

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa dampak sangat signifikan terhadap perubahan pola komunikasi dan interaksi di tengah masyarakat. Hadirnya media sosial menjadi salah satu sarana yang mengubah paradigma berkomunikasi di masyarakat, dengan merealisasikan bahwa komunikasi yang tidak terbatas jarak, waktu, dan ruang mungkin untuk dapat terjadi. Meluasnya teknologi digital dan media sosial turut berdampak terhadap kemunculan berbagai peluang lapangan pekerjaan baru yang kemudian menggeser tren pekerjaan ke arah penggunaan media digital. Untuk dapat memanfaatkan berbagai peluang pekerjaan di era digital, diperlukan bekal kreativitas guna membuka jalur bagi generasi muda untuk terjun ke industri kreatif.

Bagi pemilik pekerjaan seperti *video creator*, animator, fotografer, desainer grafis, atau *influencer*, keberadaan platform media sosial Instagram dapat dimanfaatkan untuk membentuk representasi diri yang menunjang pekerjaan mereka. Mungkin kita kerap menjumpai pengguna-pengguna Instagram yang memiliki *second account*, atau akun Instagram yang dioperasikan di samping akun utama, untuk tujuan-tujuan tertentu yang tidak dapat dicapai hanya melalui akun utama. Unggahan foto ataupun video pada akun Instagram milik pekerja kreatif dapat menjadi portofolio yang menampilkan karya dalam profil pribadinya.

Di samping untuk keperluan pekerjaan, kepemilikan akun Instagram sendiri terkadang ditujukan untuk menampilkan kesan diri. Keberadaan *platform* media sosial sering kali dijadikan sebagai wadah bagi pengguna Instagram untuk menjadi dirinya sendiri dengan bebas, tanpa adanya standar apa pun yang memberatkan pengguna dalam berekspresi. Melalui ruang yang dianggap aman ini, pengguna Instagram terkadang membagikan begitu saja informasi-informasi yang sifatnya sangat pribadi dan cukup sensitif di media sosial. Tanpa memiliki kesadaran dan pengetahuan dalam berperilaku pada media sosial, pengguna akan menghadapi risiko-risiko yang mungkin muncul dari kebebasan berekspresi dan pengungkapan diri di dunia maya.

Contoh dari kurangnya kesadaran akan privasi di media sosial dapat dilihat dalam kasus yang dialami oleh @ditamoechtar\_ , *influencer* yang memiliki 56.400 *followers* di Twitter. Sebagaimana dilansir dari Kompas.com, dalam salah satu postingannya Dita menceritakan bagaimana temannya menjadi korban kasus penipuan karena membagikan nama panggilan masa kecilnya pada Instagram Story, menggunakan fitur stiker Add Yours. Hal tersebut menjadi celah bagi oknum tidak bertanggungjawab untuk melakukan penipuan dengan modus mengetahui panggilan masa kecil dan berpura-pura menjadi sanak saudara yang meminta transferan uang.

Dalam kasus ini, pengguna Instagram tanpa disadari telah membagikan informasi yang bersifat pribadi. Fitur stiker Add Yours yang disediakan pada Instagram Story memang secara bebas meminta pengguna untuk mengunggah foto ataupun informasi sebagaimana yang tertulis pada masing-masing instruksinya.

Sejumlah *challenge* Add Yours yang beredar bahkan menantang pengguna Instagram untuk mengunggah tanda tangan, tempat & tanggal lahir, nama panggilan, pelat kendaraan, nomor rekening, foto Kartu Tanda Penduduk (KTP), dan unggahan-unggahan yang memuat data terkait dengan privasi lainnya.

Oleh karena itu pengguna media sosial perlu untuk benar-benar memahami tertuju kepada siapa informasi yang mereka bagikan, kepada siapa saja pengguna media sosial seharusnya menutup informasi yang bersifat pribadi, dan bagaimana informasi privasi dapat dikomunikasikan melalui Instagram. Sebagaimana yang dijelaskan West & Turner (2010 : 220), apabila individu mengungkapkan diri pada orang yang tidak tepat, dalam waktu yang salah, dan terlalu berlebihan mengungkapkan privasinya, maka dapat memicu berbagai risiko terhadap dirinya. Dengan mempertimbangkan realitas tersebut, bagi pekerja kreatif keberadaan akun media sosial Instagram tidak hanya dikelola untuk keperluan pekerjaan saja, tetapi mungkin juga digunakan untuk mengungkapkan informasi mengenai dirinya yang lebih bersifat privat hanya kepada orang-orang yang memang dekat secara relasional dan telah dikenal dengan baik.

Di samping itu, contoh permasalahan akibat pengungkapan diri secara berlebihan dapat pula kita lihat dalam kasus yang *trending* pada 2021 lalu, di mana aktris muda Zara Adhistry membagikan melalui akun Instagramnya sejumlah foto dan video yang menampilkan aktivitas seksual dengan Niko, kekasihnya. Zara sebenarnya telah mengaktifkan fitur *close friend* yang memilah audiensnya menjadi sebatas akun-akun yang ia pilih untuk dapat melihat. Namun, itu tidak menjamin foto dan video yang diunggah tidak akan tersebar, karena nyatanya video dan foto

tersebut tetap tersebar luas kepada publik. Kejadian ini berakibat buruk terhadap presentasi dirinya di mata publik, yang kemudian berdampak panjang terhadap pembatalan sejumlah kontrak kerjanya.

Kasus lain yang masih berkaitan dengan kesadaran akan privasi di media sosial juga dapat dilihat dalam penelitian Maddy McTigue dengan judul *Communication Ethics of “Sharenting” : A Content Analysis of Instagram Mom Meso-Influencers* dalam jurnal *Student Research*, yang menjelaskan bagaimana *influencer* di media sosial kerap melakukan tindakan *oversharing* melalui akun pribadinya. Seperti *family influencer* asal Los Angeles, California yang menjadi objek penelitian pada McTigue (2021), *ACE Family*. Austin McBroom dan Catherine Paiz yang merupakan orang tua dalam keluarga tersebut kerap mengunggah foto dan juga video dari ketiga anaknya yang masih berusia balita, melalui akun Instagram @catherinemcbroom dan @austinmcbroom. Bahkan pada 2020, pasangan ini mengunggah konten mengenai kelahiran anak bungsu mereka yang ternyata justru mendapat respons negatif dari warganet yang menganggap kurang etis tindakan mengekspos anak yang baru lahir dan mengomersialisasikannya di internet.

Terdapat bahaya lain yang mengancam dengan beredarnya foto serta video anak di media sosial, yakni dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam tindakan kriminal di internet seperti pelecehan, penculikan, ataupun penjualan anak. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia (Kemen PPPA) mencatat adanya kenaikan kasus kejahatan seksual pada anak di media sosial pada 2019, yang meningkat hampir 60% jika

dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Angka tersebut memperlihatkan betapa memprihatinkannya kasus pelecehan anak pada media *online* di Indonesia. Meskipun kejahatan siber seperti ini tidak selalu berdampak langsung terhadap profesi pekerja kreatif, tetap saja dikhawatirkan dapat membahayakan kehidupan nyata dari pengguna media sosial. Tak terkecuali bagi pekerja kreatif yang perlu untuk membagikan informasi mengenai dirinya guna membentuk *branding* yang ideal melalui platform digital.

Mengacu pada uraian tersebut, terdapat risiko yang dapat muncul di balik pengungkapan informasi melalui Instagram. Pencurian identitas, *dataveillance*, *cyberbullying*, pelecehan seksual, serta *doxing*, merupakan bahaya yang rentan terjadi pada pemilik akun media sosial yang kurang memahami pentingnya mengelola privasi. Kasus lain yang masih berkaitan dengan risiko tersebut kemudian dikenal dengan istilah “Penculikan Digital”, yakni pencurian digital yang terjadi akibat perilaku orang tua yang *over sharing* dalam mengunggah foto dan video anaknya. Pada kasus ini postingan yang dibagikan oleh orang tua kemudian diunggah ulang oleh orang asing pada *feed* Instagram dan digunakan seolah-olah anak dalam foto atau video tersebut merupakan anak mereka sendiri.

Berdasarkan data dari survei We Are Social dan Hootsuite pada 2022, Instagram tercatat sebagai salah satu jejaring sosial terfavorit yang digunakan oleh 84.8% pengguna internet di Indonesia. Platform berbagi foto dan video yang diluncurkan pada 2010 tersebut kini sepenuhnya terintegrasi dengan layanan dari Meta, atau yang sebelumnya dikenal sebagai Facebook. Dengan memanfaatkan

fitur yang tersedia, pemilik akun Instagram dapat mengekspresikan diri mereka melalui banyak cara, baik melalui media visual ataupun audio visual.

Di masa kini media sosial mendorong penggunanya untuk dapat mengekspresikan perasaan dan emosi yang dialaminya secara terbuka, dengan bertukar pesan secara interpersonal, membagikan status, membagikan foto dan video, serta bertukar komentar. Melalui perangkat digital, pengguna dapat memanfaatkan platform yang ada sebagai media mengungkapkan diri kepada orang lain. Kepopuleran Instagram bermula dari fitur *feeds* yang kala itu hanya memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto yang akan ditampilkan pada halaman profil akun mereka. Beberapa tahun berselang, Instagram kemudian memperkenalkan fitur *stories* di mana pengguna bisa mengunggah foto, teks, dan video berdurasi 15 detik yang setelah 24 jam akan menghilang dengan sendirinya. Sebelum mengunggahnya, pengguna dapat mengubah foto atau video dengan memberikan filter-filter unik, menandai pengguna lain dengan menambahkan *tag*, atau menambahkan keterangan lokasi. Instagram juga menambahkan fitur *reels* yang mewadahi pengguna dan juga kreator untuk dapat menunjukkan kreativitas melalui video pendek dengan durasi maksimal 90 detik, yang memberikan kebebasan bagi pengguna untuk berkreasi melalui fitur *editing* yang disediakan sebelum mengunggahnya. Melalui kemudahan tersebut, masyarakat dapat melihat perkembangan kehidupan antar satu sama lain, sekaligus menjadikannya media komunikasi yang tidak terhalang oleh jarak.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Kemunculan media sosial yang berkaitan erat dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, berdampak besar terhadap perubahan cara interaksi antar individu. Ruang digital juga memudahkan mereka untuk mengungkapkan diri secara bebas. Terlebih bagi mereka yang berprofesi di bidang kreatif, keberadaan media sosial dapat dimanfaatkan untuk merancang presentasi diri yang menunjang profesinya. Kendati demikian, dalam menampilkan kesan diri, tidak setiap pengguna Instagram dapat mengelola batasan antara informasi yang bersifat publik dengan privat. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran pengguna dalam berperilaku pada media sosial mungkin dapat memunculkan risiko-risiko dari kebebasan berekspresi dan pengungkapan diri di dunia maya, seperti ancaman akan pencurian identitas, *dataveillance*, *cyberbullying*, pelecehan seksual, serta *doxing*. Berdasarkan uraian tersebut, penulis ingin mengetahui bagaimana pekerja kreatif mengelola privasinya, dan apa alasan pengelolaan tersebut dilakukan.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pekerja kreatif melakukan pengelolaan privasi melalui media sosial Instagram.

## **1.4. Signifikansi Penelitian**

### **1.4.1. Signifikansi Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan berguna untuk memberikan kontribusi sebagai kajian mengenai penggunaan media sosial bagi pekerja kreatif khususnya melalui pengoperasian akun Instagram, dengan menggunakan teori Manajemen Privasi Komunikasi.

#### **1.4.2. Signifikansi Sosial**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna dalam memberikan informasi mengenai hal yang perlu dipertimbangkan dalam mempresentasikan kesan diri dan melakukan manajemen privasi di Instagram, sekaligus menekankan adanya potensi praktik kriminalitas melalui media sosial. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber literasi dalam manajemen privasi pada platform jejaring sosial Instagram.

#### **1.4.3. Signifikansi Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi bagi subjek penelitian, yakni para pekerja kreatif pengguna media sosial Instagram, mengenai cara seperti apa yang dapat digunakan untuk mengelola privasinya di media sosial Instagram, serta hal-hal yang perlu dipertimbangkan untuk melakukan pengungkapan diri dan membangun presentasi diri.

### **1.5. Kerangka Penelitian**

#### **1.5.1. Paradigma Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana pekerja kreatif mengelola privasi informasinya dan melakukan pengungkapan diri melalui media sosial Instagram, digunakan pendekatan fenomenologi dengan paradigma interpretif dalam penelitian ini. Pandangan interpretif merupakan upaya pembacaan makna dari fenomena dan peristiwa yang dialami oleh aktor tertentu, pada tempat tertentu, dalam waktu tertentu, melalui proses interaksi sosial yang panjang dan kompleks serta melibatkan bahasa, tindakan, dan sejarah (Denzin & Lincoln, 2009:146).

Pada dasarnya pandangan interpretif memusatkan perhatiannya pada pembacaan tentang makna, di mana seseorang perlu untuk menginterpretasikannya agar dapat memahami makna. Peneliti harus melakukan konstruksi makna untuk dapat menerangkan bagaimana kandungan makna dalam bahasa dan tindakan dari aktor sosial (Denzin & Lincoln, 2009:146).

Dengan pendekatan ini, penelitian ditujukan untuk mendapatkan gambaran secara luas mengenai pengalaman pekerja kreatif pengguna Instagram yang melakukan manajemen privasi dalam mengupayakan *self-presentation*. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui cara-cara apa yang dapat digunakan untuk menampilkan kesan diri, informasi apa saja yang diungkapkan, hal apa saja yang dijadikan pertimbangan sebelum mengungkapkan informasi, serta pengelolaan privasi seperti apa yang dilakukan pada media sosial Instagram.

### **1.5.2. State of the Art**

Terdapat sejumlah penelitian yang telah dipublikasikan dan hasilnya relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian saat ini, yakni sebagai berikut:

- a. Penelitian pertama dilakukan oleh Arina Sekar Ayu Pertiwi, Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro pada 2018 dalam skripsi dengan judul “Memahami Pengelolaan Pengungkapan Informasi Pribadi di Media Sosial di Kalangan Dewasa Dini”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami alasan yang melatarbelakangi pengelolaan privasi yang dilakukan oleh pengguna di media sosial serta bagaimana pengelolaan tersebut dilakukan. Subjek dalam penelitian ini terdiri atas 5 individu

berusia 18 hingga 29 tahun yang menggunakan setidaknya satu media sosial secara aktif, dan masing-masing berdomisili di Semarang, Yogyakarta, dan Surakarta. Penelitian ini menggunakan *mix methods* atau dua metode berbeda dengan 2 paradigma, yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Dalam tahap awal penelitian, paradigma positivistik digunakan untuk memperoleh data kuantitatif eksploratif, sebelum pada akhirnya peneliti menggunakan paradigma interpretif untuk memperoleh data kualitatif deskriptif. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner kuantitatif secara daring, dan wawancara mendalam. Pada penelitian ini, teori utama yang digunakan yakni Teori Manajemen Privasi Komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh informasi bahwa pengelolaan privasi individu dibentuk oleh sejumlah hal, yakni: (1) Persepsi pengguna media sosial terhadap informasi yang bersifat pribadi, (2) Manfaat membagikan informasi di media sosial yang dipersepsikan oleh pengguna, (3) Pemahaman teknis mengenai fitur pengaturan privasi di media sosial, (4) Persepsi bahwa pengguna lain merupakan pihak yang bisa dipercaya atau tidak, dan (5) Pemahaman mengenai kemungkinan terjadinya pelanggaran privasi dan *optimistic bias*. Pengguna media sosial memiliki preferensi masing-masing mengenai informasi pribadi yang tidak mereka bagikan. Pengelolaan pengungkapan informasi pribadi adalah cara pengaturan privasi yang dilakukan oleh individu.

Terdapat persamaan pada penelitian ini, yakni menggunakan teori dari Sandra Petronio yakni CPM (*Communication Privacy Management*), yang juga dikenal sebagai Teori Manajemen Privasi Komunikasi. Perbedaan antara penelitian ini terletak pada media sosial yang digunakan, di mana pada penelitian terdahulu membahas pengelolaan privasi pada berbagai sosial media yang digunakan oleh informan penelitian, sementara penelitian ini memperdalam pembahasan pada penggunaan media sosial Instagram.

- b. Penelitian kedua dilakukan pada 2018 oleh Muhammad Saifulloh dan Andi Ernanda dengan judul “Manajemen Privasi Komunikasi pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego di Twitter”, yang merupakan bagian dari jurnal *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat, bagaimana pemilik akun alter ego melakukan manajemen privasi komunikasi dalam mengungkapkan informasi ke ruang publik sebagai upaya pengungkapan diri. Subjek dalam penelitian ini yakni individu dengan usia 12 sampai dengan 25 tahun yang merupakan pengguna akun alter ego. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Teori Manajemen Privasi Komunikasi merupakan teori utama yang digunakan pada penelitian ini. Peneliti menghasilkan sejumlah temuan penelitian, yakni: (1) Dalam pengoperasian akun alter ego, pengguna tetap menerapkan batasan privat. Adapun penerapan batasan kolektif dilakukan pada foto yang disebar dengan menutupi

atau memotong bagian wajah yang terlihat dalam foto, (2) Penggunaan akun alter ego pada media sosial Twitter didasarkan oleh motif interaksi, motif identitas diri, serta motif hiburan.

Terdapat persamaan pada penelitian ini, yakni menggunakan Teori Manajemen Privasi Komunikasi atau CPM (*Communication Privacy Management*). Perbedaan antara penelitian ini terletak pada fokus penelitian dan media sosial yang digunakan, di mana pada penelitian terdahulu membahas pengelolaan privasi pada media sosial Twitter, sementara penelitian ini memperdalam pembahasan pada upaya *self-presentation* dan pengelolaan privasi di media sosial Instagram.

- c. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Klaudia Kondakciu, Melissa Souto, dan Linda Tuncay Zayer pada 2021 dengan judul “Self-presentation and gender on social media: an exploration of the expression of “authentic selves” “, yang merupakan bagian dari jurnal *Qualitative Market Research: An International Journal*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana individu membagikan informasi privat dan melakukan presentasi diri berdasarkan identitas gender mereka di sosial media. Subjek dalam penelitian ini yakni individu yang berusia 21-35 tahun atau kelompok milenial, di mana mayoritas informan berlatarbelakang pendidikan di perguruan tinggi dan berdomisili di berbagai kota pada Kawasan Midwest (Amerika Serikat Barat Tengah). Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilanjutkan dengan mereview laman profil media sosial dari informan untuk

mengetahui lebih jauh bagaimana informan menunjukkan identitas gendernya secara *online*. Penelitian ini didasarkan atas teori dari Erving Goffman mengenai *self-presentation* dan teori dari Judith Butler terkait *gender performance*. Melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa dalam menciptakan serta menampilkan “*authentic self*”, pengguna media sosial milenial memerlukan ekspresi gender tepat dan juga *gender policing*. Dalam data penelitian yang diperoleh, ditemukan bahwa terdapat empat strategi yang mengungkapkan bagaimana individu bernegosiasi dan mengarahkan *gendered self-presentation* mereka melalui media sosial.

Terdapat persamaan pada penelitian sebelumnya dan pada persamaan ini, yakni berfokus pada pengungkapan informasi pribadi dalam konstruksi presentasi diri pada dunia maya, di mana pada penelitian ini berfokus manajemen privasi dalam pembentukan presentasi diri pada media sosial Instagram, sedangkan pada dalam penelitian sebelumnya memfokuskan penelitiannya pada presentasi diri berdasarkan identitas gender. Di samping itu, terdapat perbedaan antara media sosial yang diteliti, di mana pada penelitian terdahulu membahas media sosial Facebook dan juga Instagram, sedangkan pada penelitian ini menggunakan platform Instagram.

### **1.5.3. Privasi dan Pengungkapan Diri**

Privasi pada dasarnya dapat memiliki berbagai definisi, tergantung dari sudut pandang mana privasi itu diartikan. Menurut sudut pandang aksesibilitas yang diutarakan oleh Samuel Warren dan Louis Brandeis (dalam Tavani, 2007:130),

privasi dimaknai sebagai '*being let alone*' atau 'terbebas dari gangguan yang tidak diinginkan'. Herman Tavani (2007:131) mengartikan privasi berdasarkan sudut pandang informasi sebagai pengendalian arus informasi pribadi seseorang yang meliputi pertukaran serta pengiriman informasi tersebut, atau yang disebut pula sebagai *informational privacy*. Bukan hanya itu, juga terdapat definisi lain mengenai privasi menurut Alan Westin (dalam Blarkon, Borking, dan Olk, 2003:1), yakni sebagai sesuatu klaim dari individu dalam mengatur bagaimana, sejauh mana, dan kapan informasi yang berkaitan dengan diri mereka dikomunikasikan kepada orang lain.

Privasi kemudian juga terbagi menjadi dua dimensi sebagaimana yang dijelaskan oleh Djafar & Komarudin (2014:3), di mana dimensi pertama berhubungan dengan identitas personal dan identitas kedua berhubungan dengan informasi pribadi. Ini menjelaskan bagaimana informasi pribadi termasuk dalam salah satu aspek dari privasi. Sandra Petronio (dalam West dan Lynn, 2008:256) mengartikan informasi pribadi sebagai informasi mengenai hal yang dianggap sangat penting bagi seseorang. Setiap individu memiliki preferensi yang berbeda terkait apa yang tergolong sebagai informasi penting, sehingga informasi pribadi dari individu tidak dapat digambarkan secara pasti.

Privasi berkaitan erat dengan proses komunikasi. Dalam konteks interaksi sosial, individu akan melakukan pertimbangan sebelum pada akhirnya mengungkapkan informasi kepada orang lain. Aspek inilah yang kemudian menjadi dasar dari konsep pengungkapan diri. Dalam penjelasan Tubbs & Moss (2005:12-13), pengungkapan diri diartikan sebagai upaya individu dalam

menyampaikan informasi mengenai dirinya secara verbal ataupun nonverbal kepada orang lain. Pada dasarnya proses pengungkapan diri seseorang berperan penting dalam terbentuknya hubungan yang bermakna di antara individu, sehingga perlu untuk mempertimbangkan kepada siapa, apa saja, kapan, dan bagaimana pengungkapan diri dilakukan.

Darlega dan Janusz Grzelak (dalam LittleJohn, 2009: 872) mengatakan bahwa keputusan mengungkapkan diri yang dilakukan seseorang ditujukan guna mencapai tujuan sosial sebagai bentuk validasi sosial, ekspresi diri, relasional pengembangan, klasifikasi diri dan kontrol sosial. Dalam mengupayakan pengungkapan diri melalui platform media sosial Instagram, pengguna cenderung lengah dan mengungkapkan dirinya secara bebas karena meyakini bahwa akun Instagram adalah ruang pribadi mereka, dan melupakan fakta bahwa terdapat banyak orang yang dapat mengakses informasi yang diungkapkan pengguna melalui Instagram.

#### **1.5.4. Presentasi Diri**

Guna mempertahankan eksistensinya di media sosial, pengguna dapat membranding diri melalui unggahan-unggahan foto ataupun video yang menampilkan citra diri mereka sendiri. Hal itu kemudian juga disebut sebagai presentasi diri. Melalui platform media sosial, komunikasi tertulis dan visual digunakan untuk membangun identitas sosial mereka (Djafarova & Trofimenko, 2019).

Presentasi diri yang dilakukan oleh seorang pengguna sosial media menjadi cara di mana individu ingin diakui oleh orang lain dalam lingkungan sosial.

Pengguna membagikan informasi tentang diri mereka secara luas kepada orang lain, sehingga konsep presentasi diri menjadi sangat penting dalam konteks media sosial. Oleh karenanya, terdapat langkah-langkah khusus yang dilakukan oleh setiap individu dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Karena terdapat berbagai macam tujuan yang mendasari individu untuk melakukan presentasi diri, setiap orang akan berusaha mengonstruksi dirinya dengan cara yang dianggap sesuai dengan karakteristik mereka (Goffman, 1959).

Dengan demikian presentasi diri dapat dilakukan berdasarkan tujuan dari pengguna media sosial, tergantung bagaimana mereka menginginkan identitas seperti apa yang terbentuk. Dalam platform digital yang difokuskan untuk berbagi unggahan media, presentasi diri yang dilakukan pengguna Instagram melalui unggahan foto, video, deskripsi diri, pekerjaan, serta informasi lain yang berhubungan dengan pengguna tersebut akan dikonstruksi sesuai dengan citra dirinya. Kendati demikian, seseorang bisa saja mendapat kendala dalam melakukan presentasi diri secara digital. Pengguna yang membagikan konten di Instagram secara aktif sebenarnya sedang dihadapkan dengan ancaman keamanan atau privasi, dan pencurian identitas (Fatima et al., 2019).

#### **1.5.5. Teori Manajemen Privasi Komunikasi**

*Communication Privacy Management Theory* (CPM) atau yang disebut juga sebagai Teori Manajemen Privasi Komunikasi dikemukakan oleh Sandra Petronio dalam bukunya, *Boundaries of Privacy*. Teori ini secara mendasar

dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana proses negosiasi individu dalam pembukaan informasi yang bersifat pribadi (West & Lynn, 2008:256). Menurut Sandra Petronio, para individu yang saling terlibat dalam suatu hubungan akan memperhitungkan batasan terkait dengan informasi apa yang bersifat umum dan informasi apa yang disimpan hanya untuk diri mereka pribadi (Griffin, 2012:168).

Secara mendasar, konsep privasi bersifat subjektif dan berhubungan erat dengan konsep ruang personal. Dalam bukunya yang berjudul *Privacy and Freedom* (1967:7), Alan F. Westin menjelaskan bahwa privasi berkaitan dengan kapan, sejauh mana, serta bagaimana informasi mengenai diri seseorang disampaikan secara benar kepada orang lain. Dengan penentuan tersebut, individu telah melakukan proses yang kemudian disebut sebagai pengelolaan privasi. Sandra Petronio (dalam West & Turner, 2010:220) menyebutkan bahwa manajemen privasi merupakan upaya individu untuk selalu mempertimbangkan motivasi, situasi, budaya, serta kebutuhan diri mereka atau orang lain. Dengan melakukan pengaturan privasi, memperlihatkan bahwa individu merupakan pemilik sah dari informasi tersebut.

Teori Manajemen Privasi Komunikasi menekankan pada asumsi-asumsi terkait cara individu berpikir serta berkomunikasi. CPM menganggap bahwa pengungkapan membentuk proses komunikatif, dan oleh karenanya teori ini mengidentifikasi cara-cara batasan privasi dikomunikasikan antara individu melalui sistem manajemen privasi. Lebih jauh, dalam mengidentifikasi

pengungkapan terdapat lima prinsip yang saling berhubungan pada teori CPM, yakni: (1) Individu meyakini bahwa mereka memiliki informasi pribadi dan berhak mengelolanya, (2) Individu mengendalikan informasi pribadi mereka dengan adanya batas-batas pribadi atau *private boundaries*, (3) Individu mengontrol informasi pribadi berdasarkan pada sistem aturan privasi, (4) Ketika informasi pribadi dibagi kepada orang lain, maka informasi tersebut mereka miliki bersama, (5) Ketika pemilik bersama informasi pribadi melanggar atau tidak mengikuti sistem aturan privasi, menghasilkan turbulensi batas atau *boundary turbulence* (Griffin, 2012:168-169). Menurut West & Turner (2008:261) terdapat lima karakteristik dari pengembangan aturan privasi, yakni berdasarkan kriteria budaya, kriteria gender, kriteria motivasi, kriteria kontekstual, dan kriteria manfaat-risiko.

Teori CPM dapat diaplikasikan dalam menyelidiki pertanyaan mengenai privasi *online*, konteks di mana diperlukan pendekatan yang berbeda dalam memahami keputusan untuk mengungkapkan informasi pribadi kepada orang, sebagaimana yang dijelaskan oleh West & Turner (2017: 219). Pada dasarnya prinsip-prinsip yang dijelaskan dalam CPM memberikan kerangka kerja mengenai bagaimana pengungkapan diri melalui media sosial Instagram ditentukan berdasarkan pengungkapan informasi yang bersifat privat. Karenanya, agar informasi-informasi pribadi yang dimiliki pengguna Instagram tetap terlindungi, mereka perlu menetapkan kontrol dan batasan sebagai upaya pengendalian ketika melakukan keterbukaan informasi.

## **1.6. Operasionalisasi**

### **1.6.1. Pengelolaan Privasi**

Penelitian ini berfokus pada pengalaman individu dalam mengelola privasi mengungkapkan diri melalui media sosial Instagram. Pengelolaan privasi berkaitan dengan bagaimana individu menentukan bagaimana, kapan, dan sejauh mana informasi mengenai diri seseorang akan dikomunikasikan melalui media sosial. Sementara pengungkapan diri yang diupayakan oleh pengguna media sosial umumnya berkaitan dengan informasi mengenai hal-hal dalam kehidupan yang mereka anggap sebagai sesuatu yang privat.

Dalam penelitian ini, manajemen privasi dikaitkan dengan bagaimana pekerja kreatif melakukan pengelolaan informasi dalam mengoperasikan akun Instagram mereka. Tanpa mempertimbangkan pengelolaan privasi, pekerja kreatif akan kehilangan kendali atas informasi pribadi mereka. Pelanggaran privasi adalah masalah lain yang sering kali muncul ketika pengelolaan privasi kurang diperhatikan. Pengguna media sosial Instagram tentu memiliki informasi pribadi dan sensitif seperti alamat, nomor telepon, atau detail keuangan yang jika tidak dilindungi dengan baik, dapat menyebabkan risiko keamanan seperti pencurian dan pemalsuan identitas, *cyberbullying* atau penipuan.

### **1.6.2. Batasan Privasi**

Privasi dimaknai sebagai kemampuan individu dalam mengatur informasi mengenai dirinya sendiri, serta menjaga urusan pribadi dan kehidupan personalnya dari akses publik. Garis yang kemudian menjadi batas antara

publik dengan privat ini yang kemudian disebut sebagai batasan privasi atau *privacy boundaries*. Seseorang dapat memperkuat batasan privasinya guna melindungi informasi pribadinya, dan batas privasi dapat pula dilemahkan untuk meningkatkan keintiman dengan orang lain. Batasan privasi dapat pula dilemahkan karena situasi yang di luar kendali pemilik informasi. Pada media sosial Instagram, seseorang dapat membagikan informasi melalui foto, video, ataupun teks yang nantinya dapat diakses secara bebas oleh publik.

Dalam penelitian ini batasan privasi yang dimaksud yakni batasan yang dimiliki oleh pekerja kreatif, antara informasi privat dengan informasi publik sebagai bentuk presentasi diri yang diungkap kepada pengikutnya di Instagram. Informasi, gambar, ataupun video yang diposting secara tidak hati-hati dapat merusak reputasi mereka atau merusak persepsi publik terhadap karya mereka. Tanpa batasan privasi yang tepat, mungkin pekerja kreatif akan melakukan tindakan *oversharing* yang mengurangi kredibilitas atau profesionalisme dalam bidang pekerjaannya, dan akan memunculkan dampak negatif lainnya pada kehidupan pribadi dan citra profesional mereka. Dengan memisahkan informasi privat dan informasi publik, mereka dapat mempertahankan fokus pada tujuan profesional mereka dan menghindari gangguan dari isu-isu pribadi yang tidak relevan.

### **1.6.3. Keterbukaan Diri**

Sebagian besar media sosial menghadirkan opsi bagi individu untuk dapat melakukan pengungkapan diri secara digital. *Self-disclosure* atau keterbukaan diri mengacu pada bentuk komunikasi dengan tujuan untuk membagikan

informasi privat dari seorang individu, sehingga orang lain dapat memahami apa yang individu tersebut rasakan dan alami.

Pada penelitian ini keterbukaan diri mencakup bagaimana individu dengan kesadaran atau inisiatif mengungkapkan informasi melalui media sosial Instagram, seperti informasi mengenai perspektif, perasaan, permasalahan, hingga informasi lain yang dianggap suatu privasi. Terkait hal tersebut, informasi yang akan dikaji dalam penelitian ini yakni informasi bersifat pribadi yang diungkapkan di media sosial Instagram oleh pekerja kreatif sebagai subjek penelitian. Pekerja kreatif harus menemukan keseimbangan yang tepat antara pembukaan diri dan menjaga privasi. Terlalu banyak membuka diri bisa membuat mereka terlalu terpapar atau bahkan membahayakan privasi mereka, sementara terlalu sedikit pembukaan diri mungkin tidak cukup untuk membangun koneksi yang kuat dengan pengikutnya di *platform* Instagram. Tanpa pembukaan diri yang tepat, pekerja kreatif mungkin kehilangan kesempatan untuk memperluas jangkauan mereka dan menarik klien baru.

## **1.7. Metode Penelitian**

### **1.7.1. Tipe Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan dalam mengkaji pengelolaan privasi pada pekerja kreatif pengguna media sosial Instagram yakni menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif didasarkan atas upaya untuk mendapatkan pemahaman mengenai fenomena tertentu yang dialami oleh subjek penelitian, dapat berupa persepsi, pemahaman, perilaku, tindakan,

motivasi, dan lain-lain yang secara holistik dengan menggunakan berbagai metode alamiah dapat dideskripsikan ke dalam kata-kata dan bahasa (Moleong, 2009: 6).

Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, penelitian kualitatif ini berupaya untuk mendapatkan pemahaman mengenai pengalaman dari individu yang kemudian dengan adanya interaksi dapat membawa pengaruh terhadap hubungan antarpribadi. Hal tersebut berkaitan dengan penjelasan dari Littlejohn (2002:13) bahwa fenomenologi difokuskan pada pengalaman diri, termasuk bagaimana individu-individu tersebut saling mengalaminya.

### **1.7.2. Situs Penelitian**

Penelitian ini menganalisis pengelolaan privasi pada pekerja kreatif pengguna media sosial Instagram dengan lingkup riset di wilayah Jawa Tengah.

### **1.7.3. Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini yakni individu yang menjadi sumber informasi dalam memperoleh data penelitian. Subjek yang kemudian disebut sebagai informan dalam penelitian ini yakni 3 orang pekerja kreatif—baik yang bekerja untuk perusahaan dan juga pekerja lepas—yang menggunakan akun Instagramnya secara aktif untuk mengunggah foto, video, ataupun teks, serta berinteraksi dengan pengikut (*followers*) dengan membalas komentar ataupun *direct message*. Informan pertama merupakan seorang graphic designer yang bekerja untuk sebuah Perusahaan agensi digital di Surakarta. Informan kedua merupakan seorang freelancer 3D Artist. Sementara Informan ketiga adalah seorang pekerja lepas dalam bidang videografi dan fotografi.

#### **1.7.4. Unit Analisis**

Hamidi (2005: 75-76) mengatakan bahwa unit analisis merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan oleh peneliti sebagai subjek penelitian. Satuan yang dimaksudkan dapat berkaitan dengan benda, individu, kelompok, dan juga latar peristiwa sosial yang meliputi aktivitas dari individu atau kelompok. Adapun dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah pengelolaan privasi yang mencakup bagaimana, sejauh mana, dan kapan informasi yang berkaitan dengan diri individu pengguna media sosial dikomunikasikan kepada orang lain. Ini dimaksudkan agar memudahkan peneliti dalam mendapatkan dan menjangkau informasi dari informan penelitian dengan optimal.

#### **1.7.5. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data yang didapatkan melalui proses wawancara dengan informan yang kemudian dijelaskan secara tertulis melalui kata-kata maupun kalimat. Adapun data yang diperoleh melalui penelitian kualitatif bersifat naratif, deskriptif (Moleong, 2009:35).

#### **1.7.6. Sumber Data**

##### **1.7.6.1. Data Primer**

Dalam penelitian kualitatif, manusia atau responden menjadi sumber data penelitian dan berperan sebagai narasumber dalam menyampaikan informasi tertentu (Sutopo, 2006: 57-58). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini bersumber dari informan yakni pekerja kreatif yang aktif menggunakan media sosial Instagram, yang diperoleh secara

langsung di lapangan melalui proses wawancara mendalam (*indepth-interview*).

#### **1.7.6.2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data lain yang dapat mendukung data primer dan diperoleh dari luar partisipan penelitian sebagai sumber data utama, Dalam penelitian kualitatif ini, data sekunder didapatkan dari jurnal ilmiah, literatur, dan juga media lain yang berhubungan dengan pengelolaan privasi di media sosial Instagram.

#### **1.7.7. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni wawancara mendalam (*indepth-interview*). Pada dasarnya wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan menyampaikan pertanyaan kepada informan secara tatap muka (*face to face*) untuk dapat mengumpulkan informasi kompleks mengenai pengalaman pribadi, persepsi, ataupun sikap dari informan. Adapun dalam penelitian kualitatif deskriptif ini, pedoman wawancara (*interview guide*) yang digunakan tidak terstruktur dan bersifat *open-ended*. Hal ini dimaksudkan agar proses wawancara dapat berkembang serta mengalir bagaikan percakapan, dan tidak hanya terpaku pada daftar pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti (Moleong, 2009:191).

#### **1.7.8. Analisis dan Interpretasi Data**

Analisis data merupakan serangkaian proses mengurutkan data dan merumuskannya ke dalam sejumlah kategori, pola, ataupun satuan uraian dasar yang kemudian dibedakan melalui penafsiran terhadap uraian hasil analisis

(Patton, dalam Moleong, 2009:280). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode dari Moustakas (1994) dengan pendekatan fenomenologi, yang merupakan modifikasi terhadap teknik analisis yang disarankan Stevick, Colaizzi, dan Keen (Moustakas, 1994:120). Pada penelitian yang akan dikaji, analisis data akan dilakukan melalui proses yang dimulai dengan melaksanakan pengamatan di lapangan dan juga melalui proses wawancara mendalam dengan informan penelitian, yakni pekerja kreatif pengguna media sosial Instagram untuk memperoleh gambaran bagaimana pengelolaan privasi pada akunnya. Setelah proses wawancara peneliti dapat melanjutkan pada tahap transkrip hasil wawancara, yang kemudian dilakukan reduksi data untuk memperoleh rangkuman inti, proses, dan juga pernyataan-pernyataan penting yang harus tetap berada dalam data penelitian yang telah diperoleh.

Peneliti kemudian mengklasifikasikan data pernyataan dari informan dalam dua tahapan. Pertama, pada tahap *horizontalization* peneliti menempatkan informasi yang diperoleh dari subjek penelitian dalam posisi yang setara atau dengan nilai yang sama. Ini dilakukan dengan cara menghilangkan informasi yang tidak relevan dengan topik penelitian, dan menyisihkan pernyataan informan ataupun pertanyaan peneliti yang repetitif atau bersifat tumpang tindih, sehingga menyisakan *horizons* (makna tekstural serta unsur penyusun dari suatu fenomena yang tidak mengalami penyimpangan) yang menjadi fokus penelitian. Kemudian peneliti menyusun *coding* (pengkodean) yang diawali dengan mengklasifikasikan data pernyataan dari informan dalam tema-

tema (*thematic portrayal*). Setelah melalui proses pengelompokan data, peneliti menginterpretasikan data dengan menyusun deskripsi tekstural individu (gambaran mengenai fenomena yang dialami oleh informan) dan juga deskripsi struktural individu (konstruksi mengenai bagaimana informan mengalami fenomena tersebut). Deskripsi tekstural dan deskripsi struktural kemudian disintesiskan oleh peneliti menjadi struktural gabungan yang memuat deskripsi utuh untuk dapat mengonstruksikan sintesis makna dan esensi dari pengalaman masing-masing informan dengan ciri khasnya masing-masing (*individual phenomenon*) (Moustakas, 1994:181).

#### **1.7.9. Kualitas Data**

Dalam menentukan kualitas atau keabsahan data, terdapat sejumlah kriteria yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam menguji data tersebut. Moleong (2009:324-326) menjelaskan bahwa kriteria yang dimaksud terdiri atas kepastian (*confirmability*), derajat kepercayaan (*credibility*), kebergantungan (*dependability*), dan keteralihan (*transferability*).

1. Kepastian (*confirmability*)

Memiliki fungsi untuk memastikan bahwa hasil dari penemuan bersifat objektif, sehingga dapat dipercaya, faktual, dan dapat dipastikan. Dengan demikian, penelitian kualitatif menghendaki agar kepastian diperoleh dengan adanya penekanan pada data dari penelitian, bukan pada orang (peneliti) itu sendiri.

2. Derajat kepercayaan (*credibility*)

Konsep ini berfungsi menjalankan fungsi sebagai inkuiri sedemikian rupa sehingga kredibilitas dapat tercapai dan hasil penemuan dapat dipercaya, sekaligus mempertunjukkan kredibilitas hasil penemuan melalui pembuktian oleh peneliti pada realitas yang sedang diteliti.

3. Kebergantungan (*dependability*)

Konsep kebergantungan meninjau kredibilitas hasil penemuan melalui peninjauan bahwa penelitian telah memperhitungkan segala faktor yang berkaitan, dan kemudian dijelaskan dalam konteks pemeriksaan.

4. Keteralihan (*transferability*)

Konsep keteralihan menjelaskan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasi dan dapat berlaku dalam semua konteks dengan populasi yang sama dengan pertimbangan bahwa hasil penemuan yang diperoleh dari sampel merupakan representasi dari populasi yang terwakili.