



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Alur penelitian atau kerangka pemikiran terbentuk dari penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu memiliki peranan yang sangat penting untuk digunakan sebagai data pendukung bagi penelitian selanjutnya. Kajian pustaka yang menjadi acuan dasar dalam penelitian ini, berasal dari penelitian sejenis terdahulu yang memiliki topik atau metode yang serupa dengan yang ingin diteliti oleh peneliti.

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Michael c. coker (2021) dengan judul jurnal “*What to withhold and when to disclose: gender transitions and privacy management on social media*”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Communication Privacy Management*. Hasil yang didapatkan Meskipun dilakukan secara anonim dan ruang khusus *transgender*, media sosial tidak diragukan lagi manfaatnya. Baik untuk pribadi dan publik tampaknya digunakan secara luas akhirnya, banyak responden mencatat terkait dengan transisi *gender* mereka dan mungkin suatu saat bisa membantu orang lain dalam melakukan *disclosure*.

Penelitian kedua, dilakukan oleh Anna R. Herrman & Kelly E. Tenzek pada (2017) dengan judul “*Communication Privacy Management: A Thematic Analysis of Revealing and Concealing Eating Disorders in an Online Community*” Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis dan memahami ketegangan antara pengungkapan dan peyembunyian gangguan makan di komunitas daring melalui *Communication Privacy Management*. Hasil yang didapat adalah, dalam tema *Personal*

Ownership and Control, penderita *eating disorder* merasa puas dengan cara mereka melakukan *control* dari informasi milik mereka dan terlihat banyak strategi yang mereka lakukan dan dalam tema *Strategies to maintain control*, strategi yang paling berhasil adalah dengan melakukan kebohongan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Michael C. Coker (2021)	Anna R. Herrman & Kelly E. Tenzek (2017)
Judul Penelitian	“ <i>What to withhold and when to disclose: gender transitions and privacy management on social media</i> “	<i>Communication Privacy Management: A Thematic Analysis of Revealing and Concealing Eating Disorders in an Online Community</i>
Tujuan Penelitian	Memahami strategi yang umum digunakan untuk mengelola informasi yang rentan (yaitu, pengungkapan terkait transisi <i>gender</i>) di media sosial	Untuk memahami ketegangan antara Pengungkapan dan peyembunyian gangguan makan di komuniats daring
Teori dan Konsep	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Communication Privacy Management</i> 2. <i>Self Disclosure</i> 3. <i>New Media</i> 	1. <i>Communication Privacy Management</i>
Metode Penelitian	<i>Data analysis</i>	<i>Data analysis</i>
Hasil Penelitian	Meskipun dilakukan secara anonim dan ruang khusus <i>transgender</i> , media sosial tidak diragukan lagi manfaatnya. Baik untuk pribadi dan publik tampaknya digunakan secara luas akhirnya, banyak responden mencatat terkait dengan transisi <i>gender</i> mereka dan mungkin suatu saat bisa membantu orang lain dalam melakukan <i>disclosure</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Personal Ownership and Control</i>, penderita <i>eating disorder</i> merasa puas dengan cara mereka melakukan <i>control</i> dari informasi milik mereka dan terlihat banyak strategi yang mereka lakukan. 2. <i>Strategies to maintain control</i>, strategi yang paling berhasil adalah dengan melakukan kebohongan.
Perbedaan Penelitian	Isu yang diangkat adalah mengenai bagaimana seseorang melakukan <i>disclosure</i> dengan menerapkan manajemen privasi	Isu yang diangkat adalah mengenai bagaimana seseorang mengelola manajemen privasi di dalam komunitas <i>online</i> mengenai <i>eating disorder</i> .

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

2.2.1 *Gender, Sex & Transgender* dan Transeksual

Dalam membedakan perempuan dan laki-laki pada *gender*, dapat dilihat dari sosial, kultur maupun ciri psikologi yang berhubungan dengan laki-laki maupun perempuan itu sendiri atau dapat dikatakan *gender* adalah sebuah status yang didapat karena harus dipelajari dalam kehidupan sosial (Lindsey, 2016).

Pembentukan *gender* atau *social role* sudah terjadi sejak ratusan tahun lalu yang diasosiasikan dengan perilaku laki-laki dan perempuan. Perempuan diasosiasikan dengan merawat anak, bukan hanya berdasarkan pada biologi saja tetapi karena perempuan dibandingkan dengan laki-laki diasumsikan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam merawat dan menjaga anak sedangkan laki-laki dianggap lebih mampu berburu bukan hanya karena kemampuan fisiknya saja namun, adanya asumsi bahwa laki-laki memiliki keunggulan–agresifitas ataupun inisiatif yang lebih baik (Murray, 2019). Pada saat ini, perempuan memiliki ciri-ciri lemah lembut, emosional dan keibuan sedangkan laki-laki kuat, rasional dan perkasa tetapi ciri-ciri tersebut bisa saja tertukar antara laki-laki dan perempuan oleh karena itu, *gender* terbentuk karena konstruksi sosial (Rokhmansyah, 2016).

Berbeda dengan *gender*, secara umum seks digunakan untuk membedakan antara laki-laki dan perempuan dari segi anatomi biologis, jika studi *gender* berbasis pada perkembangan aspek maskulinitas dan feminitas seseorang maka, seks berfokus pada perkembangan biologis dan komposisi ilmiah yang ada dalam tubuh laki-laki dan perempuan (Rokhmansyah, 2016).

Seks dan *gender* merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan, identitas seksual pun juga mencakup penghayatan psikologis yang sering disebut *gender identity*. Hubungan tersebut terlihat pada orang-orang yang merasa secara psikologis bahwa ia memiliki *gender* dan seks yang berbeda dari apa yang ia dapatkan ketika lahir. Mereka yang secara identitas fisik dan psikologis tidak sejalan disebut sebagai *transgender* dan yang menjalani operasi ganti kelamin agar

identitas psikologis dan fisiknya sejalan, disebut sebagai transeksual (Rokhmansyah, 2016).

Menurut Murray pada saat ini, sudah terdapat banyak hal yang masuk dalam kategori trans. Trans – pada dekade ini – sudah digunakan untuk mendeskripsikan banyak individu, dari mulai orang yang pada kesempatan tertentu berpakaian berlawanan dari seksnya sampai orang yang sudah menjalani operasi (Murray, 2019). Trans dapat dibagi menjadi dua jenis:

a. *Transgender*

Transgender ditujukan bagi individual yang mengganti *gender* mereka melalui perilaku dan pengekspresian *gender* yang berbeda dari *gender* sebelumnya.

b. Transeksual

Transeksual ditujukan bagi individual yang mengubah seks mereka (berbeda dengan seks yang mereka dapatkan saat lahir) melalui operasi ataupun suntik hormon.

Selain itu Stryker juga menyatakan bahwa ada istilah lain yang digunakan dalam membedakan dua *gender* maupun seks ini, yaitu *transgender woman*, *transsexual woman* atau *transwoman*, *transgender men*, *transsexual men* atau *transmen* (Stryker, 2017, p. 38). Dalam pembagiannya styker menjelaskan pembagian tersebut sebagai berikut (Stryker, 2017, p. 38):

a. *Trans man*

Trans man ditujukan untuk orang yang merasa bahwa dirinya adalah seorang laki-laki, walaupun ia dilahirkan sebagai wanita. *Transgender man* adalah orang yang lahir sebagai perempuan namun hidup secara sosial sebagai laki-laki. Sedangkan, *Trans sexual man* adalah orang yang lahir sebagai perempuan namun melakukan operasi atau terapi hormon dan hidup secara sosial sebagai seorang laki-laki.

b. *Trans woman*

Trans woman ditujukan untuk orang yang merasa bahwa dirinya adalah seorang perempuan, walaupun ia dilahirkan sebagai laki-laki. *Transgender woman* adalah orang yang lahir sebagai laki-laki namun hidup secara sosial sebagai perempuan.

Sedangkan, *Transsexual woman* adalah orang yang lahir sebagai laki-laki namun melakukan operasi atau terapi hormon dan hidup secara sosial sebagai seorang perempuan.

Seperti yang diutarakan oleh Baumbach dan Turner, agar orang dapat memenuhi syarat sebagai transeksual mereka harus melewati tiga tahap perkembangan yang luas. Pertama-tama, mereka harus merasakan ketidakpuasan dengan jenis kelamin dan jenis kelamin yang ditentukan. Dalam contoh kedua, mereka harus menyimpulkan bahwa ketidaknyamanan mereka akan berkurang jika mereka mengubah jenis kelamin dan jenis kelamin mereka. Akhirnya, mereka harus mengidentifikasi diri mereka sebagai transeksual dan mengejar *gender* dan jenis kelamin yang mereka inginkan (Devor, 2016)

Dalam prosesnya, beberapa transpria melompat dengan penuh semangat dan menerima diri mereka adalah laki-laki dan bukanlah perempuan, kemudian bergerak secepat mungkin untuk melakukan transisi. Namun yang lebih sering terjadi, transpria melewati serangkaian tahap pengembangan identitas untuk mencapai kesimpulan bahwa mereka memang transeksual. Selama berbulan-bulan atau bertahun-tahun di mana peserta memilah-milah masalah identitas transeksual mereka, mereka menggunakan banyak jenis teknik perbandingan yang telah mereka gunakan untuk menyimpulkan bahwa mereka tidak termasuk di dunia sebagai perempuan (Devor, 2016).

Dengan demikian, transeksual pria atau transpria dapat dikatakan melewati beberapa tahap dalam prosesnya menemukan keyakinan bahwa diri mereka bukanlah perempuan dan merasa bahwa diri mereka membutuhkan tindakan medis untuk membuang rasa ketidaknyamanan mereka dari tubuh perempuan mereka. Transpria baru dapat dikatakan transeksual ketika mereka telah melakukan tindakan medis dalam upaya merubah bentuk tubuh mereka dari perempuan menjadi laki-laki.

2.2.2 Media Sosial

Secara singkat, semua jenis aplikasi *web* yang dapat membentuk pertukaran konten oleh *user* dan mengizinkan adanya interaksi antara *user* dapat diklasifikasikan sebagai media sosial. Contohnya seperti, situs jaringan sosial (Instagram dan Twitter), Blog, Forum Internet, *Bookmarking Sites*, Situs Komunitas Daring dll (Taprial & Kanwar, 2012).

Media sosial memiliki karakteristik yang dapat memengaruhi *user* dalam berinteraksi, media sosial juga membuka jalan untuk *user* saling berkolaborasi dan berdiskusi. Salah satu kelemahannya adalah sebagian besar konten yang pernah diunggah kemungkinan akan selalu ada secara permanen. Selain itu, konten dalam media sosial dapat disalin, dibagikan, dapat dengan mudah ditemukan jejaknya dan media sosial dapat digunakan dimanapun, kapanpun selama ada koneksi internet (Dewing, 2010).

Dalam penelitian ini media sosial yang dibahas adalah Twitter dan Instagram. Twitter salah satu media sosial paling populer saat ini yang diciptakan Jack Dorsey, unggahan dalam Twitter disebut *tweet*, yang memiliki batas 280 karakter. Artinya, pengguna Twitter tidak dapat menulis konten yang panjang, sehingga sangat mudah dicerna (Schaffner, 2019).

Dalam berinteraksi, Twitter menyediakan beberapa fitur seperti (Schaffner, 2019):

- a. *Retweet*, membagikan *tweet* orang lain kepada *followers* dari *user* tersebut.
- b. *Reply*, membalas *tweet* satu sama lain.
- c. *Like*, menyukai *tweet* satu sama lain.
- d. *Direct Message*, untuk saling berbagi pesan singkat melalui Twitter

Tidak seperti media sosial lain, Twitter tidak memberikan penekanan pada penyebaran konten. Sebaliknya, Twitter adalah tentang percakapan dan komunikasi antar pengguna. Twitter adalah platform yang berkembang dari interaksi penggunaannya, orang biasanya menjadi bagian dari interaksi dan terlibat dengan konten, bukan untuk menonton *video* atau menelusuri foto (Clyne, 2019).

Dengan demikian, Twitter merupakan media sosial yang berbasis interaksi antara *user*. *Retweet* dan *tweet* merupakan fitur utamanya dalam berinteraksi antara *follower* maupun *non followers*.

Instagram adalah aplikasi seluler media sosial berbentuk visual, profil pengguna terdiri dari foto dan *video*, dan *feedback* menunjukkan semua foto dan *video* yang diunggah oleh orang-orang yang diikuti pengguna (Schaffner, 2019).

Dalam berinteraksi, Instagram menyediakan beberapa fitur seperti (Instagram, 2010):

- a. *Reels*, fitur yang dapat digunakan untuk membuat *video* singkat yang memiliki durasi kurang lebih 30 detik
- b. *Stories*, fitur yang digunakan untuk berbagi pengalaman ataupun moment dalam bentuk foto ataupun *video* yang dapat dilihat oleh *followers*.
- c. *Messenger*, fitur baru agar pengguna Facebook dan Instagram dapat mengirim pesan, foto atau *video* kepada teman.
- d. *Video*, fitur yang digunakan untuk membuat *video* dengan durasi 1 menit dan saat ini terdapat opsi *full screen* atau layar penuh.
- e. *Shopping*, fitur ini digunakan untuk belanja pada aplikasi Instagram.
- f. *Search & explore*, fitur ini digunakan untuk menelusuri topik dan unggahan.

Instagram telah ada selama hampir satu dekade, tetapi menjadi sangat populer selama beberapa tahun terakhir. Otak manusia memproses gambar jauh lebih cepat daripada teks. Visual mudah dicerna dan itulah yang diinginkan orang ketika mereka masuk ke media sosial mereka (Schaffner, 2019).

2.2.3 Teori Manajemen Privasi

Pada penelitian ini, teori manajemen privasi atau lebih dikenal sebagai *communication privacy management (CPM)* sangat penting untuk melihat bagaimana seorang transpria membagikan, menjaga dan mengelola informasi dalam lingkungannya dan batasan serta peraturan apa yang ia tetapkan dengan orang yang ia berikan informasi privasi mengenai dirinya.

Sandra Petronio beranggapan bahwa mengungkapkan informasi pribadi dapat memperkuat hubungan setiap individu dengan orang-orang yang ada disekitar mereka, baik keluarga maupun teman, pengungkapan ini merupakan dasar dari teori penetrasi sosial yang dikemukakan oleh Altman dan Taylor. Berbeda dengan yang lain, Petronio tidak berbicara dalam konteks *selfdisclosure* melainkan *disclosure of private information*. Ia berpendapat bahwa setiap teori *selfdisclosure* adalah jalan untuk membuka hubungan secara personal atau lebih dekat. Namun, Petronio menyadari bahwa ada banyak motif atau alasan dalam mengungkapkan informasi pribadi, seperti mencegah kesalahpahaman, melepaskan beban, membuat impresi, mendapatkan kontrol atau hanya sekedar menikmati *selfexpression* (Griffin, 2018, p. 146).

Communication privacy management adalah teori yang membahas ketegangan antara keterbukaan dan privasi, antara "publik" dan "pribadi" dalam suatu hubungan. Sandra Petronio beranggapan bahwa setiap individu yang terlibat dalam suatu hubungan akan terus menerus mengatur dan mengelola batasan antara publik dan privasi — antara perasaan dan pikiran yang akan senang hati untuk berbagi dengan orang lain dan mana yang tidak (Littlejohn, 2016, p. 225).

Sandra Petronio dalam (Griffin, 2018, pp. 145-146) mendeskripsikan *communications privacy management* (CPM) dengan memiliki 3 bagian utama, yaitu sebagai berikut.

- a. *Privacy ownership*, yang berisi informasi-informasi yang setiap individu miliki dan orang lain tidak ketahui. *Privacy Boundaries* bisa ada pada tingkat tipis sampai dengan tebal, batasan tebal yang tidak bisa ditembus yang menutupi rahasia kita secara dalam, seperti rahasia gelap.
- b. *Privacy Control*, yaitu melibatkan bagaimana kita menentukan untuk membagikan informasi dengan orang lain, bagi Petronio keputusan untuk berbagi informasi sama dengan melepaskan beberapa kendali dan membentuk kembali batas-batas yang terdapat dalam bagian kepemilikan informasi.

c. *Privacy turbulence*, bagian ini berjalan ketika pembagian informasi tidak berjalan sesuai yang kita mau, mungkin ketika sahabat membeberkan rahasia, padahal sudah ada aturan bahwa tidak boleh membocorkan rahasia kita.

Memiliki gambaran secara mental terhadap 3 bagian dari *privacy management* ini sangat membantu dalam memahami 5 inti prinsip dari CPM milik Petronio ini. 4 prinsip utamanya ada pada ranah *Privacy ownership* dan *Privacy Control* sedangkan yang kelima berkuat pada *privacy turbulence*, ketegangan yang memuncak setelah aturan yang telah dibuat dilanggar, 5 prinsip utamanya adalah sebagai berikut.

- a. Orang-orang percaya bahwa mereka memiliki informasi pribadi tersebut dan juga hak untuk mengontrolnya.
- b. Orang-orang mengontrol informasi pribadi mereka dengan aturan pribadi milik mereka.
- c. Ketika orang lain diberitahu atau mengetahui informasi pribadi orang lain, maka mereka menjadi *co-owners* dari informasi tersebut.
- d. *Co-owners* dari informasi tersebut harus bernegosiasi mengenai aturan mengenai batasan dalam memberitahu orang lain yang dapat mereka setuju secara bersama.
- e. Ketika *co-owners* dari informasi tersebut tidak secara efektif bernegosiasi dan mematuhi aturan tersebut, maka *turbulence* akan terjadi.

Sandra Petronio memaparkan bahwa CPM mengusulkan tingkat pengungkapan dan penyembunyian diatur melalui aturan dalam proses manajemen. Jadi, orang menggunakan aturan untuk mengatur tingkat akses atau perlindungan mengenai informasi pribadi mereka. Aturan privasi digunakan dalam semua hal mengelola pengungkapan dan penyembunyian. Untuk menjelaskan bagaimana cara aturan privasi berfungsi secara keseluruhan, CPM mengidentifikasi tiga proses manajemen aturan yang meliputi: (1) *foundations of rules* mulai dari cara mereka dikembangkan hingga elemen yang membentuk atribut mereka, (2) *boundary coordination*, (3) *turbulent nature* (Petronio, 2002, p. 23).

Tiga aturan dalam proses berlangsungnya aturan manajemen privasi adalah sebagai berikut (Petronio, 2002, p. 23):

a. *Management Process: Privacy Rule Foundations*

Secara umum, pengertian *privacy rule foundations* berfokus pada dua fitur utama, *development* dan *attributes*. Fitur yang pertama adalah *privacy rule development*, aturan dirumuskan berdasarkan kriteria keputusan seperti ekspektasi budaya, perbedaan *gender*, motivasi untuk mengungkapkan dan menyembunyikan, konteks situasi, dan tingkat risiko dalam pengungkapan atau penyembunyian. Jadi, ada lima kriteria keputusan yang digunakan untuk mengembangkan aturan privasi untuk mengelola batasan adalah (1) *cultural criteria*, (2) *gender criteria*, (3) *motivational criteria*, (4) *contextual criteria*, (5) *risk benefit ratio criteria*.

Fitur yang kedua adalah *privacy rules attributes* yang mewakili dua dimensi, mencakup cara orang memperoleh *rules and rule properties*. Fitur pertama adalah *rule acquisition*, Orang-orang mempelajari aturan yang sudah ada sebelumnya atau menegosiasikan aturan baru sehingga mereka dapat membuat aturan yang dipegang secara kolektif untuk batas privasi tertentu. Jadi, sementara beberapa aturan dipelajari lagi, yang lain diajarkan, karena orang-orang menjadi bagian dari batasan yang berkelanjutan. Cara utama agar aturan yang sudah ada sebelumnya ini diperoleh adalah melalui proses sosialisasi.

Fitur yang ketiga adalah *rule properties*, atribut aturan juga memiliki properti tertentu yang mencerminkan sifat dinamis dari aturan privasi. Aturan bisa tumbuh dan berubah, tetapi juga bisa menjadi faktor stabil dalam memandu penilaian privasi. Dengan demikian, CPM mengusulkan bahwa aturan dapat menjadi rutin dan sangat dapat diandalkan ketika mereka bekerja dengan baik untuk orang atau kolektivitas dari waktu ke waktu.

b. *Management Process: Boundary Coordination Operations*

Proses manajemen kedua berpusat pada *boundary coordination*. Aspek penting dari koordinasi adalah menerima bahwa batas-batas di sekitar informasi pribadi mencakup batas pribadi dan kolektif. Selain fakta bahwa setiap individu memiliki batasan pribadi untuk dikelola, pengungkapan pribadi juga mencakup

informasi yang dikonstruksi bersama atau informasi di mana kita diberikan perwalian oleh orang lain.

Kita menjadi pemilik bersama dalam berbagai cara. Selain diberi tahu secara langsung, kita ditarik ke dalam batasan ketika kita mengetahui informasi tentang pihak ketiga, ketika ada pengungkapan timbal, dan ketika kita mengetahui informasi pribadi secara tidak sengaja. *Boundary members* membagi informasi pribadi melalui aturan yang memoderasi *boundary linkage*, *boundary ownership rights*, dan *boundary permeability*.

Aturan pertama adalah *boundary linkage* adalah mewakili hubungan yang membentuk *boundary alliances*. Keterkaitan terjadi dalam banyak cara dan bagaimana hubungan dibuat berpotensi mempengaruhi tingkat komitmen seseorang untuk menegosiasikan aturan untuk manajemen privasi.

Aturan yang kedua adalah *boundary ownership right* yaitu batas kepemilikan mengacu pada hak dan hak istimewa yang dianggap dimiliki oleh individu dan diberikan oleh orang lain sebagai rekan pemilik. Ada tiga masalah yang tertanam dalam gagasan kepemilikan. Pertama, penggambaran *boundary lines* di sekitar informasi pribadi harus jelas satu sama lain dan dimensi kedua dari *ownership* menunjukkan bahwa kepemilikan itu tidak statis. *Boundary lines* dapat diperpanjang atau dikontrak untuk memenuhi kebutuhan privasi. Dimensi *ownership* ketiga mencerminkan tingkat kesesuaian dalam definisi batasan antara pemilik bersama. Terkadang, definisi garis batas menjadi kontradiktif. Aturan yang ketiga adalah *Boundary Permeability*, Oleh karena itu, tingkat *bounday permeability* berkisar dari akses terbuka (batas tipis) ke akses tertutup (batas tebal).

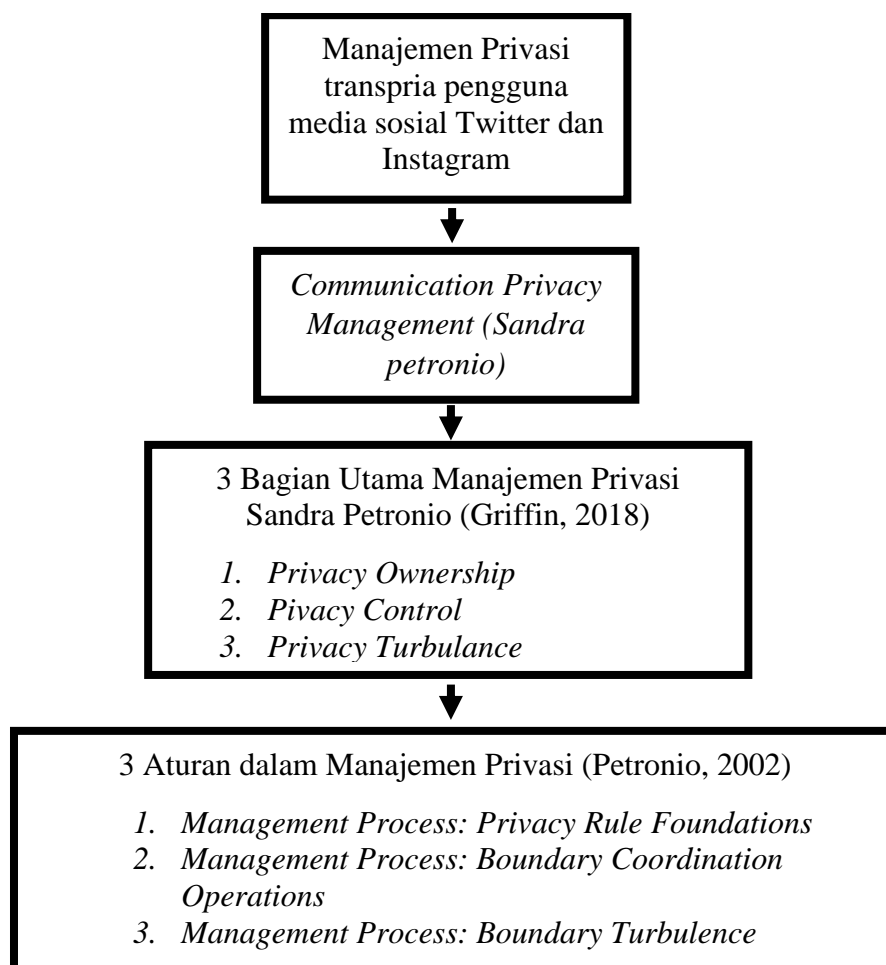
c. *Management Process: Boundary Turbulence*

Memiliki informasi pribadi secara kolektif memerlukan aturan koordinasi sehingga individu yang terlibat tidak mengalami perselisihan mengenai ekspektasi tentang manajemen privasi. Karena koordinasi itu kompleks dan terjadi pada berbagai tingkat, orang seringkali menghadapi *boundary turbulence*.

Turbulensi juga dapat dialami karena orang menggunakan kriteria yang berbeda untuk mengembangkan aturan dan memahami tingkat risiko yang berbeda terkait pengungkapan dan penyembunyian. Batasan dapat menjadi bergolak ketika orang membuat hubungan yang melanggar ekspektasi kepemilikan. Turbulensi batas menggambarkan bahwa koordinasi batas tidak selalu mulus dan bahwa pengaturan batas bukanlah sistem yang sempurna. Namun demikian, ketika terjadi turbulensi batas, individu berusaha untuk memperbaiki masalah dan mengintegrasikan informasi baru ke dalam sistem aturan sehingga penyesuaian dapat dilakukan untuk mencapai koordinasi. Dengan cara ini, manajemen privasi seperti sistem terbuka lainnya.

2.3 Alur Penelitian

Gambar 2. 1 Alur Penelitian



Penelitian ini bersifat studi kasus yang meneliti mengenai manajemen privasi transpria di media sosial dengan teori utamanya adalah *communication privacy management*. Tiga bagian utama dari manajemen privasi yaitu *Privacy ownership*, *Privacy Control*, *Privacy turbulence* serta 3 aturan dalam manajemen privasi yaitu *management process: privacy rule foundations*, *management process: boundary coordination operations*, *management process: boundary turbulence* menjadi fokus utama penelitian ini.