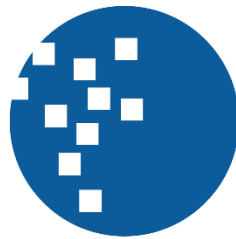


**MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI DI INSTAGRAM  
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z YANG MELAKUKAN  
KONVERSI AGAMA)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

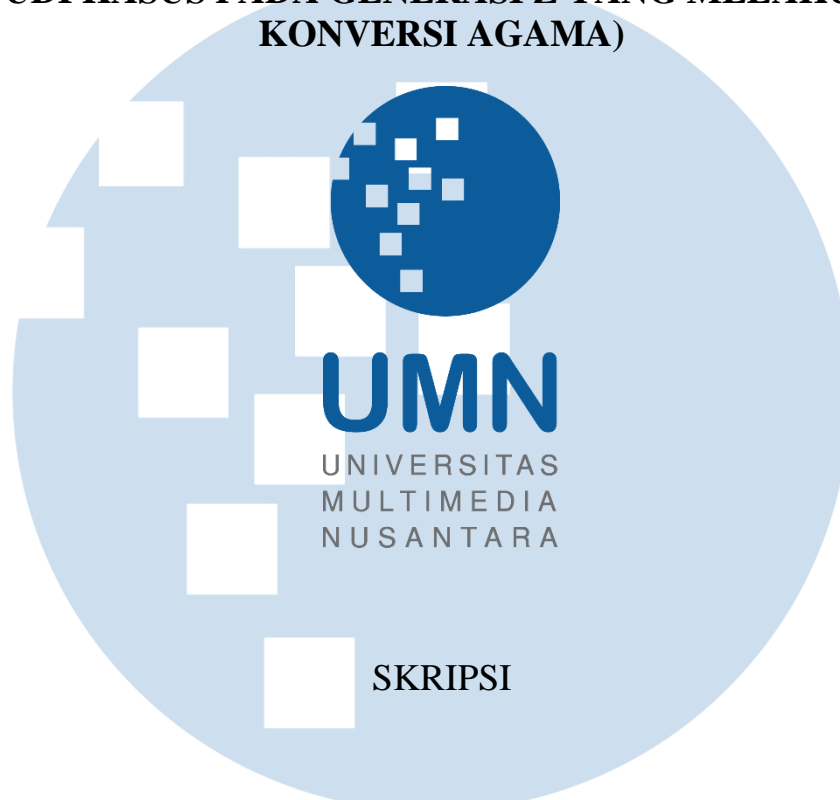
**MICHELLE FERENTYA**

**00000027853**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2022**

**MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI DI INSTAGRAM  
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z YANG MELAKUKAN  
KONVERSI AGAMA)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**MICHELLE FERENTYA**

**00000027853**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michelle Ferentya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000027853

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

### **MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI DI INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA GENERASI Z YANG MELAKUKAN KONVERSI AGAMA)**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Michelle Ferentya)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI DI INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA GENERASI Z YANG MELAKUKAN KONVERSI AGAMA)**

Oleh

Nama : Michelle Ferentya  
NIM : 00000027853  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 27 Juni 2022  
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Indiwanto Wahjuwibowo, M.Si  
NIDN 0308036601

Pengujian



Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si.  
NIDN 0309129202

Pembimbing



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0306027102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.  
NIDN 0308117706

iii

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michelle Ferentya

NIM : 00000027853

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI DI INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA GENERASI Z YANG MELAKUKAN KONVERSI AGAMA)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Michelle Ferentya)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas selesainya penulisan tugas akhir ini yang berjudul **“MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI DI INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA GENERASI Z YANG MELAKUKAN KONVERSI AGAMA)”** yang dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga sampai pada penyusunan laporan tugas akhir ini, akan sangatlah sulit bagi saya untuk mencapai titik ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Para narasumber yang telah bersedia dan menyempatkan waktunya untuk menjadi bagian dari penulisan tugas akhir ini.
6. Mamih, Oma, Ii Hilda, Ii Stella, O Ivan, Om Deny, Vian, Kenzo dan Kemal yang telah memberikan doa serta bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman yang memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Michelle Ferentya atau diri saya sendiri yang telah berjuang dengan keras menyelesaikan seluruh proses perkuliahan dari awal hingga sampai pada titik akhir yaitu penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Maka dari itu penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun agar penulisan laporan tugas akhir ini dapat menjadi lebih baik lagi. Selain itu penulis juga berharap laporan tugas akhir ini dapat menjadi bermanfaat bagi para pembaca. Sekian dan terima kasih.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Michelle Ferentya)



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI DI INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA GENERASI Z YANG MELAKUKAN KONVERSI AGAMA)

Michelle Ferentya

## ABSTRAK

Isu mengenai agama merupakan pembahasan yang sensitif dikalangan masyarakat Indonesia. Hal tersebut juga termasuk konversi agama yang dilakukan oleh seorang individu. Banyaknya pro dan kontra dalam menanggapi konversi agama yang dilakukan oleh seseorang membuat individu ragu dan membuat batasan pengelolaan informasi pribadi ketika akan membagikan informasi seputar konversi agama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen privasi komunikasi diri di Instagram yang dilakukan oleh generasi z yang melakukan konversi agama dengan menggunakan konsep *Communication Privacy Management* milik Petronio. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dari Robert K. Yin. Paradigma penelitian ini adalah *post-positivistik*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi pada Instagram pribadi milik narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi z menempatkan informasi mengenai konversi agama pada batasan kolektif yang dapat dibagikan kepada publik, sehingga terdapat keterbukaan dalam memberikan informasi mengenai konversi agama yang dilakukannya pada media sosial Instagram.

**Kata kunci:** Pengungkapan Diri, *Communication Privacy Management*, Konversi Agama

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



# COMMUNICATION PRIVACY MANAGEMENT ON INSTAGRAM (CASE STUDY OF GENERATION Z WHO CONVERTED RELIGION)

Michelle Ferentya

## **ABSTRACT**

*The issue of religion is a sensitive discussion among Indonesian people. It also includes religious conversions carried out by an individual. The number of pros and cons in responding to religious conversion by someone makes individuals doubt and limits the management of personal information when sharing information about religious conversion. This study aims to determine the privacy management of self-communication on Instagram carried out by Generation Z who converts religion using Petronio's Communication Privacy Management concept. This research uses a qualitative approach with a case study method from Robert K. Yin. The paradigm of this research is post-positivistic. The data collection technique used was by conducting in-depth interviews and observations on the personal Instagram of the informants. The results of this study indicate that generation z places information about religious conversion on a collective boundary that can be shared with the public, so that there is openness in providing information about religious conversions it does on social media Instagram.*

**Keywords:** *Self Disclosure, Communication Privacy Management, Religious Conversion*

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
.....	3
Gambar 1.2 Umur Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2021 .....	4
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.5 Kegunaan Penelitian</b> .....	8
1.5.1 Kegunaan Akademis: .....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis:.....	8
<b>BAB II</b> .....	9
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	9
Gambar 2.1 Sejarah Instagram .....	20
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	24
<b>3.3 Metode Penelitian</b> .....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	30
<b>4.1 Subjek/Objek Penelitian</b> .....	30
<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	32
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	56
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	62

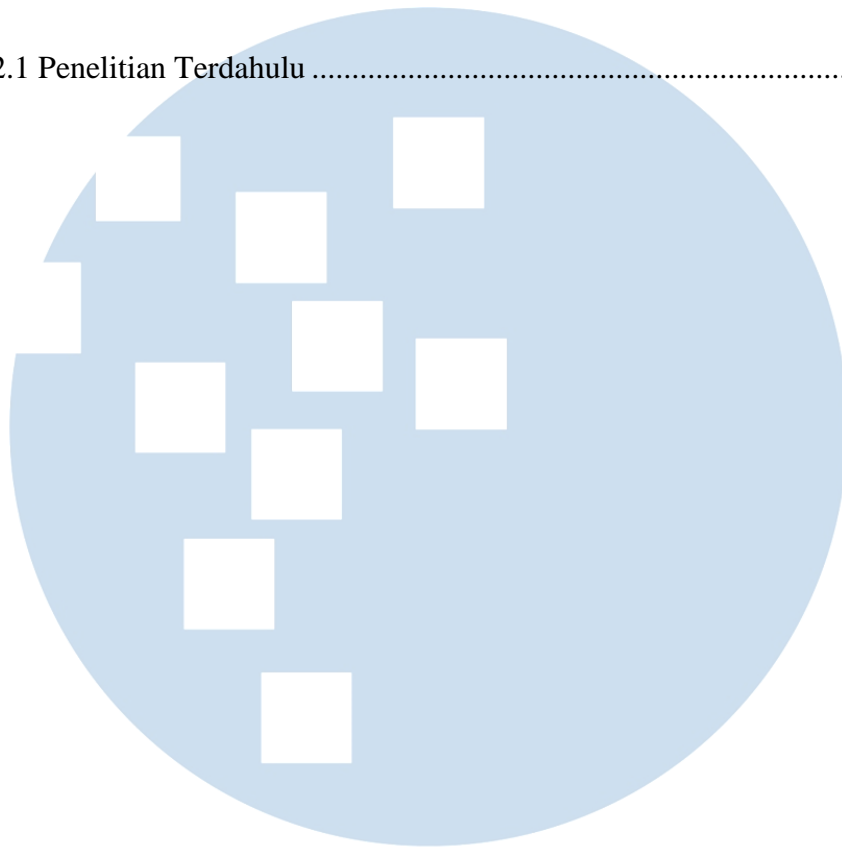
<b>5.1 Simpulan</b> .....	62
<b>5.2 Saran</b> .....	63
5.2.1 Saran Akademis.....	63
5.2.2 Saran Praktis.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	65
<b>LAMPIRAN A</b> .....	71
Lampiran A Hasil Turnitin .....	71
<b>LAMPIRAN B</b> .....	72
Lampiran B Formulir Konsultasi Skripsi / Tugas Akhir.....	72
<b>LAMPIRAN C</b> .....	74
Lampiran C <i>Transkrip Wawancara</i> .....	74
<b>LAMPIRAN D</b> .....	96
Lampiran D Pedoman Wawancara.....	96
<b>LAMPIRAN E</b> .....	98
Lampiran E Hasil Observasi Instagram Narasumber .....	98
<b>LAMPIRAN F</b> .....	100
Lampiran F Curriculum Vitae .....	100

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
--------------------------------------	----



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2021.....	3
Gambar 1.2 Umur Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2021 .....	4
Gambar 2.1 Sejarah Instagram.....	20
Gambar 2.2 Alur Penelitian.....	23



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN A</b> .....	71
Lampiran A Hasil Turnitin.....	71
<b>LAMPIRAN B</b> .....	72
Lampiran B Formulir Konsultasi Skripsi / Tugas Akhir.....	72
<b>LAMPIRAN C</b> .....	74
Lampiran C Transkrip Wawancara.....	74
<b>LAMPIRAN D</b> .....	96
Lampiran D Pedoman Wawancara.....	96
<b>LAMPIRAN E</b> .....	98
Lampiran E Hasil Observasi Instagram Narasumber.....	98
<b>LAMPIRAN F</b> .....	101
Lampiran F Curriculum Vitae.....	101

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA