

## **Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Ditinjau dari Teori *Communication Privacy Management* Pada Penggunaan Fitur *Close Friend* di Instagram**

**Afifah Asmayulia<sup>1</sup>, Ainun Ni'Matu Rohmah<sup>2</sup>**

### **Abstrak**

*Fenomena pengungkapan diri di dunia maya sering terjadi di media sosial bahkan media sosial tempat untuk membagikan informasi dan self disclosure pada pemilik akun media sosial, sehingga media sosial membuat fitur untuk membagikan informasi. Instagram mengembangkan fitur yang dimilikinya yaitu fitur yang bernama close friend. Pada fitur tersebut pengguna Instagram dapat mengontrol antara informasi seperti apa yang dapat dibagikan, informasi seperti apa yang seharusnya disimpan karena bersifat rahasia atau privasi, serta dalam fitur tersebut melakukan keterbukaan diri dapat mengontrol informasi yang dapat melihat informasi tersebut disampaikan oleh pengguna akun Instagram. Penelitian ini menggunakan teori Manajemen Komunikasi Privasi untuk mengetahui keterbukaan diri (self disclosure) dalam penggunaan fitur close friend. Fokus pada penelitian ini adalah informasi privat, batasan privat, kontrol dan kepemilikan, sistem manajemen berdasarkan aturan dan dialektika manajemen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik purposive sampling guna menentukan informan agar sesuai dengan kriteria penelitian untuk mengetahui bagaimana gambaran pengungkapan diri mereka di fitur close friend. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari beberapa informan melakukan keterbukaan diri (self disclosure) di fitur close friend merasa aman karena tidak terdapat gangguan dari orang-orang asing yang tidak dikenal dan sebagian informan lainnya dalam membagikan informasi atau keterbukaan diri harus mengontrol informasi seperti apa yang harus mereka bagikan, dan dalam melakukan keterbukaan diri sebagian dari informan masih memiliki batasan dalam membagikan informasi pribadi agar informasi mengenai diri sendiri masih terjaga hanya segelintir informan yang tidak memiliki batasan dalam melakukan keterbukaan diri karena adanya keakraban dan hubungan sosial yang dekat dengan teman-teman yang ada di close friend.*

**Kata Kunci:** *Close friend, Informasi privat, Manajemen komunikasi privasi, Self disclosure*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: afifahasmayulia@gmail.com

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing I dan staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

## Pendahuluan

Berkembangnya suatu media dan melihat suatu fenomena pengungkapan diri di dunia maya sering terjadi, sehingga menyebabkan adanya fenomena batasan privasi, sehingga Instagram mengembangkan fitur yang dimilikinya. Instagram membantu pengguna dalam mengatur dan mengelola hubungan dengan pengikutnya. Pengguna dapat mengontrol antara informasi mana yang dapat dibagikan dan informasi yang lebih baik disimpan karena bersifat rahasia atau privasi. Selain dapat mengontrol informasi, perkembangan pada aplikasi Instagram dapat mengontrol siapa saja yang dapat dilihat informasi tersebut atau disampaikan oleh pengguna. Fitur tersebut diberi nama '*close friend*' yang dirilis pada tahun 2018. Fitur tersebut adalah pengembangan dari fitur '*Instagram Story*' sebelumnya hanya dapat membagikan informasi kepada semua pengikut di akun tersebut. Sedangkan pada fitur *close friend*, Instagram memberikan sebuah ruang privat bagi pengguna dalam mengungkapkan diri dengan membagikan informasi atau konten kepada orang-orang yang dipercayainya. Hal tersebut sesuai dengan nama fiturnya '*Close Friend*', yaitu teman dekat, yang biasanya orang-orang terdaftar di *close friend* merupakan teman dekat yang dapat dipercaya untuk menjaga informasi pengguna, sama halnya dengan ketika pengguna membagikan informasi tersebut secara langsung. Para pengguna fitur *close friend* tersebut memberikan informasi atau suatu interaksi dengan pengikut secara lebih pribadi dan tidak diketahui oleh pengikut lain yang tidak dirasa dekat dengannya, maka tidak sedikit pengguna memanfaatkan fitur tersebut sebagai salah satu tempat untuk menuangkan ekspresi dan emosi tentang keadaan yang sedang dialaminya.

Hal tersebut juga terbukti pada kalangan remaja dalam penggunaan fitur *close friend* adalah memupuk kedekatan dan kepercayaan dalam dunia pertemanan baik di dunia maya maupun secara nyata. Dalam fitur *close friend* inilah pengguna Instagram berhak dalam memilah-milih siapa saja teman terdekat yang akan masuk list *close friend* sehingga pada saat membagikan informasi yang lebih pribadi hanya dapat dilihat oleh teman-teman terdekat saja daripada teman umum atau khalayak. Fitur *close friend* ditandai dengan adanya tanda simbol bintang warna hijau di fitur *Insta Story*. Karena perkembangan teknologi yang ada, pengungkapan diri atau *self-disclosure* tidak hanya terjadi dalam komunikasi tatap muka, tetapi saat ini proses pengungkapan diri dapat dilakukan melalui alat mediasi seperti jejaring sosial. Dengan adanya media sosial saat ini, mudah bagi orang untuk mengungkapkan perasaannya tentang urusan pribadi dan aktivitas lainnya di media sosial. Salah satu jejaring sosial tempat seseorang dapat mengekspresikan diri adalah Instagram. Instagram merupakan jejaring sosial yang dapat digunakan sebagai penyedia identitas pribadi bagi publik, artinya pengguna Instagram dapat melihat sisi lain atau kebiasaan orang lain yang tidak bertatap muka secara langsung, hal ini merupakan pengenalan yang mengarahkan masyarakat untuk mengadopsi budaya baru, yaitu budaya keterbukaan diri atau *self-disclosure* yang berlebihan. Peneliti juga memahami bahwa *self disclosure* adalah salah satu cara pendekatan yang penting pada saat melakukan komunikasi

interpersonal. Pengungkapan diri ini dilakukan untuk meningkatkan kedekatan mereka dengan orang lain sehingga seseorang dapat lebih mengenal lawan bicaranya yang tidak diketahui oleh orang lain.

Fitur *close friend* inilah merupakan salah satu alternatif bagi para pengguna untuk melakukan pengungkapan diri kepada orang lain. Semakin dekat suatu hubungan seseorang dengan orang lain, maka peluang untuk melakukan pengungkapan dirinya semakin besar. Oleh sebab itu, kebanyakan orang akan memilih menggunakan fitur *close friend* untuk melakukan pengungkapan diri karena dirasa aman. Menurut Dianiya dan Irwansyah (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Management Privacy dalam Penggunaan Fitur “Close Friend” di Instagram disebutkan bahwa meskipun media sosial hanya satu media (dunia maya), tidak semua orang dapat dengan mudah berbagi informasi atau pengungkapan diri secara terbuka di media sosial mereka, diri mereka sendiri dalam fitur teman dekat di Instagram. Mereka menunjukkan bahwa komunikator harus mengendalikan berbagi privasi mereka dan ini juga harus diperhitungkan karena komunikator mungkin memiliki keterbatasan dalam berbagi informasi tentang diri mereka sendiri di jejaring sosial.

Hal tersebut pada penelitian ini mengacu pada Teori Manajemen Privasi Komunikasi (*Communication Privacy Management*) atau disingkat dengan CPM yang dikembangkan oleh Sandra Petronio (2002). Teori CPM ini juga merupakan alat yang berguna untuk mbingkai suatu studi mengenai pengelolaan studi dalam penggunaan media sosial (Hollebaugh, 2019). Dalam teori CPM ini terdapat lima konsep dasar yang meliputi, Informasi Privat, Batasan Privat, Kontrol dan Kepemilikan, Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan, dan Dialektika Manajemen. Teori ini mempunyai tujuan dengan mengusulkan lima anggapan dasar yaitu informasi pribadi setiap individu percaya bahwa mereka memiliki dan mempunyai hak untuk mengendalikan suatu informasi pribadi milik masing-masing dari pemilik informasi dan memutuskan dengan siapa informasi tersebut dibagikan dalam semua keputusan dan pertimbangan serta aturan. Batas-batas pribadi, setiap individu dapat mengendalikan informasi milik pribadi mereka dengan menjalankan aturan privasi yang dimiliki pada setiap individu, yaitu terkait dengan pemisahan antara informasi tentang diri sendiri dan informasi publik, sehingga terdapat adanya batas pribadi dan batas kolektif. Kontrol dan kepemilikan yaitu seseorang yang memiliki informasi pribadi tentang diri pribadi dan dapat mengendalikan siapa saja yang dapat melihat dan mengetahui informasi pribadi. Sistem manajemen berdasarkan aturan yaitu kerangka kerja untuk memahami keputusan yang dibuat mengenai informasi pribadi dan mengatur privasinya kepada siapa saja akan berbagi informasi privasi. Dialektika manajemen privasi yaitu berfokus pada ketegangan antara keinginan untuk mengungkapkan informasi pribadi dan keinginan untuk menyembunyikannya (West dan Turner, 2010).

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Teori Communication Privacy Management***

Manajemen privasi komunikasi adalah teori yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini. Communication Privacy Management atau CPM adalah teori yang dikembangkan oleh Sandra Petronio. Sandra Petronio adalah profesor di Departemen Ilmu Komunikasi Indiana (Universitas Purdue) dan berasal dari New York. Profesor Petronio adalah anggota fakultas di Departemen Komunikasi Pidato di University of Minnesota dan anggota Fakultas di Arizona State University selama 14 tahun. Profesor Petronio menjelaskan bahwa teori CPM ingin orang lebih sadar akan masalah privasi dan pembatasan yang memerlukan penyebaran informasi pribadi yang hanya menjadi milik mereka. Pertama kali muncul pada tahun 1991, teori ini dikenal sebagai Manajemen Batas Komunikasi. Hal ini dalam perkembangan CPM, yang pada awalnya teori ini sebagai perpanjangan dari pembahasan teoritis mikro-teori (karena kendala hanya bergantung pada manajemen privasi pada pasangan suami istri). Dan sekarang teori makro (karena keterbatasannya mencakup berbagai hubungan interpersonal). Pada tahun 2002 digantikan oleh Manajemen Privasi Komunikasi. Akar dari teori Communication Privacy Management (CPM) adalah asumsi tentang cara seseorang berpikir dan berkomunikasi. Petronio memandang *Communication Privacy Management* atau teori CPM privasi sebagai gambaran sistem manajemen privasi yang terdiri dari tiga bagian utama. Pada bagian pertama, yaitu adanya privasi dalam hal batasan privasi, yang meliputi informasi yang dimiliki seseorang tetapi tidak diketahui orang lain. Batas privasi seperti filter yang memiliki penghalang yang dapat membuatnya tidak dapat ditembus dan melindungi rahasia. Kedua, keputusan kontrol privasi ketika berbagi informasi pribadi dengan publik atau orang lain. Petronio percaya bahwa ini adalah mekanisme manajemen privasi. Keputusan untuk berbagi informasi atau melepaskan kendali juga mengubah batasan yang ditempatkan pada bagian sistem yang bertanggung jawab atas data pribadi. Pada bagian ketiga dari sistem manajemen privasi ini berfungsi dengan baik ketika manajemen data pribadi tidak berfungsi seperti yang diharapkan.

### ***Instagram***

Instagram adalah jejaring social yang populer dikalangan pengguna *smartphone*. Nama Instagram berasal dari kata "insta" yang awalnya berarti "instan" dan "gram" dari kata "telegram". Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata instant telegram. Dengan ungkapan tersebut dapat diartikan sebagai sebuah aplikasi yang mampu dengan cepat mengirimkan informasi berupa foto, mengelola foto, mengedit foto dan video serta membagikannya di jejaring sosial lainnya. Dalam sejarah pembuatan aplikasi media sosial Instagram ini, ada dua pendiri yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger.

### ***Karakteristik Instagram***

Sebagian besar pengguna jejaring sosial Instagram adalah Milenial dan Generasi Z. Selain itu jejaring sosial ini berfokus pada platform berbagi foto dan video, sehingga memiliki popularitas yang tinggi, sehingga dapat disamakan dengan jejaring sosial Facebook dan Twitter. Logo Instagram juga berbentuk kamera Polaroid, yang menggambarkan aplikasi yang sebenarnya digunakan untuk berbagi foto dan video instan. Pada foto dan video yang diunggah, pengguna lain juga dapat member komentar atau menyukai postingan atau berbagi di platform Instagram, yang memiliki fungsi bookmark bagi pengguna lain untuk menyukai foto yang diposting.

Selebriti, influencer, dan pengusaha konglomerat bahkan tidak mengabaikan penggunaan aplikasi Instagram ini untuk berbagi aktivitas sehari-hari dengan penggemar atau juga sebagai tempat untuk berbagi informasi tentang suatu produk dan lainnya.

### ***Fitur Close Friend***

Fitur *Close Friend* Instagram diluncurkan pada Desember 2019. Uji coba selama 17 bulan memungkinkan pengguna Instagram memilih pengikut atau teman mana yang dapat melihat postingan mereka. Dengan fitur ini, banyak orang lebih terbuka untuk menggunakan Instagram karena mereka dapat mengontrol siapa yang bisa dan tidak bisa melihat cerita mereka. Cerita yang diunggah dalam fitur ini lebih pribadi daripada fitur cerita biasa karena diunggah secara publik. Dalam penggunaannya, sangat mudah seperti menggunakan fitur *stories* biasa, tetapi pertama-tama pengguna Instagram harus membuat daftar *close friend* terlebih dahulu agar penggunaan fitur *close friend* optimal.

### ***Self Disclosure***

*Self disclosure* adalah kemampuan untuk mengekspresikan diri melalui informasi yang diberikan kepada orang lain dalam rangka meningkatkan kepercayaan diri dan keakraban (Maryam, 2018:62). Pengungkapan diri adalah pengungkapan tanggapan atau reaksi terhadap situasi yang sedang dihadapi seseorang saat ini, serta memberikan informasi yang relevan tentang masa lalu atau membantu untuk memahami reaksi mereka dimasa sekarang. Keterbukaan diri adalah proses mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain.

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Menggunakan deskripsi kualitatif ini untuk menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi yang menjadi subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2016:9), metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian menurut filsafat postpositivisme, digunakan

untuk mempelajari objek-objek alam (sebaliknya adalah eksperimen) dimana peneliti merupakan instrumen kunci dalam teknik pengumpulan data - data.

### **Fokus Penelitian**

Indikator yang difokuskan dalam penelitian ini dalam teori *Communication Privacy Management* sesuai lima konsep dasar menurut (West & Turner, 2010) yaitu: Informasi Pribadi, Batasan Pribadi, Kontrol dan Kepemilikan, Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan dan Dialektika Manajemen Privasi.

### **Sumber Data**

Pemilihan informan dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu berdasarkan kriteria yang peneliti tetapkan melalui kuisioner *google form* guna mencari informan berusia 20-24 tahun, mereka yang aktif dalam penggunaan sosial media Instagram diatas 5 jam perhari, aktif mengunggah story atau konten di fitur *close friend*.

### **Teknik Pengumpulan Data**

1. Observasi
2. Wawancara (*In-depth Interview*)
3. Dokumentasi

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis fenomenologi yang dikembangkan oleh Moustakas yang disebut metode Stevick-Colaizzi-Keen dari Moustakas (1994). Analisis data dilakukan untuk mencari sekaligus menemukan jawaban terhadap pertanyaan penelitian, isu-isu penelitian, atau permasalahan penelitian.

Prosedur analisis data meliputi:

1. Memulai dengan deskripsi tentang pengalaman peneliti terhadap fenomena.
2. Peneliti kemudian membuat pertanyaan untuk diajukan dalam *interview* untuk mengetahui bagaimana individu-individu mengalami fenomena tersebut, membuat daftar pertanyaan (*horizontalization*) dengan memperlakukan tiap pertanyaan dengan seimbang (mempunyai nilai yang sama), dan mengembangkan daftar pertanyaan yang tidak berulang (*non-repetitive*) atau tidak tumpang tindih (*non-overlapping*).
3. Pernyataan kemudian dikelompokkan ke dalam unit-unit makna (*meaning units*). Peneliti lalu membuat daftar dari unit-unit tersebut dan menuliskan deskripsi tekstural dari pengalaman, yaitu apa yang terjadi, dengan disertai contoh-contoh verbatim.

## Hasil Penelitian

### Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) pada Penggunaan *Close Friend* Instagram

#### 1. Informasi Privat

Informasi privat dalam Teori *Communication Privacy Management* memiliki pemahaman mengenai bahwa informasi yang dibagikan terbatas, dan memiliki privasi mengenai informasi yang akan dibagikan. Pengungkapan informasi pribadi adalah tindakan mengungkapkan dan memperbanyak isi informasi pribadi orang lain. Data pribadi adalah informasi yang tidak dapat diakses publik kecuali komunikator sendiri yang memilih untuk membagikannya. Ciri utama dari data pribadi adalah kepemilikan. Informan 4 dan 6 mengatakan bahwa membagikan konten di *close friend* lebih merasa privasi.

*“kalau upload story di close friend itu lebih merasa privasi, soalnya informasi yang aku berikan ke teman-teman dekat aku kayak aktivitas ku sehari-hari dan yang tau aku lah pokoknya”* (Informan 4, November 2022)

*“aku suka aja upload story yang berbaur curhat curhat, jadi lebih enak aja kalau upload story di close friend”* (Informan 6, November 2022)

Dalam hal ini pada teori *Communication Privacy Management* dalam Informasi Pribadi saling adanya keterkaitan karena dalam informasi pribadi ini dari informasi yang disampaikan di dalam fitur *close friend* para informan mengaku merasa nyaman dalam menggunakan fitur tersebut untuk melakukan keterbukaan diri. Hal ini seperti pada penyampaian oleh Petronio yang berpendapat bahwa *disclosure of private information* lebih fokus pada bagaimana seseorang tersebut merasa nyaman dalam menerima dan menangani informasi itu (West & Turner, 2010).

Dalam penggunaan fitur *close friend*, informan juga memiliki alasan pribadi mengapa mereka memilih menggunakan *close friend* dan sangat terbuka serta percaya diri pada saat mengunggah atau menyebarkan konten. Seperti yang peneliti temukan pada Informan 3 dan 1

*“Dengan fitur close friend, aku lebih percaya diri membagikan cerita keseharianku. Soalnya kalau misalkan aku upload di story umum khawatir*

*ada yang julid dan sebagainya. Jadi lebih percaya diri aja gitu kalau di close friend karena memang didalamnya cuman ada teman-teman dekatku”* (Informan 3, November 2022)

*“Yaa.. sejujurnya kadang kalau share di umum suka kurang pede makanya pakai fitur close friend itu biar bisa di share ke orang-orang yang kita pede aja dengan orang-orang yang ada di list close friend kita”* (Informan 1, November 2022)

Pada teori *Communication Privacy Management* pada hal tersebut bagian informasi privat hal ini merupakan konsep mengenai hubungan keintiman dan privasi serta bagaimana mereka saling berhubungan (Petronio, 2002). Sehingga beberapa informan dapat memberikan ruang baru pada fitur *close friend* untuk bebas berekspresi.

## **2. Batasan Privat**

Batasan privat pada teori *Communication Privacy Management* adalah informasi yang dibagikan, memiliki batasan tertentu, serta melakukan aturan privasi terkait informasi yang akan dibagikan, sehingga mereka membuat batasan-batasan dalam mengunggah konten yang akan mereka sebar di *close friend* seperti pada informan 2 dan 5 yang peneliti temukan.

*“kalau aku lebih membatasi diri untuk gak terlalu mengabadikan aktivitas sepenuhnya di close friend ya supaya privasi diri tetap terjaga”* (Informan 2, November 2022)

*“aku membatasi diri untuk memilih sesuatu apa yang harus aku bagikan di close friend, karena alasanku secara pribadi akumerasa takut akan tanggapan dan pandangan dari orang lain yang akan menjudge aku ketika melihat momen atau aktivitas yang aku posting.”* (Informan 5, November 2022)

Dalam hal ini, ditinjau pada teori *Communication Privacy Management* pada batas pribadi para informan tersebut melakukan aturan privasi terkait informasi mengenai diri mereka sendiri (West & Turner, 2010). Dalam *self disclosure* menurut Powell (dalam Maryam, 2018:64) ini, *amount* seberapa sering informan-informan ini melakukan keterbukaan diri terbilang sering karena mereka memilih untuk menggunakan fitur *close friends* sebagai



keterbukaan diri tetapi tetap ada batasan. Terdapat *accuracy* dalam keterbukaan diri tetapi tetap ada batasan. Terdapat *intention* pada informan 2 dan informan 5 karena mereka memiliki batas privat dalam mengunggah suatu informasi sehingga mereka turut berhati-hati dengan informasi yang dibagikan. Dan juga terdapat adanya *valence self disclosure* karena kedua informan tersebut mengungkapkan sebuah informasi yang menyenangkan dan tidak menyenangkan sehingga mempengaruhi penilaian diri. Terdapat adanya faktor dari *self disclosure* dari ketiga informan ini adalah rasa, suatu perasaan, emosi diri mengenai perasaan terhadap situasi yang diproyeksikan kepada orang lain.

Lain hal dengan informan 1, ia berpendapat bahwa ia yakin dengan apa yang dia posting sehingga tidak ada batasan dalam mengunggah konten atau aktivitas di *close friend*.

*“kalau aku sih gak ada yang perlu dibatas-batasan, karena kan namanya juga close friend, aku yang milih siapa aja teman-teman yang emang aku yakinin gak bakal cepu dan nyebarin kemana-mana”* (Informan 1, November 2022)

Ditinjau pada teori *Communication Privacy Management* pada batas pribadi informan tersebut tetap menggunakan aturan privasi, karena informan tersebut sudah memilih siapa saja yang dapat melihat informasi pribadi dari para informan tersebut.

Dalam batasan privat, ada yang disebut batas pribadi dan ada juga batas kolektif. Batas kolektif sendiri memiliki arti yaitu batasan privasi tetapi masih dalam hal yang dibagikan bersama. Seperti pada informan 2 yang selalu update diri mereka di *close friend* tanpa hijab, tanpa menutup aurat, atau pun sering kali menggunakan baju baju yang minim atau pendek.

*“kalau di close friend biasanya suka upload yang tanpa hijab, karena emang teman dekat aku isinya cewek semua. Kalau dibilang takut kesebar luas, sepertinya aku percaya-caya aja sama mereka karena ya untungnya teman-teman dekat aku aja”* (Informan 2, November 2022).

Dalam hal ini, pada keterkaitannya dengan teori *Communication Privacy Management* pada batas pribadi, informan diatas melakukan aturan privasi dalam mengendalikan informasi pribadi (West & Turner, 2010)

karena informan tersebut melakukan batas kolektif yang berisi informasi pribadi tetapi dibagikan kepada teman-teman *close friend* mereka karena sedikitnya daftar teman *list*, adanya teman-teman yang memang sudah dekat, teman-teman yang hanya sesama gender.

Informan lainnya memiliki pandangan lain mengenai batasan, terlihat bahwa mereka menggunakan batas privat atau batas pribadi yaitu walaupun fitur *close friend* aman dari konsumsi publik, tetapi tidak mungkin dapat terjadinya kebocoran seperti pada informan 1

*“kalau dari aku, sebenarnya masalah umbar aurat itu walaupun sesama perempuan kayak ga pantes aja, walaupun di close friend tetapga menutup kemungkinan kalau itu bakal tersebar atau enggak, makanya aku gak mau tuh update story di close friend pake baju baju tidur ku yang seksi itu, kan kamu tau sendiri kan aku gimana”* (Informan 1, November 2022)

Pada teori *Communication Privacy Management* pada batas pribadi adanya keterkaitan pada hal tersebut, karena informasi yang disampaikan merupakan informasi yang sudah pada batasan-batasan tertentu pada individu seseorang sehingga terbentuknya batasan pribadi.

### **3. Kontrol dan Kepemilikan**

Kontrol dan kepemilikan pada teori *Communication Privacy Management* memiliki arti bahwa bentuk kedekatan sosial dan dalam menerima informasi harus terdapat kontrol agar informasi yang tersampaikan dapat tepat sasaran, Masing-masing dari informan juga memilih siapa saja yang berhak masuk dalam *list close friend* mereka, sehingga mereka membentuk kepercayaan pada teman-teman *close friend* mereka terhadap unggahan informasi pribadi. Seperti pada informan 1 dan 3.

*“aku percaya dengan teman-teman ku yang ada di close friend, karena mereka juga memasuki aku dalam list close friend mereka. Jadi kita saling menjaga privasi satu sama lain, dan informasi pribadi mengenai aku ya sejauh ini aman”* (Informan 1, November 2022)

*“sejauh ini sih percaya yaa sama temen-temen di close friend aku, soalnya kalau share konten di close friend itu aku selalu share orang-orang yang emang gak dikenal sama teman-teman close friend aku, jadi bisa menjauhi hal-hal yang tidak diinginkan lah pastinya.”* (Informan3, November 2022)

Dalam hal ini, keterkaitan dengan teori *Communication Privacy Management* pada kontrol dan kepemilikan saling terkait karena ketiga informan tersebut lebih berhati-hati terhadap informasi yang seperti apa harus dipublikasi pada fitur *close friend* tersebut, karena dengan mengontrol seseorang yang berada dalam list *close friend* mereka akan mempengaruhi mereka untuk boleh atau tidak dalam mengetahui informasi pribadi mereka.

Namun informan 2 tidak bisa percaya sepenuhnya kepada teman-teman *close friend*, walaupun dalam membuat list *close friend* kita sendiri yang membuatnya tidak menjadi acuan bisa sepenuhnya percaya.

“percaya gak percaya juga sih, apalagi ini soal informasi pribadi ya? soalnya kalau aku pribadi temen-temen *close friend* aku itubukan temen-temen yang dekat banget juga, malah ada teman yang kenal dari instagram pun aku masukin di list *close friend*, karena di *close friend* juga semuanya cewek gak ada yang cowok. Tapi untungnya fitur *close friend* kan bisa hapus list temen-temen *closefriend*, jadi tinggal hapus aja kalau aku gak yakin” (Informan 2, November 2022)

Dalam hal ini keterkaitan pada teori *Communication Privacy Management* pada kontrol dan kepemilikan pada ketiga informan tersebut adalah mereka melakukan kontrol yang sangat ketat agar informasi atau bentuk dari keterbukaan informan tersebut dapat dikelola dengan bijak sebelum membagikan sebuah informasi pribadi, hal tersebut berkaitan dengan kontrol dan kepemilikan bahwa sebagai pemilik informasi dirinya percaya bahwa harus ada dalam posisi untuk mengontrol siapa saja yang akan mengakses informasi mereka atau boleh untuk mengetahui informasi dari komunikasi tersebut (West & Turner, 2010).

#### **4. Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan**

Sistem manajemen berdasarkan aturan pada teori *Communication Privacy Management* adalah memahami ketika mengambil keputusan dalam mengatur informasi privasi kepada siapa saja dan dengan kriteria seperti apa akan dibagikan informasi privasinya. Seperti pada informan 1 dan 6 mereka menjelaskan perbedaan yang jauh berbeda ketika mengunggah story di *close friend* dan story di umum.

“kalau di story umum, biasanya aku posting moment kayak hari bahagia seseorang seperti ulang tahun, pernikahan terus juga aku upload pencapaian ku kayak sudah selesai sidang skripsi, biasanya juga berita kehilangan atau musibah dan juga mengunggah musik kesukaan aku dari spotify. Tapi kalau di close friend aku milih unggah yang moment lebih privasi aja misalnya kayak hubungan asmara” (Informan 1, November 2022)

“perbedaannya lebih buat update anak aja, karena takut yang namanya ‘ain, misal kalau di story umum aku update anakku tuh aku tempelin stiker gitu dimukanya, tapi kalau di close friend mukanya gak ditutupin stiker tapi cuman stiker yang bertuliskan masya allah tabarakallah” (Informan 6, November 2022)

Hal ini pada keterkaitan dengan teori *Communication Privacy Management* pada sistem manajemen berdasarkan aturan ini dari kedua informan tersebut melakukan aturan terkait manajemen pada sebuah informasi untuk individu atau untuk dibagikan serta memiliki kriteria informasi seperti apa yang harus dibagikan di *close friend* hal tersebut sesuai dengan mengatur privasinya dengan siapa saja akan berbagi privasi (West & Turner,2010).

Berbeda dengan informan 2 dan 5 mereka merasa tidak ada perbedaan ketika mengunggah story di umum dan di *close friend*, karena mereka merasa mengunggah konten tidak terlalu terbuka baik di umum maupun di *close friend*.

“kalau aku di umum upload yang sama aja kayak di close friend, soalnya aku tipe yang emang gak mau yang harus terlalu apa-apa di story, jadi kalau di umum biasanya kayak upload musik, di close friend juga sama upload musik, di umum aku upload pemandangan, di close friend juga sama..” (Informan 2, November 2022)

“kalau aku sama aja, di umum juga biasanya aku suka curhat tentang emosi ku, di close friend juga sama aja. Ya paling respon dari temen-temen aja yang beda. Kalau di umum jarang ada yang gubris soalnya pasti mereka tidak merasa dekat dan gak mau ikut campur, tapi kalau di close friend langsung banyak yang kepo dan banyak yang gubris. Itu aja perbedaannya”

(Informan 5, November 2022)

Hal ini pada keterkaitan dengan teori *Communication Privacy Management* pada sistem manajemen berdasarkan aturan, kedua informan tersebut juga melakukan aturan mengenai keputusan yang mereka buat dalam membagikan informasi pribadi atau keterbukaan mereka, karena kedua informan tersebut sudah melakukan keputusan untuk tidak ada batasan dalam membagikan informasi pribadi mereka.

## 5. Dialektika Manajemen

Dialektika manajemen pada teori *Communication Privacy* memiliki adanya keyakinan atau ketegangan dalam mengungkapkan suatu informasi pribadi atau informasi yang disembunyikan untuk orang lain. Pada beberapa informan yaitu informan 2, dan 5 sebagai komunikator karena adanya keyakinan kepada daftar *close friend* yang dipilih meskipun adanya ketegangan dalam mengungkapkan informasi pribadi atau informasi yang disembunyikan untuk orang lain.

“ya ketegangan ada, karena walaupun di *close friend* tuh aku tetep kadang gak berani buat curhat masalah pribadi, karena ya takut jadi bahan omongan temen-temen *close friend* sih, karena juga di *close friend* itu bukan teman dekat yang aku masukin tapi ada beberapa orang luar yang aku masukin karena mereka juga masukin aku di list *close friend*..” (Informan 2, November 2022)

“mau upload tentang yang terlalu terbuka di *close friend* agak mikir-mikir sih, karena list *close friend* aku lumayan banyak hahah ada diatas 25 orang dan itu juga orang-orang yang memang masukin aku di list *close friend* juga, jadi kayak timbal balik. Aku masukin kamu di *close friend*, kamu masukin aku di *close friend*, gitu prinsip aku..” (Informan 5, November 2022)

Hal ini pada keterkaitan teori *Communication Privacy Management* pada dialektika manajemen kedua informan tersebut memiliki ketegangan pada saat ingin membagikan informasi pribadi atau keterbukaan mereka karena terdapat banyaknya orang-orang yang berada pada daftar *close friend* mereka sehingga pada dialektika manajemen mereka berfokus untuk menyembunyikannya (West & Turner, 2010).

Lain hal informan lainnya, seperti pada informan 1, dan 4 mengatakan bahwa keinginan untuk menyembunyikan sesuatu dari *close friend* tidak ada karena yang namanya fitur *close friend* adalah tempat keterbukaan diri yang sebenarnya, walaupun juga tetap menjaga privasi yang sangat bersifat pribadi.

“*sebenarnya kalau untuk menyembunyikan sesuatu dari close friend untuk apa yaa. Kan kegunaan close friend tuh itu untuk kita bisa lebih sharing informasi yang dalam dan seperti apa kita membuka diri kita, tapi tetap dalam hal yang wajar dan tidak menyinggung siapapun apalagi ada unsur SARA*” (Informan 4, November 2022)

“*informasi pribadi ku yang wajar wajarnya aja di close friend, kalau mengenai informasi alamat rumah atau tempat-tempat yang kuanggap hanya aku yang tau itu aku jaga banget, tapi kalau untuk keterbukaan diri lainnya gak masalah mau keterbukaan yang seperti apa asal tidak seperti informasi yang kusebutkan diawal*” (Informan 1, November 2022)

Dalam hal ini pada keterkaitan teori *Communication Privacy Management* pada dialektika manajemen, kedua informan tersebut tidak adanya ketegangan melainkan keinginan untuk terus membagikan atau mengungkapkan informasi pribadi mereka hal ini terdapat pada dialektika manajemen bahwa dialektika manajemen juga terdapat adanya keinginan seseorang untuk mengungkapkan informasi pribadi dan tidak untuk disembunyikan (West&Turner, 2010).

### **Kesimpulan dan Saran**

Dapat disimpulkan bahwa semua orang pasti memiliki privasi. Namun bentuk dari pengungkapan privasi dan gambaran dari pengungkapan diri atau keterbukaan diri ini berbeda-beda. terdapat pada informasi privat bahwa beberapa informan dalam membagikan informasi pribadi di fitur *close friend* merasa aman dan nyaman karena tidak ada gangguan dari orang-orang asing yang tidak dikenal. Pada batasan privat terdapat beberapa informan membatasi diri untuk tidak terlalu membuka informasi mengenai pribadi di *close friend* agar informasi mengenai diri sendiri masih terjaga. Pada kontrol dan kepemilikan sebagian besar informan memiliki kepercayaan terhadap orang-orang yang berada dalam daftar *close friend* mereka, ada yang berasal dari teman masa kecil, teman masa sekolah, anggota grup sehingga untuk memulai keterbukaan diri bisa leluasa dan bebas. Pada sistem manajemen berdasarkan aturan terdapat beberapa informan memiliki

aturan saat membagikan sebuah keterbukaan diri, karena menurut para informan tersebut, ada sebagian bentuk keterbukaan diri yang tidak harus menjadi konsumsi teman *close friend*-nya. Pada dialektika manajemen sebagian informan masih ada ketegangan dalam keterbukaan diri di *close friend* karena sebagian informan ini masih merasa akan adanya teman-teman yang kurang dekat didalam *close friend*-nya.

Saran dalam penelitian ini perlunya menjaga privasi di media sosial khususnya Instagram. Zaman era digital, semua ada jejak rekam atau *track record* nya sehingga perlu adanya pengawasan dari diri sendiri dalam keterbukaan diri terhadap teman-teman yang ada di *close friend*. Pengguna akun Instagram dapat memfungsikan *close friend* dengan baik sehingga paham bagaimana melakukan keterbukaan diri atau membagikan informasi yang bersifat privasi.

### Daftar Pustaka

- Dianiya, V. (2021). Management privacy dalam penggunaan fitur “close friend” di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(1).  
<https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2652>
- Hollenbaugh, E. E. (2019). Privacy Management Among Social Media Natives: An Exploratory Study of Facebook and Snapchat. *Sage Journals*.<https://doi.org/10.1177/2056305119855144>
- Kamilah, F. N., & Lestari, S. B. (2020). Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 9(1), 98-108.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/29574>
- Maryam, E. W. (2018). *Psikologi sosial*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. California: Sage Publications.
- Sandra, P. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. Albany: State University of New York Press
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing Communication Theory Analysis and Application* (4 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing Communication Theory Analysis and Application* (4 ed.). New York: McGraw-Hill.