

Cite this: *J.SST*, Vol.3(1): special issue
131-137, 2024

Received Date:
7 Desember 2023
Accepted Date:
23 Desember 2023

Keywords:
Communication Privacy Management, Celebgram, Instagram

Kata kunci:
Manajemen Komunikasi Privasi, Selebgram, Instagram

Analisis Manajemen Privasi Komunkasi Pengguna Instagram (Studi Kasus : 3 Selebgram di Kota Makassar)

Analysis of Instagram User Communication Privacy Management (Case Study: 3 Celebrities in Makassar City)

Sri Wahyuni*; Citra Rosalyn²; Abdul Jalil³

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

*Email: wahyuni.5one@gmail.com; chitra_ungu@yahoo.com; bangjalil073@gmail.com; (Email institusi, pascasarjana@unifa.ac.id)

Abstract. *This thesis is the result about how celebgrams protecting their privacy on Instagram social media. With the development of existing technology, one's private or personal information feels that it must be an important concern where one can entrust his personal information to be accessed by others or not. Therefore, the author feels the need to examine or examine more deeply how the management of communication privacy in each person, in this case the celebgram, can influence the decisions that will be taken by each individual. The method used is a qualitative research whose data is taken through observation and interviews with 3 celebgram informants in the city of Makassar. The results of this thesis indicated that social media makes it easier for someone to interact and communicate. This thesis showed that in general the three sources as Instagram application users know and conduct the privacy management process when disclosing their identities on their Instagram accounts. This is in the form of delivering private information that is shared by the majority of informants including name, age, family, domicile, status, as well as hobbies and personal character in their Instagram account.*

Keywords: *Communication Privacy Management, Celebgrams, Instagram*

Abstrak. Tesis ini adalah hasil penelitian tentang bagaimana selebgram menjaga privasinya dalam media sosial instagram. Dengan perkembangan teknologi yang ada, maka informasi-informasi privat atau pribadi seseorang terasa harus menjadi perhatian penting dimana seseorang dapat mempercayakan informasi pribadinya bisa diakses orang lain atau tidak. Maka dari itu, penulis merasa perlu untuk mengkaji atau meneliti lebih mendalam bagaimana manajemen privasi komunikasi dalam diri setiap orang dalam hal ini selebgram dapat mempengaruhi keputusan-keputusan yang akan diambil oleh pribadi masing-masing. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang datanya diambil melalui observasi dan wawancara pada 3 informan selebgram yang ada di kota amkassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memudahkan seseorang dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum ketiga narasumber sebagai pengguna aplikasi Instagram mengetahui dan melakukan proses manajemen privasi ketika melakukan pengungkapan identitas diri di akun Instagramnya. Hal ini berupa penyampaian informasi privat yang dibagikan oleh mayoritas informan yang meliputi nama, usia, keluarga, domisili, status, serta hobi dan karakter diri dalam akun instagramnya

Kata kunci: Manajemen Komunikasi Privasi, Selebgram, Instagram

PENDAHULUAN

Privasi adalah hal yang kerap kali diperbincangkan dalam menggunakan media sosial. Hal ini disebabkan oleh bagaimana perilaku kita dalam menggunakan media sosial, membagikan hal yang dianggap pribadi di media sosial adalah perilaku yang lumrah kita temukan dalam bermedia sosial. Dalam kemajuan teknologi dan internet, hal yang diunggah dalam media sosial begitu cepat tersebar dan tersimpan dalam waktu yang lama. Sehingga kita sebagai pengguna media sosial harus selalu berhati-hati dalam membagikan sesuatu ke dalam media sosial.

Privasi merupakan hal yang sangat penting bagi individu karena pada dasarnya seseorang pasti memiliki sisi diri yang tidak ingin diketahui orang lain dan akan ada keinginan dari individu tersebut untuk melindungi rahasia dirinya. Karena keinginan untuk melindungi privasi itu universal berlaku bagi setiap orang. Privasi merupakan hal yang sangat krusial apalagi di era Teknologi Informasi saat ini. Data pribadi adalah data yang berupa identitas dan penanda personal seseorang yang bersifat pribadi. (Islamy et al., 2018).

Penelitian ini untuk menginvestigasi strategi manajemen privasi yang diidentifikasi oleh teori manajemen privasi komunikasi untuk mengatur sebuah privasi dan pembukaan dalam sebuah akun Instagram, termasuk menjaga dan membuka informasi oleh pengguna Instagram. Dengan perkembangan teknologi yang ada, maka informasi-informasi privat atau pribadi seseorang terasa harus menjadi perhatian penting dimana seseorang dapat mempercayakan informasi pribadinya bisa diakses orang lain atau tidak. Maka dari itu, penulis merasa perlu untuk mengkaji atau meneliti lebih mendalam bagaimana manajemen privasi komunikasi dalam diri setiap orang dalam hal ini selebgram dapat mempengaruhi keputusan-keputusan yang akan diambil oleh pribadi masing-masing.

METODOLOGI

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna instagram khususnya selebgram di kota Makassar. Penelitian kualitatif didasarkan pada fenomena, gejala, fakta, atau informasi sosial. Menurut Bogdan dan Taylor (1992:11-13) yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.

Jenis sumber data yang di temukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer, sekunder dan tersier.

Data primer

Data yang langsung di peroleh dari lapangan dalam bentuk hasil wawancara ataupun kuisioner responden. Data akan diperoleh dari hasil wawancara dengan informan yang telah dipilih oleh peneliti berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, adapun kriteria informan adalah sebagai berikut :

- 1) Pengguna Instagram aktif, standar aktif bagi peneliti adalah:
 - a. Pengguna Instagram dalam hal ini selebgram yang memiliki jumlah followers minimal 50 (lima Puluh) ribu followers. Peneliti berasumsi bahwa hal ini mempengaruhi pada luas/tidaknya komunikasi dalam Instagram sebagai seorang selebgram..
 - b. Aktif mengupload foto atau Insta Story. Dalam hal ini juga menyangkut tentang endorsement.
 - c. Aktif berkomunikasi dalam Instagram bisa melalui komentar pada post orang lain ataupun melalui Chat DM (Direct Message)
 - d. Informan masih dalam status pelajar/ Mahasiswa.
 - e. Informan mengelola sendiri akun media sosial instagramnya.
 - f. Informan tidak memiliki akun pribadi yang lain selain yang digunakan sebagai seorang selebgram.
- 2) Berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat

informal, jujur, taat pada janji, patuh pada peraturan, suka berbicara, mau terbuka dengan penelitian tentang masalah pada objek penelitian.

Data sekunder

Data yang telah tersedia baik dari instansi pemerintah berupa data dan angka-angka maupun dari sumber lain berupa buku-buku terkait judul penelitian. Data yang diperoleh peneliti berupa buku-buku tentang manajemen komunikasi privasi maupun jurnal hasil penelitian sebelumnya yang membahas tentang manajemen komunikasi privasi.

Data tersier

Data yang di peroleh diluar dari kedua data di atas, yakni bersumber dari kamus dan internet. Data yang diperoleh peneliti yang bersumber dari kamus dan internet untuk mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti

Pengumpulan Data

Adapun pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

a) Dokumentasi online

Dokumentasi berdasarkan buku Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Bungin, 2013:153) adalah metode pengumpulan data dengan mengandalkan data-data yang bersifat historis. Ada dua jenis dokumen yang dapat digunakan dalam suatu penelitian, yaitu dokumen pribadi dan dan dokumen resmi. Penelitian ini menggunakan dokumen pribadi. Dokumen pribadi dalam penelitian ini diambil dalam konten yang dibagikan oleh subjek di akun instagram pribadinya. Mengingat metode penelitian dalam penelitian ini adalah studi mengenai media sosial instagram, maka teknik dokumentasi yang digunakan adalah dokumentasi online.

b) Wawancara

Mengingat penelitian ini berfokus kepada bidang virtual, maka wawancara ada yang dilakukan secara online. Wawancara ini bertujuan untuk memvalidasi data yang didapatkan berdasarkan dokumentasi, terhadap konten yang dibagikan oleh subjek. Selain itu, melalui wawancara informasi mengenai latarbelakang subjek sebagai pemilik akun, lebih memperkaya data dalam penelitian ini. Informasi mengenai motif dari aktifitas yang ada di akun juga lebih banyak didapatkan dari proses wawancara. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua teknik, yaitu bertatap muka secara langsung dan secara online. Proses konfirmasi data akan lebih baik jika dilakukan dengan bertemu langsung, untuk lebih memberdalam motif yang melandasi temuan peneliti. Namun ada situasi yang membuat informan tidak nyaman untuk bertemu, sehingga salah satu proses wawancara informan dalam penelitian ini dilakukan secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian Selebgram

Secara garis besar, selebgram adalah seseorang yang aktif di sosial media Instagram dalam mengunggah foto maupun video yang kemudian mendapatkan banyak pengikut dan tanda suka pada postingannya. Seringkali selebgram mendapatkan laba dari mempromosikan sebuah produk online shop. Secara acak dan dengan beberapa pertimbangan, peneliti memilih tiga orang selebgram dibawah ini sebagai objek penelitian yaitu :

1. Ulwiyah Bakri (58, 5 ribu followers)
2. Nurul Anisa Hafsir (95,2 ribu followers)
3. Lutfianah (45,1 ribu followers)

Manajemen Komunikasi Privasi Selebgram di Media Sosial Instagram

Instagram belakangan ini adalah produk teknologi yang kini sedang digemari banyak kalangan. Dengan layanan ini kita dapat berkomunikasi dengan teman lama, memperluas jaringan pertemanan, bahkan untuk melakukan kegiatan bisnis. Tak terkecuali bagi yang para selebgram, yang merupakan merupakan akronim dari selebritis dan instagram yaitu mereka yang menjadi terkenal di media sosial instagram.

Pada seorang selebgram, tentu instagram sangat berperan penting bagi mereka, dimana pada instagram mereka mendapatkan penghasilan dan kepopuleran dengan menggunakan media sosial instagram. Namun, yang menjadi pertanyaan, bagaimana seorang selebgram dapat memajemen privasinya dalam bermedia sosial, dalam penelitian kali ini, peneliti mencoba untuk mengetahui bagaimana manajemen privasi yang para selebgram gunakan dalam bermedia sosial.

Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa selebgram adalah seseorang yang sangat sering berkomunikasi langsung dengan pengikutnya, baik melalui Direct Massage, maupun melalui komentar pada postingannya. Dalam hal tersebut, kadang para pengikut instagramnya, melontarkan pertanyaan, yang mungkin dirasa sangat privasi bagi selebgram tersebut. Untuk mencegah hal tersebut, peneliti merasa seorang selebgram harus memiliki manajemen privasi komunikasi sendiri agar para selebgram tersebut merasa privasinya masih terlindungi. Maka dari itu manajemen privasi komunikasi dirasa sangat penting untuk dimiliki oleh para selebgram.

Pengetahuan Informan tentang Manajemen Privasi Komunikasi

Pada teori manajemen privasi komunikasi asumsi yang ketiga adalah berkaitan dengan kontrol dan kepemilikan. Asumsi ini bergantung pada ide bahwa orang merasa mereka memiliki informasi privat mengenai diri mereka sendiri. Pada asumsi ini, dapat dilihat bagaimana para informan mengontrol atau mengatur akun instagram miliknya.

Berdasarkan hasil pengambilan data melalui informan, ditemukan bahwa semua informan pada penelitian ini setuju dengan adanya batasan antara informasi yang dapat dibagikan kepada khalayak dengan informasi yang tidak dapat dibagikan kepada orang lain. Mayoritas informan menganggap hal ini perlu karena kita tidak akan pernah tau bagaimana sifat dan latar belakang orang sebenarnya dalam menggunakan aplikasi Instagram ini. Maka setiap pengguna perlu memiliki kewaspadaan yang lebih dalam menjaga informasi privat yang dimiliki agar nantinya tidak disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab. Untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, kemampuan untuk mengontrol opsi privasi sangat penting bagi penyedia jejaring sosial, yang mana opsi privasi tersebut harus sederhana, jelas, dan mudah digunakan. Opsi privasi ini memungkinkan pengguna untuk mengontrol penyebaran informasi pribadinya kepada orang lain. (Aldhaffer et al., 2013).

Pengaturan Privasi Selebgram dalam media sosial instagram (aplikasi)

Masalah privasi online merupakan masalah yang kompleks yang berkisar di antara rasa dilema pengguna yang mana mereka ingin berbagi namun di sisi lain mereka juga harus melindungi privasinya. Media sosial menciptakan ambiguitas kompleks antara ruang privat dan publik dan semakin banyak platform yang didasarkan pada pengguna yang mencantumkan rincian identifikasi pribadi (nama, alamat email, tanggal lahir, dll) (Serafinelli et al., 2019). Untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, kemampuan untuk mengontrol opsi privasi sangat penting bagi penyedia jejaring sosial, yang mana opsi privasi tersebut harus sederhana, jelas, dan mudah digunakan.

Opsi privasi ini memungkinkan pengguna untuk mengontrol penyebaran informasi pribadinya kepada orang lain. (Aldhaffer et al., 2013). Hal ini juga dilakukan oleh penyedia jejaring sosial Instagram. Instagram menyediakan berbagai fitur yang menunjang penggunaannya untuk lebih leluasa dalam berbagi kepada sesama pengguna. Namun Instagram juga menyediakan fitur agar penggunaannya merasa nyaman ketika berbagi informasi mengenai dirinya dengan tetap dapat melakukan kontrol terhadap informasi yang ia sebar.

Bagaimana Informan Mengatur Privasinya dalam Menggunakan Instagram

Asumsi keempat dari teori manajemen privasi komunikasi mengacu pada teori CPM yang digunakan, sistem yang dimaksud disini mengacu pada keputusan aturan yang berbasis sistem manajemen yang memungkinkan untuk dikelola oleh individu itu sendiri.

Dalam menggunakan aplikasi instagram, tentu memiliki sisi positif dan negatifnya. Dengan banyaknya contoh kasus pelanggaran privasi yang telah terjadi di Indonesia serta dampak negatif yang ditimbulkan, ini membuktikan terdapat kelemahan system keamanan dalam urusan perlindungan privasi. Apabila demikian, maka para pengguna media sosial khususnya pada selebgram harus sangat berhati-hati dalam membagikan informasi yang bersifat pribadi. (Ikhtiar, 2020).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan sebelumnya maka selanjutnya peneliti akan melakukan analisis data atau pembahasan. Pada tahap ini kemudian peneliti akan menguraikan pembahasan dari hasil penelitian mengenai ketiga rumusan masalah yaitu

pertama, bagaimana manajemen komunikasi privasi selebgram pada media sosial Instagram. Kedua, bagaimana pengetahuan selebgram tentang manajemen privasi di Instagram. Ketiga, bagaimana selebgram mengatur privasinya dalam menggunakan instagram.

Manajemen Privasi Komunikasi Selebgram

Sejatinya instagram adalah media sosial tempat berbagi foto dan video namun setiap pengguna instagram memiliki cara yang berbeda dalam penggunaan dan pemanfaatannya. Dimana penggunaan itulah yang pada akhirnya membentuk konsep diri antara pengguna satu dengan yang lain. Dalam menggunakan media sosial dalam hal ini khususnya media sosial instagram, kita dituntut untuk bijak dalam bermedia sosial.

Salah satu bentuk bijak dalam bermedia sosial adalah dengan memperhatikan manajemen privasi kita dalam menggunakan media sosial tersebut. Diperlukan batasan-batasan yang penting untuk diketahui agar privasi kita dalam bermedia sosial senantiasa terlindungi. Terutama bagi seorang selebgram manajemen privasi komunikasi sangat penting agar tetap melindungi privasinya dalam melaksanakan pekerjaannya sebagai public figure dalam dunia instagram.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa betapa pentingnya kesadaran setiap individu tentang batasan privasi dalam menggunakan sosial media. Bagaimana kita sebagai pengguna sosial media mampu dan dapat mengontrol batasan-batasan privasi yang ada pada diri kita, agak masih terdapat sekat antara dunia nyata dan dunia maya.

Pada hasil penelitian ini dapat dianalisis bahwa ternyata setiap informan melakukan kontrol terhadap akun Instagramnya secara berkala. Dapat dilihat bahwa mayoritas dari informan mengontrol akun Instagramnya dengan memanfaatkan pengaturan-pengaturan mengenai privasi pada aplikasi instagram, salah satu contohnya adalah dengan menggunakan fitur closefriend dan berdasarkan informan Uluwiyah Bakri memilih untuk selektif menerima endorsement.

Selain itu dalam penelitian ini, juga ditemukan cara informan dalam melakukan kontrol atas informasi privat yang dimilikinya. Salah satunya dengan cara memblokir pengguna Instagram lain yang dirasa sangat mengganggu dan berpotensi untuk menyalahgunakan segala informasi yang telah diungkapkan oleh informan. Peneliti menilai langkah yang diambil informan merupakan suatu langkah yang tepat. Pasalnya hal ini selaras dengan teori yang sudah dijelaskan diatas bahwa seseorang akan berusaha semaksimal mungkin untuk mengontrol informasi privat yang telah dibagikannya dengan harapan segala informasi yang telah diungkapkan di aplikasi Instagram ini tidak bocor dan disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Pengetahuan Selebgram Tentang Manajemen Privasi

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa sejatinya para informan sadar akan pentingnya manajemen privasi tersebut, namun berdasarkan karena tuntutan pekerjaan para selebgram itu harus selalu terbuka dan baik bagi para pengikutnya, maka melindungi privasinya sendiri adalah sebuah hal yang harus dilakukannya.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, para informan telah memiliki pengetahuan tentang manajemen privasi komunikasi namun, tidak sedalam yang peneliti harapkan. Dalam manajemen privasi dalam bermedia sosial perlu melakukan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan sebelum mengunggah sesuatu pada media sosial instagram, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya tentang dimensi pengukuran sebuah privasi bagaimana banyaknya atau batasan pengungkapan yang dilakukan dalam bermedia sosial, dalam hal ini khususnya media sosial instagram.

Pada hasil penelitian ini, para informan pada umumnya melakukan unggahan pada akun instagramnya secara acak.

Pengaturan Privasi Selebgram dalam media sosial instagram (aplikasi)

Masalah privasi online merupakan masalah yang kompleks yang berkisar di antara rasa dilema pengguna yang mana mereka ingin berbagi namun di sisi lain mereka juga harus melindungi privasinya. Media sosial menciptakan ambiguitas kompleks antara ruang privat dan publik dan semakin banyak platform yang didasarkan pada pengguna yang mencantumkan rincian identifikasi pribadi (nama, alamat email, tanggal lahir, dll) (Serafinelli et al., 2019). Untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, kemampuan untuk mengontrol opsi privasi sangat penting bagi penyedia jejaring sosial, yang mana opsi privasi tersebut harus sederhana, jelas, dan mudah digunakan.

Opsi privasi ini memungkinkan pengguna untuk mengontrol penyebaran informasi pribadinya kepada orang lain.(Aldhafferi et al., 2013). Hal ini juga dilakukan oleh penyedia

jejaring sosial Instagram. Instagram menyediakan berbagai fitur yang menunjang penggunaannya untuk lebih leluasa dalam berbagi kepada sesama pengguna. Namun Instagram juga menyediakan fitur agar penggunaannya merasa nyaman ketika berbagi informasi mengenai dirinya dengan tetap dapat melakukan kontrol terhadap informasi yang ia sebar.

Fitur yang disediakan diantaranya adalah adanya beberapa fitur pada Instagram salah satunya yaitu fitur Instastory ini juga memiliki fitur khusus yang diperuntukkan agar pengguna dapat mengelola privasinya sesuai yang mereka kehendaki.

Mengacu pada teori CPM yang digunakan, sistem yang dimaksud disini mengacu pada keputusan aturan yang berbasis sistem manajemen yang memungkinkan untuk dikelola oleh individu itu sendiri.

Pada karakteristik aturan privasi (Characteristics of Privacy Rules) Peneliti menemukan sebuah temuan bahwa beragamnya macam pengungkapan diri ketiga informan di aplikasi Instagram, dipengaruhi oleh beberapa hal. Salah satunya seperti tujuan dari masing-masing informan dalam menggunakan Instagram yang berbeda-beda. Kondisi ini diperkuat oleh teori yang telah dijabarkan sebelumnya bahwa menurut Sandra Petronio dalam teori CPM, terdapat lima kriteria untuk menjelaskan bagaimana sebuah aturan privasi dapat dibangun oleh seseorang. Dalam penelitian ini salah satu kriteria yang sangat menonjol dan terlihat dalam membangun aturan privasi adalah kriteria mengenai motivasi atau tujuan dari menggunakan aplikasi Instagram itu sendiri.

Pada batasan turbulensi (Boundary Turbulence) Hal yang kemungkinan terjadi dalam pengungkapan diri ialah adanya turbulensi batasan dimana terjadi bocornya suatu rahasia seseorang ke pihak lain sehingga dapat memungkinkan terjadinya sebuah konflik. Hal demikian juga dijumpai pada Uwibawa sebagai informan petama. Ia bercerita bahwa dirinya pernah menemukan akun orang lain di Instagram dengan menggunakan salah satu foto yang telah ia bagikan di Instagram. Ternyata terdapat akun bodong dari orang yang tidak bertanggungjawab dengan menggunakan fotonya sebagai salah satu foto profilnya. Turbulensi privasi lain yang dialami oleh salah satu informan yaitu, ditemukan fakta menarik bahwa informan Lutfianah pernah menjadi korban dari sebuah modus penipuan yg sering dikenal dengan istilah "Catfishing". Menurut Maden & Edward (dalam Astiarni 2015), Catfishing sendiri merupakan aktivitas penipuan dengan membuat profil akun yang sama sekali palsu dengan tujuan tertentu untuk menipu orang lain.

Demikian juga yang dialami oleh informan, ada seseorang yang mengiriminya pesan DM di instagram untuk melakukan kerjasama untuk jasa endors, namun setelah diperhatikan akun tersebut merupakan akun palsu, sehingga informan memblokir akun tersebut.

Berdasarkan temuan ini, peneliti juga menganalisis bahwa ternyata masih banyak pengguna Instagram palsu yang berniat tidak baik semata hanya untuk keuntungannya saja. Seperti misalnya kasus Catfishing yang dialami oleh informan Lutfianah.

Pada poin lebih berfokus mengenai ketegangan seorang pengguna Instagram untuk mempertimbangkan penyampaian suatu informasi di profil instagramnya. Secara garis besar mereka melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum menyampaikan sesuatu apapun itu di Instagram, namun pertimbangan ini tidak dilakukan hingga mencapai ketegangan yang berarti hingga berjam-jam bahkan berganti hari.

Pertimbangan yang dipikirkan oleh informan kebanyakan lebih kepada bagaimana respon yang akan diterima oleh orang lain ketika mereka menyampaikan sesuatu. Seperti halnya informan Uwi yang sebelum mengungkapkan sesuatu di akun Instagramnya ia selalu memikirkan terlebih dahulu bagaimanakah respon orang terhadapnya, baik itu positif maupun negatif.

Berdasarkan pada etika dalam bermedia sosial, yang menyangkut tentang tata cara, kebiasaan dan budaya yang berkembang karena teknologi yang memungkinkan pertemuan sosial budaya secara lebih luas dan global. Dalam bermedia sosial perlu mempertimbangkan perilaku yang dipenuhi kesadaran, tanggung jawab, integritas (kejujuran), dan nilai kebajikan. (Monggilo, n.d.)

Sebagai seorang selebgram yang memiliki pengikut dalam jumlah banyak, perlu memperhatikan etika – etika dalam bermedia sosial, khususnya pada aplikasi instagram. Sebagai seorang selebgram, memiliki tanggung jawab terhadap para pengikutnya. Tanggung jawab berkaitan dengan dampak atau akibat yang ditimbulkan dari suatu tindakan. Maka bertanggung jawab artinya adalah kemauan menanggung konsekuensi dari perilakunya.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum ketiga narasumber sebagai pengguna aplikasi Instagram mengetahui dan melakukan proses manajemen privasi ketika melakukan pengungkapan identitas diri di akun Instagramnya. Hal ini berupa penyampaian informasi privat yang dibagikan oleh mayoritas informan yang meliputi nama, usia, keluarga, domisili, status, serta hobi dan karakter diri dalam akun instagramnya.

Secara keseluruhan, ketiga informan menyebutkan informasi asli sesuai dengan keadaan mereka. Mereka menganggap hal ini bukanlah suatu informasi privat yang perlu dirahasiakan. Namun terdapat perbedaan dari informan dalam mengungkapkan privasinya dalam aplikasi instagram. Perbedaan pandangan tersebut didasari beberapa tingkat atau banyaknya pengungkapan yang dilakukan oleh setiap informan.

Dalam mengungkapkan identitas diri di aplikasi Instagram ketiga informan tetap memperhatikan adanya batasan privat. Informan menggunakan beberapa pengaturan privasi dalam aplikasi instagram untuk melindungi privasinya. Informasi yang bersifat privat ini antara lain mengenai keluarga, ukuran fisik yang mengarah ke hal negatif, serta kehidupan pribadi secara medetail. Menurut informan hal ini merupakan sebuah informasi yang privat yang tidak sembarang orang dapat langsung mengetahuinya, agar tidak terjadi penyalahgunaan informasi oleh orang yang tidak bertanggungjawab.

REFERENSI (After 3 pt)

- 1 Ade Putri Nugrahani, 2012. Privacy Boundary Management melalui Media Online (Studi Naratif Terhadap Penulis Status di Facebook). Universitas Indonesia
- 2 Alderman, E & Kennedy, C 1995 . The Right of Privacy. New York: Knopf
- 3 Aldhaffer, N., Watson, C., & Sajeev, A. S. M. (2013). PERSONAL INFORMATION PRIVACY SETTINGS OF ONLINE SOCIAL NETWORKS AND THEIR. 2(2), 1–17.
- 4 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Laporan Survei Internet APJII2019-2020. 2020
- 5 Buletin APJII Edisi 23 April 2018. Potret Zaman Now, Pengguna dan Perilaku Internet Indonesia
- 6 Cangara Hafied. Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi. PT. Rifa Grafindo: 2009
- 7 Carolan, Eoin. (2008). The Concept of a Right to Privacy. UK, England: Thompson Round Hall
- 8 Irine Angelina Sugiarto. Manajemen Komunikasi Privasi Kaum Lesbian di Kota Samarinda. eJournal Komunikasi, 5 (3) 2017 : 580-592
- 9 Kristiana. 2014. Hubungan Manajemen Privasi Dengan Pengguna Path di Kalangan Remaja. Universitas Padjajaran
- 10 MUHAMMAD RIZAL ARDIANSAH PUTRA, 2017. Kemanfaatan Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita Di Makassar. Universitas Hasanuddin
- 11 Monggilo, Z. M. Z. (n.d.). Etis Bermedia Digital. 143.