

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya teknologi informasi dan komunikasi yang sedemikian membuat peran media menjadi sangat dominan dalam mengubah perilaku komunikasi melalui media baru atau media sosial. Media sosial merupakan sebuah ruang yang disediakan agar penggunaannya dapat melakukan interaksi dengan pengguna media sosial lainnya tanpa harus bertatap muka. Lahirnya media sosial telah menimbulkan fenomena di masyarakat yang kini lebih memilih menggunakan media sosial dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Alasan setiap orang menggunakan media sosial adalah sebagai sebuah sarana untuk komunikasi, membagikan status, bertukar komentar, membagikan foto maupun video. Media sosial membuat seseorang menjadi lebih percaya diri dalam mengekspresikan emosi atau perasaan yang dialaminya. Hal tersebut merupakan sebuah bentuk dari pengungkapan diri (*self disclosure*).

Joseph A. DeVito didalam bukunya yang berjudul *The Interpersonal Communication Books*, menjelaskan *self disclosure* sebagai sebuah konsep komunikasi dimana suatu informasi tentang diri seseorang yang biasanya dirahasiakan diberitahu kepada orang lain (DeVito 2001: 66). Media sosial membuat masyarakat dapat bersikap terbuka dengan menuliskan perasaannya dan memberitahu kejadian yang sedang dialami di situs jejaring sosial.

Salah satu media sosial yang populer digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram. Menurut data yang diperoleh dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, menyebutkan bahwa pada tahun 2019 Instagram menduduki urutan ke 4 platform media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia. Hampir seperempat dari populasi penduduk Indonesia yang aktif mengakses [media sosial](#) Instagram dengan persentase 80% dengan total pengguna sebanyak 62 juta dari total jumlah penduduk di Indonesia yang aktif menggunakan media sosial adalah 150 juta penduduk.

Instagram merupakan media yang memberikan layanan para penggunanya untuk berinteraksi dengan cara berbagi foto maupun video. Instagram memiliki fitur *feeds* dimana pengguna dapat mengunggah foto atau video di halaman utama profilnya dan *stories* dimana pengguna dapat membagikan teks, foto, dan video dengan durasi 15 detik yang akan menghilang setelah 24 jam. Pada foto dan video yang ingin diunggah dapat diubah dengan menggunakan berbagai filter, ditambahkan *tag* dan lokasi. Unggahan dapat dibagikan kepada publik atau hanya kepada beberapa pengikut akun yang disetujui sebelumnya. Pengguna dapat mengeksplor dan mengakses konten pengguna lainnya dan menjelajah konten yang sedang tren.

Instagram menjadi sarana membagikan informasi pribadi melalui jaringan internet yang diakses oleh jutaan orang secara rutin. Jangkauan jaringan internet memiliki koneksi ruang virtual yang lebih luas dari dunia nyata. Artinya, ketika sebuah akun tidak di privat maka semua pengguna Instagram dapat mengakses akun tersebut. Untuk itu, dalam melakukan pengungkapan perasaan, opini pribadi dan pengungkapan informasi yang dibagikan dengan khalayak beragam dan tidak jelas pengguna

Instagram dapat mengaburkan batasan antara privasi dan publik. Beberapa contoh kasus dapat dilihat pada uraian-uraian berikut:

Seorang model asal Stockholm, Natalie Schlater mengunggah fotonya menggunakan bikini saat berada di tengah sawah saat berada di Canggu, Bali dengan caption "*Thinking about how different my life is from the man picking in the rice field every morning.*". Akibat postingan tersebut Natalie menerima kritik dan hinaan dari para *followersnya*, setelah menyadari reaksi negatif dari para *followersnya* ia meminta maaf dan kemudian menghapus akun Instagram miliknya.

(<https://www.dailymail.co.uk/femail/article-7141965/Influencer-posed-bikini-overlooking-rice-field-SLAMMED-humble-brag.html>)

Dalam kasus diatas, pengungkapan yang dilakukan melalui akun Instagramnya justru membuat dirinya mendapat kritikan negatif dan *cyberbullying* dari para warganet. Menurut hasil riset yang dilakukan oleh Polling Indonesia dan bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyampaikan bahwa sekitar 49% warganet pernah menjadi salah satu sasaran perundungan di media sosial. (<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/08290047/49-persen-netizen-di-indonesia-pernah-mengalami-bullying-di-medsos>).

Dalam akun Instagramnya @gisel_la, Gisella Anastasia kerap mengunggah aktivitas sang puteri Gempita Nora Marten atau Gempi. Pada salah satu unggahannya Gisel mengunggah foto Gempi yang hanya memakai bikini di Instagram. Tapi foto Gempi berbikini tersebut mengundang kritikan dan teguran bagi Gisel akan predator anak di Instagram.

(<https://www.suara.com/lifestyle/2019/03/31/190500/unggah-foto-gempi-berbikini-gisel-ditegur-warganet-soal-predator-anak>).

Pada kasus ini, pengguna menyebarkan foto anaknya dengan pakaian yang dinilai terlalu minim. Sedangkan, orang tua perlu berhati-hati ketika mengunggah foto anak ke media sosial karena terdapat predator anak. Berdasarkan data yang dimiliki oleh *National Society for the Prevention of Cruelty to Children* (NSPCC) menemukan bahwa sebanyak 32% kasus *child grooming* yang terjadi menggunakan Instagram sebagai medianya dan dalam 18 bulan terakhir telah meningkat tiga kali lipat. (<https://eandt.theiet.org/content/articles/2019/03/child-grooming-cases-boom-on-Instagram/>).

Kasus lainnya terjadi pada pemilik akun @salmafinasunan, yang memiliki followers sebanyak 908.000 akun. Salmafina merupakan anak dari Sunan Kalijaga baru baru ini memutuskan untuk berpindah agama, hal ini menuai tanggapan dari banyak orang. Pada tanggal 15 juli 2019 Salmafina mengupload curahan hatinya terkait sikap ayahnya pada Instagram story. (<https://www.tribunnews.com/seleb/2019/07/15/salmafina-sunan-curhat-hindari-bertemu-sang-ayah-karena-alasan-ini>).

Pada kasus ini, permasalahan yang dialami oleh pengguna dengan keluarga seharusnya bisa dikomunikasi secara pribadi dan tidak perlu melibatkan media sosial. Postingan ini justru membuat masalah pribadi tidak terselesaikan dan harus menghadapi penghakiman *followersnya* atau bahkan publik luas yang menjatuhkannya. Psikolog Alzena Masykouri menjelaskan bahwa seseorang tidak dapat sembarangan mengumbar atau membagikan masalah keluarga, terutama di media sosial. Kebiasaan mengumbar atau membagikan permasalahan pribadi/keluarga di jejaring media sosial dapat menimbulkan risiko berupa penyebaran informasi yang

sangat cepat dan tidak dapat dikendalikan yang akan memperumit masalah tersebut.

(<https://lifestyle.bisnis.com/read/20151004/54/478647/setop-curhat-masalah-keluarga-di-medsos>).

Seperti yang diuraikan dari contoh - contoh kasus diatas, melakukan pengungkapan informasi di Instagram dapat menimbulkan risiko bagi penggunanya. Untuk itu, para pengguna Instagram harus mampu membagi kepada siapa ia akan terbuka, kepada siapa ia akan tertutup, dan bagaimana cara mengkomunikasikan informasi privasinya dalam proses ini pengguna Instagram dituntu untuk mengatur antara membuka atau menutup informasi yang dianggap privasi dengan mempertimbangkan tingkat personal dan relasional.

Dalam jurnal *Self-disclosure on SNS: Do disclosure intimacy and narrativity influence interpersonal closeness and social attraction?*, Vol. 70, tahun 2017, yang berjudul *Computers in Human Behavior*, (hal : 427) menjelaskan bahwa saat melakukan *self disclosure* didalam media sosial terdapat berbagai perbedaan dibandingkan saat melakukannya dengan langsung. Saat seseorang mengungkapkan sesuatu yang sangat intim dan dalam akan lebih sering ditanggapi sebagai hal yang tidak pantas diungkapkan secara *online* dibandingkan diungkapkan secara langsung. Umumnya seseorang mengungkapkan hal – hal terkait dirinya yang tergolong privat hanya kepada orang yang sudah dekat dan dikenal dengan baik. Namun, dalam *self disclosure* di media sosial banyak orang yang melakukan pengungkapan informasi pribadinya dengan menceritakan hal – hal yang sifatnya personal dan privasi dengan bebasnya dan bisa diakses oleh banyak orang secara mudah.

Meski pengungkapan diri merupakan sebuah jembatan untuk menjalin hubungan dengan orang lain, pengungkapan diri juga memiliki risiko. Ketika mengungkapkan sesuatu kepada seseorang, orang itu dapat membagikannya ke orang lain yang bahkan tidak kita inginkan (Beebe, 2005: 60). Dalam melakukan pengungkapan diri saat seseorang telah melakukan *self disclosure* tidak dapat menghapus kesimpulan yang ditarik oleh penerima informasi tersebut (DeVito, 1997: 66). Untuk itu, sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara keterbukaan dan privasi untuk mengelola hubungan - hubungan kita. Saat seseorang telah mengungkapkan diri mereka, maka apa yang telah diungkapkan tersebut tidak dapat ditarik kembali.

Privasi merupakan kemampuan seseorang untuk melindungi kehidupan dan menjaga segala urusan personalnya dari publik, atau untuk mengontrol arus informasi terkait dirinya. Menurut Alan F. Westin dalam jurnal *Privacy : A Conceptual Analysis, Vol.8 No.1*, tahun 1976 yang berjudul *Environment and Behaviour* (hal: 8), Privasi dapat di definisikan sebagai kemampuan seorang individu untuk menentukan informasi dan bagaimana membagikan informasi kepada orang lain, serta bagaimana informasi itu dibagikan kepada orang lain. Memutuskan apa yang akan diungkapkan dan apa yang harus dirahasiakan merupakan tindakan penting yang harus dilakukan sebelum seseorang melakukan *self disclosure*. Pertimbangan – pertimbangan tersebut menciptakan proses yang disebut dengan manajemen privasi, Sandra Petronio dalam West & Turner (2010 : 220) mengungkapkan bahwa manajemen privasi merupakan usaha manusia untuk selalu mempertimbangkan karakteristik seperti situasi, budaya,

motivasi, kebutuhan diri mereka sendiri atau orang lain. Pengaturan privasi yang dilakukan seseorang menunjukkan bahwa mereka adalah pemilik sah dari informasi tersebut.

Berdasarkan riset pada tahun 2018 yang dilakukan oleh *World Wide Web Foundation*, menyatakan bahwa sebagian besar pengguna media sosial sadar akan risiko namun tidak menyadari bahwa data atau informasi yang mereka bagikan di media sosial dapat digunakan kembali oleh pihak ketiga sehingga mereka tidak keberatan untuk membagikan nama asli, tanggal lahir, umur dan lainnya. Hal ini menjelaskan salah satu karakter penggunaan media baru seperti Instagram adalah rendahnya tingkat menjaga privasi yang mereka miliki. Dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial ini umumnya tanpa memiliki pengetahuan dan kesadaran akan etika di media sosial. Para pengguna Instagram tidak menyadari bahaya atau risiko yang mereka hadapi ketika mereka menjelajah di dunia sosial media. Pengungkapan diri juga bisa menjadi ancaman dan berisiko untuk dilakukan. Jika seseorang melakukan pengungkapan diri kepada orang yang salah, pada waktu yang tidak tepat, mengungkapkan terlalu banyak privasi dapat memunculkan berbagai risiko bagi diri kita (West & Turner, 2010: 220).

1.2. Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi membuat banyak orang yang melakukan pengungkapan diri melalui media sosial. Pengungkapan diri yang tadinya hanya dilakukan kepada orang yang dipercaya pun saat ini telah berubah dengan adanya media sosial, kini seseorang

dapat melakukan pengungkapan diri kepada semua orang melalui media sosial. Salah satu media sosial yang banyak dipakai masyarakat yaitu Instagram. Namun, dalam melakukan pengungkapan diri melalui Instagram tidak semua penggunanya mampu melakukan pengelolaan terhadap batasan publik dan privat. Batasan ini ada di antara informasi yang ingin diutarakan oleh seseorang dan informasi yang ingin disimpan. Pada kenyataannya, beberapa pengguna begitu mudahnya mengunggah hal-hal yang sifatnya sangat pribadi di media sosial. Sedangkan, terdapat risiko – risiko yang dapat timbul akibat pengungkapan diri di media sosial yang tidak diikuti dengan adanya pengetahuan dan kesadaran akan perilaku di dunia maya. Peneliti mengasumsikan bahwa para pengguna Instagram tidak menyadari adanya risiko. Berdasarkan uraian tersebut, pertanyaan penelitian ini sebagai berikut: bagaimana mereka mengungkapkan diri di Instagram dan apakah mereka mampu mengelola informasi pribadinya?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana seseorang melakukan pengelolaan informasi - informasi privasinya di media sosial Instagram.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan secara teoritis mampu memberikan kontribusi dalam mengkaji pengguna media sosial khususnya Instagram dengan menggunakan teori *Communication Privacy Management*.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Dilihat dari segi praktis, penelitian ini ditunjukkan untuk memberikan informasi kepada para subjek penelitian yaitu para pengguna Instagram, tentang hal-hal yang dapat menjadi pertimbangan dalam pengungkapan diri dan juga cara yang digunakan untuk melakukan manajemen privasi di Instagram.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Secara tataran sosial, penelitian ini berguna untuk memberikan informasi terkait gambaran hal-hal yang dapat dijadikan pertimbangan dalam cara - cara yang digunakan untuk melakukan manajemen privasi di Instagram. Sehingga penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah pertimbangan bagi para pembaca terkhususnya para pengguna Instagram.

1.5. Kerangka Penelitian

1.5.1. Paradigma Penelitian

Penelitian tentang manajemen privasi yang dilakukan dalam Instagram merujuk pada gagasan paradigma interpretif. Pendekatan interpretif yaitu pemikiran untuk memperlihatkan makna dari peristiwa dan fenomena yang dialami dengan proses interaksi yang panjang dan kompleks serta melibatkan berbagai sejarah, bahasa, dan tindakan (Denzin & Lincoln, 2009:146).

Kaum interpretif memiliki keyakinan bahwa agar dapat memahami makna, seseorang harus menginterpretasikannya. Pendekatan ini menjelaskan proses pembentukan makna dan menjelaskan kandungan makna dari bahasa dan

tindakan aktor sosial dengan melakukan konstruksi makna. (Denzin & Lincoln, 2009:146).

Penelitian ini dilakukan untuk memahami pengalaman seorang pengguna Instagram dalam proses melakukan manajemen privasi saat pengungkapan diri di media sosial Instagram, terutama apa saja pengungkapan yang dilakukan, kriteria apa yang menjadi pertimbangannya sebelum melakukan pengungkapan dan manajemen privasi seperti apa yang dilakukan di Instagram.

1.5.2. State of the Art

Sebelum penelitian ini disusun terdapat beberapa penelitian lain yang pernah dilakukan sebelumnya dan relevan dengan penelitian saat ini yaitu:

- a) Pertama, penelitian dengan judul “*Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego di Twitter*” Skripsi yang ditulis oleh Andi Ernanda, Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo, pada tahun 2014. Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mengetahui batasan yang diterapkan oleh pengguna alter ego Twitter berupa memotong atau menutupi bagian wajah dirinya pada foto yang disebar. Motif yang mendasari pemilik akun ini adalah, motif identitas diri, motif interaksi dan motif hiburan. Pada penelitian ini teori yang di gunakan adalah manajemen privasi komunikasi.

Pada penelitian ini memiliki beberapa persamaan yaitu sama – sama menggunakan pendekatan fenomenologi dengan metode kualitatif deskriptif, dan teori yang digunakan oleh peneliti manajemen privasi komunikasi. Hal yang menjadi perbedaan antara penelitian ini adalah media sosial yang digunakan, pada penelitian terdahulu menggunakan media sosial Twitter sedangkan pada penelitian ini dilakukan menggunakan media sosial Instagram.

- b) Kedua, Penelitian dengan judul “*Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory*” Jurnal yang di tulis oleh Raingga Diko Mahardika dan Farida F, Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo, pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk analisis pengungkapan diri seorang dalam media sosial Instagram dengan *Instastory*. *Self disclosure* dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa tema seperti, frekuensi, valensi, kejujuran, tujuan dan keintiman yang menunjukkan keadaan hati dan desakan pihak lain, pesan yang dibagikan juga merupakan kebutuhan pengguna.

Pada penelitian ini memiliki beberapa persamaan yaitu menggunakan pendekatan fenomenologi dan penggunaan media sosial Instagram. Perbedaan dalam penelitian ini berada pada objek penelitian terdahulu yang berfokus di pembukaan diri sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen privasi komunikasi.

c) Ketiga, penelitian dengan judul “*Privacy Boundary Management Melalui Media Online (Studi Naratif Terhadap Penulis Status Di Facebook)*” Tesis yang ditulis oleh Ade Putri Nugrahani, Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia pada tahun 2012. Penelitian ini mengenai bagaimana keterbukaan seseorang mengungkapkan perasaannya melalui Facebook dan cara mengontrol keterbukaan yang bersifat privat.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa seorang di Facebook mengungkapkan *private information* kepada publik secara tersirat melalui teks status yang dibagikan secara berkala. Terdapat aturan - aturan yang dibangun oleh pengguna Facebook tentang cara mereka membuat batasan – batasan agar privasinya tetap terjaga.

Pada penelitian ini memiliki beberapa persamaan yaitu menggunakan teori manajemen privasi komunikasi. Perbedaan antara penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, metode penelitian naratif, dan penelitian terdahulu menggunakan Facebook sedangkan pada penelitian ini dilakukan menggunakan media sosial Instagram.

d) Keempat, penelitian dengan judul “*Studi Fenomenologi Online Self Disclosure melalui Instagram Story*” Skripsi yang ditulis oleh Fayaretharatri Arkani Yz-zahra, Komunikasi, Universitas Diponegoro, pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk

memahami bagaimana pengalaman pengguna ketika melakukan *self disclosure* melalui Instagram story. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologi dan analisis deskriptif kualitatif dengan Teori Pengungkapan Diri serta melakukan wawancara kepada 7 informan.

Penelitian ini menemukan bahwa motivasi pengguna mengungkapkan diri adalah untuk pencitraan, untuk *sharing &* mencari solusi, sebagai penyimpanan, mencari perhatian, dan eksistensi. Pengguna membuka identitasnya ketika mengungkapkan hal positif tentang dirinya dan menutupi identitasnya ketika mengungkapkan hal negatif. Pengguna memiliki batasan informasi pribadi yang diungkapkan.

Pada penelitian ini memiliki beberapa persamaan yaitu menggunakan pendekatan fenomenologi dan media sosial Instagram. Perbedaan dalam penelitian ini berada pada fokus pada fitur *Instastory*, teori pengungkapan diri dan paradigma yang digunakan para penelitian ini adalah paradigma konstruktivis.

- e) Kelima, penelitian dengan judul "*Strategi Pengelolaan Kesan Dalam Komunikasi Hyperpersonal Pengguna Tinder*" Skripsi yang ditulis oleh Fadilah Nugroho, Komunikasi, Universitas Diponegoro, pada tahun 2019 Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses komunikasi hyperpersonal dan strategi pengelolaan kesan yang

dilakukan oleh pengguna Tinder ini. Paradigma yang digunakan adalah interpretif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan teori yang digunakan adalah teori *Social Information Processing* (SIP) serta konsep *hyperpersonal* yang dikemukakan J.B. Walther, dan Teori Dramaturgi oleh Erving Goffman serta konsep strategi presentasi diri Pittman dan Jones. Wawancara dilakukan terhadap 6 orang informan yang memenuhi kriteria peneliti.

Hasil dari penelitian menunjukkan proses komunikasi hyperpersonal pengguna Tinder, adalah *sender* melakukan presentasi diri selektif pada profil dan pengungkapan diri bertahap secara interaktif hingga tahap *affective* melalui pengelolaan tekstual. Para pengguna Tinder menggunakan empat strategi yakni dengan strategi ingratiasi, promosi diri, eksemplifikasi, dan suplikasi.

Pada penelitian ini memiliki beberapa persamaan yaitu menggunakan pendekatan fenomenologi, analisis kualitatif dan paradigma interpretatif. Perbedaan dalam penelitian ini berada pada fokus media Tinder dan teori yang digunakan.

Penelitian-penelitian diatas menjadi rujukan dalam penelitian yang akan dilakukan ini, dengan beberapa perbedaan yang akan dilakukan oleh peneliti. Perbedaan yang pertama adalah berkaitan dengan objek penelitian, dimana

empat penelitian di atas tidak menjadikan Instagram sebagai objek penelitian mereka. Kemudian, untuk penelitian yang dilakukan oleh Fayaretharatri Arkani Yz-zahra, Raingga Diko Mahardika dan Farida F, meski objek penelitiannya sama yakni Instagram namun, penelitian tersebut lebih berfokus hanya pada satu fitur yaitu *Instastory*. Penelitian ini akan lebih berfokus pada manajemen privasi dalam Instagram.

1.5.3. Pengungkapan Diri

Menurut Tubbs & Moss (2005:12-13) pengungkapan diri merupakan kegiatan dimana seseorang memberikan informasi tentang diri sendiri yang kepada orang lain. Konteks hubungan dua orang lebih sering terjadi dalam pengungkapan diri konteks komunikasi lainnya. Pengungkapan diri merupakan suatu pengalaman komunikasi interpersonal yang dilakukan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal.

Beebe (2005:54) mengatakan bahwa, dalam *self disclosure* terdapat sebuah penetrasi sosial yang menggambarkan seberapa banyak informasi yang akan diberikan oleh seseorang dalam sebuah tingkatan hubungan. Hal ini dimulai dengan lingkaran yang mewakili semua informasi potensial tentang diri kita yang dapat kita ungkapkan kepada seseorang. Umumnya, seseorang melakukan pertimbangan terkait apa, kapan, bagaimana dan kepada siapa ia akan melakukan pengungkapan diri. *Self disclosure* merupakan sebuah proses penting untuk membina hubungan yang bermakna di antara dua orang. Menurut

DeVito (2016:69) melalui proses pengungkapan diri, seseorang seakan memberi tahu bahwa dirinya mempercayai mereka dan ingin membina hubungan yang jujur dan terbuka dengan orang tersebut, bukan hubungan seadanya.

Terdapat beberapa karakteristik dalam proses *self disclosure* yang diungkapkan oleh Beebe (2005:58-62), yaitu :

- a. *Self disclosure* biasanya bergerak sedikit demi sedikit: kebanyakan orang biasanya mengungkapkan informasi tentang diri mereka sedikit demi sedikit.
- b. *Self disclosure* bergerak dari informasi yang tidak personal menuju ke informasi yang personal: tingkatan dalam keterbukaan seseorang bisa dilihat melalui seberapa personal informasi yang ia berikan.
- c. *Self disclosure* memiliki timbal balik: ketika seseorang berusaha terbuka dan memberikan informasi tentang dirinya kepada kita, mereka akan berharap kita juga akan memberikan informasi yang sama seperti yang mereka lakukan.
- d. *Self disclosure* memiliki risiko: sekalipun *self disclosure* membangun keintiman antara seseorang, *self disclosure* juga memiliki risiko di dalamnya. Sekali kamu terbuka dengan seseorang, maka orang tersebut memiliki kesempatan untuk menceritakan informasi personalmu

kepada orang lain dan juga kamu bisa mendapatkan penolakan dari usahamu dalam terbuka.

- e. *Self disclosure* melibatkan kepercayaan: ketika seseorang terbuka mengenai informasi personalnya maka ia memiliki kepercayaan pada dirimu bahwa kamu tidak akan menyebarkan informasi pribadinya kepada orang lain.
- f. *Self disclosure* yang semakin sering akan meningkatkan keakraban: komunikasi interpersonal tidak akan mencapai keintiman tanpa adanya *self disclosure* didalamnya. Dalam hubungan (persahabatan, kekeluargaan, percintaan) yang akrab, kita menjadi sadar akan hal-hal tentang teman atau keluarga yang hanya sedikit diketahui oleh orang lain.

Saat seseorang memiliki keputusan untuk pengungkapan, hal itu dilakukan untuk mencapai tujuan sosial sebagai bentuk ekspresi diri, klasifikasi diri, relasional pengembangan, validasi sosial, dan control sosial. (Derlega dan Janusz Grzelak dalam LittleJohn, 2009: 872). Saat menggunakan Instagram untuk melakukan pengungkapan diri seseorang cenderung bebas mengungkapkan dirinya karena mereka lengah dan merasa bahwa Instagram merupakan ruang pribadi milik mereka, padahal di Instagram informasi yang diungkapkan dapat dengan mudah diakses oleh banyak orang.

Pengungkapan privasi kepada orang lain merupakan saat dimana seorang individu menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan untuk menjaga privasinya. Selain melakukan komunikasi, individu menyertakan batasan aturan privasi yang mengatur akses ke informasi terkait dirinya.

1.5.4. Teori Communication Privacy Management

Teori *Communication Privacy Management* (CPM) ini dikemukakan oleh Sandra Petronio, Ia menjelaskan teori ini sebagai peta cara seseorang dalam menjaga privasi yang mereka miliki. Sandra Petronio ingin seseorang untuk lebih memperhitungkan batasan - batasan yang mencakup informasi yang hanya dimiliki oleh dirinya. (Griffin, 2012:168). Teori ini lahir dari ketertarikan peneliti akan kriteria-kriteria untuk membentuk aturan sistem manajemen bagi proses pembukaan.

Akar dari teori Teori *Communication Privacy Management* (CPM) merupakan asumsi – asumsi mengenai cara seorang individu berpikir dan mengkomunikasikannya. Definisi informasi dalam teori ini merupakan sesuatu rahasia (*private*), yang artinya informasi tersebut sangat berarti bagi mereka atau dapat juga disebut dengan informasi privat (*private information*). Oleh karena itu, cara mengkomunikasikan informasi privat dalam suatu hubungan dengan orang lain membentuk sebuah kegiatan yang disebut dengan pembukaan pribadi (*private disclosure*) (West & Turner, 2008:256). Kemampuan untuk mengatur informasi privat inilah yang membuat seseorang

merasakan bahwa mereka merupakan pemilik sah dari informasi yang dibagikan mengenai dirinya sendiri. Maka, mereka memiliki hak untuk memberikan batasan – batasan bagi orang lain.

Menurut Griffin (2012:168-169) mengemukakan bahwa ada 5 prinsip yang terkandung dalam teori *Communication Privacy Management*, yaitu : (1) Seseorang percaya bahwa mereka merupakan pemilik dan berhak untuk mengontrol informasi pribadi, (2) Seseorang mengatur informasi pribadi yang dimiliki melalui penggunaan aturan privasi, (3) Ketika orang lain diberikan akses terhadap informasi pribadi seseorang, maka mereka menjadi pemilik bersama informasi tersebut, (4) Pemilik informasi pribadi perlu membuat kesepakatan terkait aturan privasi tentang proses memberi tahu orang lain.(5) Ketika pemilik bersama informasi tidak efektif menyepakati dan mengikuti aturan privasi yang dibuat dapat menimbulkan turbulensi batas.

Teori *Communication Privacy Management* mencapai tujuan-tujuan dengan mengemukakan lima dugaan dasar (West & Turner, 2008: 256-259) yaitu :

1. Informasi Privat

Cara seseorang mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Namun konsep pembukaan pribadi yang dijelaskan berbeda dengan intimasi. Pembukaan pribadi berfokus pada pesan, proses bercerita dan refleksi isi dari privasi mengenai orang lain yang diungkapkan secara lisan maupun tulisan.

Sedangkan, intimasi adalah pembukaan dengan cara-cara fisik, psikologi, emosional, dan perilaku karena orang ini penting bagi seseorang.

2. Batasan Privat

Merupakan acuan batasan untuk menjelaskan adanya garis antara publik dan privat. Ketika informasi dibagikan, batasan di sekelilingnya disebut *collective boundary*. Informasi itu tidak milik sendiri, tetapi menjadi informasi bersama. Ketika informasi *private* tetap disimpan oleh seorang individu dan tidak dibuka, maka batasnya disebut *personal boundary*. Batasan dibutuhkan untuk menetapkan antara informasi yang dapat dibagikan kepada orang lain dan informasi yang bisa disimpan sendiri.

3. Kontrol dan Kepemilikan

Ide bahwa orang merasa bahwa mereka merupakan pemilik dari informasi pribadi tentang diri mereka. Maka pemilik informasi, percaya bahwa mereka berhak untuk mengendalikan atas orang - orang yang mendapatkan akses untuk penyebaran informasi tersebut.

4. Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan

Sistem ini berguna untuk memberikan pemahaman terkait keputusan-keputusan yang dibuat tentang informasi privasi. Manajemen aturan ini terdiri dari tiga proses, yaitu: Karakteristik aturan privasi, koordinasi batas, dan turbulensi batas.

5. Manajemen Dialetika

Ketegangan-ketegangan antara keinginan untuk mengungkapkan informasi privat dan keinginan untuk menutupinya. Merujuk pada kesatuan dialetika atas ketegangan yang dialami oleh seseorang sebagai efek dari oposisi dan kontradiksi. Jika informasi dengan mudah diungkapkan tanpa mengalami ketegangan maka informasi tersebut bukanlah privasi.

Aturan privasi memiliki lima karakteristik, yaitu berdasarkan kriteria budaya, kriteria gender, kriteria motivasi, kriteria konteks dan kriteria rasio risiko dan keuntungan. (West & Turner, 2008:261).

Prinsip-prinsip ini pada dasarnya merupakan bagaimana mendefinisikan pengungkapan diri yang dilakukan dalam Instagram ditetapkan melalui pengungkapan informasi yang bersifat privasi. Sehingga para pengguna Instagram butuh menetapkan kontrol dan batasan saat melakukan keterbukaan informasi agar tetap melindungi informasi-informasi pribadi yang dimilikinya.

1.5.5. Operasional Konsep

1.5.5.1. Manajemen Privasi pada Media Sosial Instagram

Pada penelitian ini memfokuskan pada pengalaman dalam proses pengungkapan diri dan manajemen privasi yang dilakukan pada media sosial Instagram. Pengungkapan informasi yang dilakukan para pengguna instagram berupa informasi tentang kejadian di kehidupannya yang dianggap sebagai sesuatu yang privasi. Sedangkan, manajemen privasi

adalah ketegangan dalam melakukan pengungkapan diri yang berisikan informasi pribadi di Instagram. Manajemen privasi berlanjut pada cara pengguna Instagram melakukan pengelolaan informasi tersebut.

1.5.5.2. Pengungkapan Diri

Pengungkapan diri merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan untuk memberikan informasi mendalam terkait seseorang agar orang lain bisa memahami karakteristiknya. Dalam penelitian ini pengungkapan diri meliputi pengungkapan informasi yang dilakukan di Instagram berupa informasi tentang perasaan, opini pribadi dan pengungkapan informasi yang dianggap sebagai sesuatu yang privasi. Informasi tersebut dapat meliputi permasalahan keluarga, ekonomi, percintaan atau hal – hal lainnya. Untuk memberitahukan informasi mendalam perlu dilakukan dengan lebih berhati-hati karena adanya perasaan untuk melakukan perlindungan terhadap informasi tersebut.

1.5.5.3. Privasi

Privasi merupakan kemampuan seseorang untuk menjaga kehidupan dan urusan personalnya dari publik, atau untuk mengatur informasi mengenai dirinya, sedangkan dalam Instagram pengguna mengunggah foto atau video yang kemudian dapat dilihat secara bebas oleh orang lain. Dalam penelitian ini privasi yang dimaksud adalah informasi pribadi yang diumbar seperti:

perasaan, pikiran, ketakutan, minat, opini, percintaan, keuangan, kepribadian, dan pekerjaan atau pendidikan

1.5.5.4. Instagram

Media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi serta memberikan informasi kepada orang lain. Pada penelitian ini media sosial yang dimaksud adalah Instagram. Dengan menggunakan Instagram pengguna dapat melakukan interaksi dengan membuat postingan berupa foto maupun video yang dapat berupa informasi mengenai diri pengguna seperti perasaan, lokasi, dan kegiatan yang sedang dilakukan. Biasanya ketika mengunggah suatu hal akan memberi tambahan *caption* berupa teks dalam postingannya untuk menggambarkan apa yang ingin diungkapkan.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengetahui fenomena seperti apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara holistik lalu dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. yang berkonsentrasi pada pengalaman individu. Fenomenologi sendiri mengatakan

bahwa setiap bahasa memiliki pemaknaan pada sebuah benda. Sehingga satu kata dapat menghasilkan makna pada suatu hal yang memang ingin dimaknai.

1.6.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini ditentukan secara *purposive*, yang artinya informan ditentukan dengan kriteria yang sudah dibentuk. Subyek yang dipilih pada penelitian ini adalah pengguna Instagram yang aktif menggunakan akunnya dengan mengunggah foto ataupun video serta membalas komentar ataupun *direct message* dari pengikut (*followers*), baik perempuan maupun laki – laki rentang usia 18-25 dengan pekerjaan yang berbeda meliputi pelajar, mahasiswa, dan karyawan.

1.6.3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan merupakan data yang dijelaskan secara tertulis dan dibentuk dalam kata-kata atau kalimat yang didapatkan dari proses wawancara dengan subjek penelitian.

1.6.4. Sumber Data

1.6.4.1. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari informan secara langsung di lapangan dengan melakukan proses wawancara mendalam (*indepth-interview*).

1.6.4.2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder merupakan data lain yang didapatkan dari luar data utama atau dari partisipan penelitian. Seperti, literatur terkait, jurnal ilmiah, atau media massa yang berkaitan dengan manajemen privasi dalam Instagram.

1.6.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini akan diperoleh dari kegiatan wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara digunakan untuk menemukan titik permasalahan yang harus diteliti dan menemukan hal-hal yang lebih mendalam terkait fenomena yang dialami responden dengan jumlah responden kecil. (Sugiyono, 2010:194). Peneliti sendiri menggunakan instrumen wawancara yang dilakukan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) yang bersifat *open-ended* dan tidak terstruktur.

Penelitian kualitatif deskriptif ini menjadikan pedoman proses wawancara ini dilakukan dengan tidak terstruktur, yaitu proses wawancara tidak terlalu terpaku pada daftar pertanyaan yang dibuat oleh peneliti tetapi juga berkembang dan mengalir bagaikan percakapan (Moleong, 2007:191)

1.6.6. Analisis dan interpretasi Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang menggunakan metode dari Stevick, Colaizzi, dan Keen dengan pendekatan fenomenologi (Kuswarno, 2009:70) . Berikut tahapan analisis data :

1. Memperoleh gambaran fenomena berdasarkan pengalaman yang didapatkan sendiri di lapangan. Pada tahap ini dilakukan observasi lapangan serta melakukan wawancara mendalam dengan subjek penelitian.
2. Setelah tahap wawancara, dilakukan proses transkrip hasil wawancara dengan langkah :
 - a. Mempertimbangkan setiap pernyataan dari informan yang sehubungan dengan signifikansi untuk mendeskripsikan pengalaman dari informan.
 - b. Mencatat dan merekam semua pernyataan yang relevan dengan penelitian.
 - c. Pernyataan kemudian dibuat menjadi daftar yang tidak tumpang tindih (berulang – ulang) serta memiliki makna untuk penelitian ini.
 - d. Mengaitkan dan mengelompokkan pernyataan wawancara sesuai dengan tema.
 - e. Membentuk sintesis dari unit makna dan tema (deskriptif tekstural), termasuk makna yang dinyatakan secara verbal menjadi inti unit makna.
 - f. Melindungi refleksi penjelasan struktural melalui variasi imajinasi dengan pembuatan deskripsi struktural.
 - g. Mencampurkan deskripsi tekstural dan struktural untuk menghasilkan makna dan esensi fenomenologi.

3. Membuat deskripsi secara menyeluruh dan menjadi simpulan akhir dari penelitian dengan menghasilkan makna dan esensi dari pengalaman yang memiliki struktur penting.

