor dan disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab.

4.4.4. Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan

Mengacu pada teori Communication Privacy Manajemen (CPM) yang digunakan, sistem yang dimaksud disini mengacu pada keputusan aturan yang berbasis sistem manajemen yang memungkinkan untuk dikelola oleh individu itu sendiri. Terdapat tiga aturan manajemen untuk mengatur proses pengungkapan dan penyembunyian informasi pribadi. Berikut hal terkait dengan system manajemen berdasarkan aturan yang dibahas dalam penelitian ini antara lain:

a. Karakteristik Aturan Privasi (*Characteristics of Privacy Rules*)

Peneliti menemukan sebuah temuan bahwa perbedaan cara pengungkapan diri dari seluruh informan di akun *Instagram*nya yang dipengaruhi oleh beberapa hal. Salah satunya seperti tujuan dari masing-masing informan dalam menggunakan *Instagram* yang berbeda-beda. Kondisi ini diperkuat oleh teori yang telah dijabarkan sebelumnya bahwa menurut Sandra Petronio dalam teori CPM, terdapat lima kriteria untuk menjelaskan bagaimana sebuah aturan privasi dapat dibangun oleh seseorang yaitu kriteria budaya, gender, motivasi, kontekstual, dan resiko-keuntungan.

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa kriteria yang diterapkan oleh informan dalam membangun aturan privasinya pada media sosial *Instagram* yaitu kriteria motivasi, kontekstual, rasio resiko keuntungan dan kriteria gender. Ditemukan kriteria mengenai motivasi atau tujuan dari pemilik akun dalam menggunakan aplikasi *Instagram* pada penelitian ini yaitu untuk kesenangan pribadi seperti menjalin hubungan dengan keluarga dan teman dengan saling bertukar hiburan hal-hal lucu dan mencari informasi yang berkaitan dengan edukasi atau motivasi. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Petronio yaitu seseorang bisa saja memilih untuk membagikan informasi atas dasar motif tertentu, seperti untuk menghilangkan rasa bersalah, memperoleh kontrol terhadap suatu hal, menghindari keburukan, memberikan kesan kepada orang lain, atau mengekspresikan diri sendiri (West & Turner, 2010).

Terdapat juga informan yang menggunakan kriteria konseptual dalam menentukan aturan privasinya yakni sesuai dengan keadaan yang sedang terjadi sehingga relatif atau berubah-ubah. *Communication Privasi Management* (CPM) berkaitan dengan suatu proses negosiasi seseorang mengenai pengungkapan informasi privatnya. Seseorang dapat melakukan proses negosiasi khususnya pada dirinya sebagai pemilik informasi privat mengenai pilihan dalam menyembunyikan atau membagikan suatu informasi pada orang lain (West & Turner, 2010).

Mengenai kriteria gender yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu pemilihan pembatasan akun yang dilakukan pemilik akun sesuai dengan gender yakni hanya mengkategorikan pengguna akun lainnya yang bergender perempuan dalam mengontrol proses pengungkapan privasi pada akunnya tersebut. Kriteria berdasarkan gender ini juga dapat dilihat pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anis Endang (2020) mengenai Manajemen Privasi dalam Aplikasi Tantan. Pada penelitian sebelumnya tersebut, ditemukan bahwa laki-laki lebih

dipercaya dalam menjaga rahasia atau informasi privasi tetapi tidak ditemukan adanya perbedaan dalam pengungkapan privasi antara perempuan dan laki-laki. Dalam penelitian Gruzd & Hernández-García (2018) dikatakan meskipun informasi tersedia untuk umum di media sosial tetapi pengguna masih mengharapkan privasi. Hal tersebut dapat ditemukan pada penelitian ini yaitu penggunaan fitur dengan dasar untuk memilah kepada siapa saja informasi dapat di bagikan oleh pemilik dalam akun *Instagramnya* berdasarkan pemilihan gender.

Pada penggunaan karakteristik aturan privasi berdasarkan kriteria rasio resiko keuntungan dalam penelitian ini ditemukan bahwa pemilik akun mengatur dan mengelola pengungkapan informasi pada *Instagramnya* dengan memperhatikan resiko atau keuntungan yang akan didapatkannya. Resiko yang diperkirakan biasanya mengenai penerimaan pesan yang disalah artikan sehingga memunculkan konflik atau membuat kesan tidak baik dari pengguna lain kepada pemilik akun. Keuntungan yang diharapkan dalam proses pembukaan privasi yaitu bisa memperluas koneksi terkait pekerjaan atau memberikan kesan baik, memvalidasi perspektif, dan membangun hubungan atau komunikasi antar pribadi semakin dekat.

b. Batasan Koordinasi (*Boundary Coordination*)

Batasan koordinasi ini merupakan lanjutan dari kesepakatan yang dibuat oleh sesama pengguna *Instagram* ketika saling berhubungan dan memberikan informasi privat atau mengetahui unggahannya tersebut. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ketika pemilik akun menjalin hubungan dengan pengguna lain di *Instagram*, maka dirinya sudah melakukan semacam kesepakatan dengan kenalannya untuk membagikan informasi yang sama sehingga ini membuat keduanya bisa saling mengerti informasi satu sama lain serta saling menjaganya.

Peneliti menganalisis bahwa terdapat sebuah alur yang dilakukan oleh pengguna *Instagram* pada umumnya, bahwa mereka lebih mengutamakan untuk saling memberikan informasi satu sama lain ketika menjalin hubungan. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepercayaan kepada sesama pengguna *Instagram* bahwa akun tersebut jelas dan tidak perlu khawatir mengenai hal-hal privat yang diungkapkannya akan tersebar. Koordinasi ini juga dapat berperan dalam mencegahnya batasan turbulensi yang disebabkan dengan kesalahpahaman atau ketidaksesuaian batasan koordinasi yang ditetapkan. Jika pemilik akun merasa bahwa pengguna lain tidak melakukan koordinasi yang sesuai dengannya, maka pemilik akun akan melakukan hal-hal pencegahan untuk terjadinya kebocoran informasi privat yang diungkapkan pada akunya.

c. Batasan Turbulensi (*Boundary Turbulence*)

Hal yang kemungkinan terjadi dalam pengungkapan diri ialah adanya turbulensi batasan dimana terjadi bocornya suatu rahasia seseorang ke pihak lain sehingga dapat memungkinkan terjadinya sebuah konflik. Pada penelitian ini ditemukan bahwa batasan turbulensi terjadi dikarenakan pemilik akun merasa terdapat batasan koordinasi yang dilanggar oleh pengguna lain di akun *Instagramnya* sehingga menyebabkan informasi privat sampai atau diketahui oleh

pihak-pihak yang tidak dikehendaki. Hal ini menyebabkan konflik antar pemilik akun dan pengguna lain yang bersangkutan yang ditemui dalam penelitian ini bahwa hal tersebut menyebabkan pemilik akun mengambil langkah-langkah dengan mengubah batasan privat atau meningkatkan kontrol pada akun *Instagram*nya untuk mengatasi kebocoran informasi yang dialaminya agar tidak terjadi kembali di kemudian hari.

4.4.5. Dialektika Manajemen

Pada poin dialektika manajemen ini berfokus mengenai ketegangan informan sebagai pengguna atau pemilik akun *Instagram* untuk mempertimbangkan penyampaian suatu informasi di akun *Instagram*nya. Pada masa kini, banyak masalah yang muncul terkait manajemen privasi komunikasi pada aplikasi media sosial termasuk *Instagram*. Hubungan komunikasi antar pribadi melalui aplikasi *Instagram* ini menjadikan pengguna melakukan pertimbangan mengenai hal yang dijelaskan oleh Petronio (2002) yaitu ketegangan antara dorongan untuk mengungkapkan informasi pribadi atau untuk menyembunyikannya.

Secara garis besar pada penelitian ini ditemukan bahwa semua informan sebagai pemilik akun melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum menyampaikan apapun di *Instagram*. Namun, pertimbangan ini tidak sampai dilakukan hingga mencapai ketegangan yang berarti yaitu seperti dengan melakukan pemikiran selama berjam-jam bahkan berganti hari. Pertimbangan yang dipikirkan oleh informan kebanyakan lebih kepada bagaimana respon yang akan diterima oleh orang lain ketika mereka menyampaikan atau mengunggah sesuatu.

Hampir semua Informan mengatakan selalu memikirkan terlebih dahulu kemungkinan yang akan terjadi nanti mengenai respon orang terhadap unggahannya atau terhadap dirinya, baik itu positif maupun negatif. Dengan adanya dialektika manajemen ini pengguna *Instagram* lebih bisa mengontrol dan terlebih memikirkan secara mendalam mengenai apa yang akan ia bagikan dalam akun *Instagram*nya. Hal ini sesuai dengan teori manajemen privasi komunikasi yakni penting untuk mempertimbangkan pihak lain dalam manajemen privasi karena melalui reaksi penerima tersebut dapat memengaruhi cara pemilik informasi itu dalam mengelola informasi dirinya (Petronio, 2016).

Ditemukan bahwa proses dialektika manajemen ini dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu dengan melihat akun-akun *Instagram* lainnya yang menjadi pengaruh dalam kebimbangannya tersebut. Perasaan *insecure* yaitu perasaan kurang percaya diri dengan melihat unggahan pada akun-akun pengguna lainnya sehingga merasa khawatir dalam mengunggah sesuatu karena membandingkan dirinya dengan orang lain serta terlalu memikirkan pendapat orang lain tentang dirinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai manajemen privasi komunikasi pengguna *Instagram* pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram ini,

dapat ditarik kesimpulan bahwa semua informan menerapkan manajemen privasi komunikasi dalam menggunakan *Instagram*. Manajemen privasi komunikasi dilakukan melalui proses pengambilan keputusan pribadi yang didasari oleh lima asumsi yaitu informasi privat, batasan privat, control dan kepemilikan, sistem manajemen berdasarkan aturan dan dialektika manajemen. Semua informan menggunakan nama dan foto asli pada akun *Instagram*nya agar mudah dikenal. Informasi privat yang tidak diungkapkan oleh para informan dan menjadi dasar dalam pengelolaan pesan yang diunggah pada akun *Instagram* yaitu mengenai keluarga, email, nomor telepon, status hubungan, foto tertentu dan keuangan.

Informan menerapkan batasan-batasan privat yang berbeda dengan memanfaatkan fitur yang terdapat di *Instagram*. Semua informan menggunakan fitur-fitur yang berkaitan dengan pembatasan akun. Dalam penggunaan salah satu fitur utama yang termasuk fitur pembatasan akun yaitu fitur akun public dan privat, terdapat 8 informan yang menggunakan akun privat dan 7 informan menggunakan fitur akun publik. Batasan privat dijadikan sebagai kontrol dan kepemilikan akun *Instagram* dan dilakukan secara berkala oleh informan. Pengungkapan informasi yang dilakukan oleh pengguna memiliki kriteria aturan. Terdapat 8 informan yang menggunakan kriteria berdasarkan resiko dan keuntungan.

Pengguna juga menerapkan batasan koordinasi yang diinginkannya dan menghindari adanya turbulensi batasan. Terdapat 1 informan yang mengalami turbulensi batasan yang membuat pengguna kembali melakukan perubahan pada proses penentuan batasan dan melakukan kontrol pada akunnya. Proses dialektika para informan dalam membagikan informasi pun tidak sampai dialami secara berlarut-larut dalam waktu beberapa jam atau beberapa hari.

SARAN

Peneliti mengharapkan kepada para pembaca yang belum mengaplikasikan manajemen privasi komunikasi dalam menggunakan media sosial khususnya pada pengguna aplikasi *Instagram*, dapat memahami betapa pentingnya manajemen privasi komunikasi. Sehingga, kedepannya dapat mengaplikasikannya dan merasakan dampak positif dari proses manajemen privasi komunikasi serta menjadi upaya preventif agar terhindar dari pelanggaran privasi pada media sosial *Instagram*. Pada peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait dengan Teori CPM maka dapat mengungkapkan mengenai fenomena sosial atau kasus-kasus yang cukup krusial dan masalah spesifik yang pada tempo waktu penelitiannya tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan F.A. 2020. *Pengguna Whatsapp dan Instagram Melonjak 40% Selama Pandemi Corona*. <https://katadata.co.id/>, Diakses pada 16 Maret 2022.
- CNBC Indonesia. 2021. Data Pribadi 214 Juta Pengguna Facebook & Instagram Dicuri. [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com), diakses pada 18 Januari 2023.

- Fandia, Mashita. 2020. *Mendefinisikan Privasi di Media Sosial*. <https://www.combine.or.id/2020/12/14/mendefinisikan-privasi-di-ruang-media-sosial/>, diakses pada 16 Maret 2022.
- Fatmawati, Nurul. 2021. *Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial dalam Masyarakat*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>, diakses pada 16 Maret 2022.
- Gruzd, A., & Hernández-García, Á. (2018). Privacy Concerns and Self Disclosure in Private and Public Uses of Sosial Media. *Cyberpsychology, Behavior, and Sosial Networking*, 21(7), 418–428. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0709>, diakses pada 2 November 2022.
- Heryanto, Gun Gun. 2019. *Privasi Komunikasi di Media Sosial*. Media Indonesia <https://mediaindonesia.com/>, diakses pada 16 Maret 2022.
- Kompasiana. 2018. *Pentingnya Menjaga Privasi Diri Sendiri di Sosial Media*. <https://www.kompasiana.com/>, diakses pada 16 Maret 2022.
- Mursid F & Maharani E. 2020. *Kepedulian Privasi Medsos, Indonesia Peringkat Ketiga*. <https://republika.co.id/>, diakses pada 16 Maret 2022.
- Murwani, Anis Endang Sri. 2020. Manajemen Privasi Dalam Aplikasi Tantan (Kajian *Gendered Criteria* dalam Teori *Communication Privacy Management*). Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dehasen Bengkulu.
- Petersons, A., & Khalimzoda, I. (2016). Communication privacy management of students in Latvia. *Problems and Perspectives in Management*, 14(2). [https://doi.org/10.21511/ppm.14\(2-1\).2016.11](https://doi.org/10.21511/ppm.14(2-1).2016.11), diakses pada 2 November 2022.
- Petronio, S. (2016). Communication privacy management theory. *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication, 1st Edition*, 1–9. <https://doi.org/10.1080/15267431.2013.743426>, diakses pada 7 Februari 2022.
- West & Turner. 2010. *Introducing Communication Theory Analysis And Application*. https://www.academia.edu/36356550/Introduction_of_Communication_Theory_West_and_Turner_, diakses pada 16 Maret 2022.