

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penyusunan penelitian ini menggunakan empat (4) penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penyusunan ini. Berikut pemaparan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

ASPEK	PENELITIAN 1
Topik	Fenomena <i>Self Disclosure</i> dalam Penggunaan Platform Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Akun Selebgram)
Metode	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Studi Literatur
Teori	<i>Self disclosure</i> , teori penetrasi sosial, CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>), dan media sosial
Hasil	Terdapat perbedaan antara selebgram pria dan wanita mengenai konten yang mereka sajikan di media sosialnya. Selebgram pria membagikan konten yang lebih informatif tetapi tidak mengenai jati diri pribadinya, sedangkan selebgram wanita lebih suka rela menceritakan mengenai dirinya. Dari penelitian yang diteliti oleh Muhammad Rachdian Al Azis terdapat masalah mengenai kekurangan yang dikarenakan terjadinya parasosial dalam interaksi selebgram dan pengikutnya karena para pengikut dari selebgram tersebut akan menganggap bahwa idolanya adalah pahlawan yang suci.
ASPEK	PENELITIAN 2
Topik	Instagram dan <i>Self Disclosure</i> dalam Perspektif Komunikasi Antarpribadi terhadap Siswa - Siswi SMA Santo Kristoforus II
Metode	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Studi Kasus
Teori	<i>Self disclosure</i> , komunikasi di era digital, media sosial dan instagram
Hasil	Terbukti para siswa dan siswi mengungkapkan diri mengenai kehidupan sehari-harinya dan dilakukan melalui media sosial Instagram, para

	narasumber merasa bahwa Instagram adalah sebuah wadah yang tepat untuk mengungkapkan diri mereka mengenai emosi, cita-cita, hubungan pertemanan, permasalahan, dll. Tetapi, banyak dari mereka tidak lupa untuk berhati-hati dalam mengungkapkan dirinya melalui media sosial Instagram dikarenakan adanya rasa khawatir mengenai penyalahgunaan terhadap foto atau video yang mereka unggah di Instagram.
ASPEK	PENELITIAN 3
Topik	Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Instagram <i>Stories</i> Remaja di Yogyakarta
Metode	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Deskriptif
Teori	Manajemen Komunikasi
Hasil	Beberapa remaja SMA di Yogyakarta masih memiliki rasa tidak peduli terhadap resiko kebocoran informasi yang kemungkinan dapat terjadi ketika melakukan pengunggahan di Instagram <i>Stories</i> . penggunaan fitur <i>close friend</i> dapat menjadi sarana untuk para remaja SMA di Yogyakarta dalam membuat Instagram <i>story</i> untuk membuka diri dan mengekspresikan dirinya
ASPEK	PENELITIAN 4
Topik	<i>Self Disclosure</i> melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri <i>Quote</i>)
Metode	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Studi Kasus
Teori	<i>Self disclosure</i>
Hasil	Anggota Galeri <i>Quote</i> menggunakan media sosial untuk memberikan manfaat dalam kebutuhan aktualisasi diri dan <i>quotes</i> yang disajikan memiliki artian yang berhubungan dengan konsep Johari Window.

Sumber: Peneliti (2023)

Penelitian terdahulu pertama yaitu berjudul “Fenomena *Self Disclosure* dalam Penggunaan Platform Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Akun Selebgram)” disusun oleh Muhammad Rachdian Al Azis yang berasal dari Universitas Indonesia dan dirilis pada 31 Januari 2021. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan suatu hasil dalam bentuk uraian teoritis tentang pengaruh dari teori *self disclosure* pada fenomena perkembangan hubungan

selebgram dengan pengikutnya. Penelitian ini menggunakan teori *self disclosure*, teori penetrasi sosial, CMC (*Computer Mediated Communication*), dan media sosial. Penelitian ini membahas mengenai pengguna Instagram yang mendapatkan keberhasilan menjadi seorang selebgram dikarenakan adanya perkembangan komunikasi yang dilakukannya oleh para pengikut Instagramnya, dengan cara penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif dan menggunakan studi literatur. Suatu hal yang memicu seseorang menjadi selebgram adalah adanya pengungkapan keterbukaan diri yang dilakukan melalui fitur-fitur yang tersedia di Instagram, seperti Instagram *story* yang memiliki konten tentang kehidupan sehari-hari dan ibu rumah tangga sehingga muncul ketertarikan dari para pengikutnya dan berkembanglah pola komunikasi yang terjadi antara selebgram dan pengikut. Peneliti menggunakan selebgram wanita yaitu @NessieJudge yang memiliki *followers* sebanyak 1 juta lebih dan rutin memberikan unggahan kepada para pengikut Instagramnya mengenai kesehariannya dan @RetnoHening adalah ibu rumah tangga yang aktif dalam bersosial media, keterbukaan diri yang dilakukannya sebagai IRT. Sedangkan, selebgram pria yaitu @SangatBagus yaitu selebgram yang memiliki konten kreatif buaatannya dan juga posisi pekerjaan sebagai bagian dari Gojek membuat beliau dikenal oleh banyak orang dan @Aulion sebagai contoh selebgram yang mengunggah kehidupan sehari-harinya melalui media sosial, dan hasil penelitian yang didapatkan adalah terdapat perbedaan antara selebgram pria dan wanita mengenai konten yang mereka sajikan di media sosialnya. Selebgram pria akan membagikan konten yang lebih informatif tetapi tidak mengenai jati diri pribadinya, sedangkan selebgram wanita akan lebih suka rela menceritakan mengenai dirinya. Dari penelitian yang diteliti oleh Muhammad Rachdian Al Azis terdapat masalah mengenai kekurangan yang dikarenakan terjadinya parasosial dalam interaksi selebgram dan pengikutnya karena para pengikut dari selebgram tersebut akan menganggap bahwa idolanya adalah pahlawan yang suci.

Penelitian terdahulu kedua yaitu berjudul “Instagram dan *Self Disclosure* dalam Perspektif Komunikasi Antarpribadi terhadap Siswa - Siswi

SMA Santo Kristoforus II” disusun oleh Jovita Clarissa dan Daniel Tamburion yang berasal dari Universitas Tarumanegara dan dirilis pada Desember 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti perspektif komunikasi antarpribadi yang terjadi pada siswa dan siswi SMA Santo Kristofus II melalui aktifitas yang mereka lakukan di Instagram dalam melakukan self disclosure. Penelitian ini menggunakan teori *self disclosure*, komunikasi di era digital, media sosial dan instagram dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Peneliti membahas mengenai proses pengungkapan diri yang dilakukan oleh Siswa-siswi SMA Santo Kristoforus II dalam penggunaan media sosial Instagram dalam mengutarakan perasaan, tingkah laku, dan kebiasaan. Hasil penelitian yang didapatkan adalah para Siswa-siswi mengungkapkan diri mengenai kehidupan sehari-harinya dan dilakukan melalui Instagram, para narasumber merasa bahwa Instagram adalah sebuah wadah yang tepat untuk mengungkapkan diri mereka mengenai emosi, cita-cita, hubungan pertemanan, permasalahan, dll. Tetapi, banyak dari mereka tidak lupa untuk berhati-hati dalam mengungkapkan dirinya melalui media sosial Instagram dikarenakan adanya rasa khawatir mengenai penyalahgunaan terhadap foto atau video yang mereka unggah di Instagram.

Penelitian terdahulu ketiga yaitu berjudul “Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Instagram *Stories* Remaja di Yogyakarta” disusun oleh Stella Angelina dan Monika Pretty Aprilia yang berasal dari Universitas Amikom Yogyakarta dan dirilis pada Juni 2022. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui remaja SMA di Yogyakarta dalam menerapkan komunikasi manajemen pribadi dalam mengontrol pengungkapan diri yang dilakukan melalui fitur *close friend* Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif dan teori manajemen komunikasi sebagai kerangka teori di dalam penelitian. Peneliti membahas mengenai fenomena yang sedang merajalela di lingkungan remaja yaitu khususnya perempuan, yang menggunakan fitur *close friend* dalam mengunggah Instagram *story*. Dijelaskan bahwa pada umumnya seseorang yang menggunakan fitur *close friend* adalah para remaja yang ingin bercerita untuk melampiaskan perasaannya dan

menceritakan pengalaman yang dirasakan di hari itu seperti rasa sedih, sedang, marah, dsb. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa beberapa remaja SMA di Yogyakarta masih memiliki rasa tidak peduli terhadap resiko kebocoran informasi yang kemungkinan dapat terjadi ketika melakukan pengunggahan di Instagram *Stories*, penggunaan fitur *close friend* dapat menjadi sarana untuk para remaja SMA di Yogyakarta dalam membuat Instagram *story* untuk membuka diri dan mengekspresikan dirinya. Kemudian, terdapat perbedaan antara remaja lelaki dan remaja perempuan ketika mengungkapkan diri karena memiliki rasa emosional yang berbeda, remaja perempuan akan lebih memiliki rasa emosional yang tinggi, sedangkan remaja lelaki akan lebih tidak mengakui ketika mereka sedang mengalami perasaan yang emosional.

Penelitian terdahulu ke empat yaitu berjudul “*Self Disclosure* melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri *Quote*)” disusun oleh Asriyani Sagiyanto dan Nina Ardiyanti yang berasal dari Bina Sarana Informatika dan Universitas Muhammadiyah Tangerang dan dirilis pada April 2018. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mencari tahu konsep Johari Window pada unggahan konten Galeri *Quote* yang menerapkan *self disclosure* melalui Instagram. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan menggunakan teori *self disclosure*. Peneliti membahas suatu akun Instagram yang bernama Galeri *Quote* sebagai suatu upaya mengungkapkan diri dengan cara berkarya melalui *quote* yang bermanfaat dan dapat diterima oleh seluruh pengguna Instagram. Akun Instagram @galeriquote yang sudah memiliki *followers* 191.000 dianggap telah cukup memberikan penjelasan bahwa akun tersebut dapat menarik minat pengguna Instagram karena memiliki isi konten yang mengandung kalimat-kalimat ringan yang mudah untuk dipahami para pembaca konten tersebut. Terdapat suatu hal yang memotivasi Galeri *Quote* untuk mengunggah *quotes* dengan tulisan yang bermanfaat dikarenakan mereka telah merasakan dampak yang didapatkan oleh para pembacanya ketika menerima tulisan-tulisan yang mereka buat, seperti menenangkan pikiran dan membantu untuk berfikir positif. Penelitian ini juga

menggunakan konsep Johari Window yang memiliki arti dengan bentuk pengandaian seperti sebuah kaca jendela yang memiliki empat bagian dan terletak dalam satu kesatuan pada diri setiap orang yaitu wilayah terbuka, buta, tersembunyi, dan tidak dikenal. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa anggota Galeri *Quote* Anggota Galeri *Quote* menggunakan media sosial untuk memberikan manfaat dalam kebutuhan aktualisasi diri dan *quotes* yang disajikan memiliki artian yang berhubungan dengan konsep Johari Window.

2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini

Peneliti menggunakan empat (4) penelitian terdahulu sebagai referensi tambahan untuk memperkuat data dari penelitian “Pemanfaatan Fitur *Close Friend* Yang Memicu *Self Disclosure* Di Kalangan Mahasiswa Tangerang”. Ditemukan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini sedang dilakukan yaitu tidak semua penelitian memiliki fokus pembahasan terhadap topik *close friend*, hanya satu penelitian yang memiliki pembahasan mengenai *close friend* yaitu penelitian ke-3 dan penelitian lainnya membahas mengenai Instagram dan *self disclosure*, sedangkan penelitian saat ini memiliki fokus penelitian pada penggunaan fitur *close friend* Instagram sebagai pemicu *self disclosure*. Tidak hanya itu, ditemukan kembali perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu subjek penelitian tidak adanya keterangan subjek penelitian yang menuju kepada mahasiswa, mereka memiliki subjek seorang selebgram berstatus pekerja dan Ibu rumah tangga, siswa/I SMA, anggota organisasi, dan remaja Yogyakarta. Sedangkan penelitian saat ini mempunyai subjek penelitian berupa mahasiswa yang berasal di Tangerang.

Metodologi di dalam penelitian terdahulu juga memiliki perbedaan dengan penelitian saat ini, jika penelitian terdahulu menggunakan metodologi studi kasus dan literatur, sedangkan penelitian saat ini menggunakan metodologi fenomenologi. Perbedaan yang terakhir yaitu penggunaan teori dan konsep yang sedikit perbedaan untuk setiap jurnal penelitian terdahulu yang

dominan menggunakan Instagram, *Self disclosure*, media sosial, *Computer Mediated Communication* (CMC), penetrasi sosial, dan manajemen komunikasi. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan teori dan konsep berupa *Communication Privacy Management* (CPM), *self disclosure*, media sosial, Instagram dan *privacy*.

Persamaan yang terdapat di dalam penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu pembahasan penelitian yang mengaitkan media sosial dengan *self disclosure* yang terjadi pada kalangan remaja hingga dewasa. Kesamaan lainnya yaitu adanya *statement* bahwa menggunakan *close friend* memang digunakan untuk menyampaikan informasi yang hanya ingin diberikan kepada orang-orang yang di anggap dekat dan dipercaya saja, adapun kesamaan dalam beberapa konsep yang digunakan untuk menguatkan penelitian.

2.3 Close Friend

Fitur *close friend* adalah suatu bentuk layanan yang diberikan oleh Instagram untuk para penggunanya dapat dengan bebas mengunggah apa yang mereka inginkan untuk mengekspresikan diri dengan aman dan nyaman karena bisa memilih siapa saja yang akan melihat unggahannya untuk dijadikan teman dekat (Sultan, 2020). Sesuai dengan namanya, "*close friend*" yang berarti teman dekat, biasanya orang-orang yang terdaftar di *close friend* merupakan teman dekat yang dipercaya oleh pengguna untuk menjaga konten yang diunggah pengguna di *Insta Story* (Azzahra et al., 2022). Adanya fitur *close friend* maka para pengguna bisa mengunggah Instagram Story tanpa memiliki batasan sehingga tidak akan mengganggu ranah privasi yang telah dibentuk. Biasanya suatu individu menggunakan fitur *close friend* dengan mengandalkan sistem kepercayaan untuk membuka informasi pribadi, dan para teman dekat yang dipilih untuk masuk kedalam *close friend* cenderung akan memberikan dukung secara emosional terhadap apa yang diunggah sehingga pengguna mendapatkan rasa percaya diri (Daniya, 2021). Fitur ini disediakan oleh Instagram seolah agar penggunanya memiliki suatu ruang untuk membuat konten secara bebas tanpa takut mendapat kritikan dari orang lain, sehingga

mereka bisa menjadi diri sendiri dan menjalin interaksi dengan teman-teman terdekat yang merespon konten unggahannya.

2.4 Self Disclosure

Self disclosure adalah pengungkapan diri sendiri yang kerap jarang untuk diketahui oleh orang lain, dan posisi ketika seseorang belajar untuk membuka diri mengenai informasi pribadi berupa pengalaman, emosi, keseharian, dan aktivitas. Pengungkapan diri biasanya dilakukan oleh suatu individu di dalam lingkungan yang sudah dikenal dan dipercaya, seperti keluarga atau sahabat (Clarissa & Tamburian, 2019). *Self disclosure* juga bisa dikatakan sebagai proses bagi setiap individu dalam menghadirkan diri dengan bentuk membagikan perasaan dan informasi kepada orang lain (Hasanah & Minerty, 2018).

Menurut Clarissa & Tamburian (2019), terdapat 5 aspek di dalam *self disclosure* yaitu:

- a. Ketepatan, yang membahas mengenai apakah seseorang mengungkapkan dirinya sesuai dengan apa yang terjadi pada faktanya dan apakah orang tersebut telah mengikuti norma yang berlaku.
- b. Motivasi, adalah aspek yang memiliki fungsi untuk membahas dorongan apa yang membuat orang tertarik untuk menceritakan dirinya kepada orang lain.
- c. Waktu, mengenai seberapa lama ketika individu bersama orang lain bisa meningkatkan kemungkinan terjadi pengungkapan diri.
- d. Intensif, seberapa sering seseorang melakukan pengungkapan diri kepada seseorang. Hal ini tergantung kepada siapa individu tersebut berinteraksi.
- e. Kedalaman, aspek ini dibagi menjadi dua yaitu dangkal dan dalam. Dangkal dikatakan jika seorang individu bertemu dengan seseorang yang baru dikenal, dan dalam dikatakan jika seorang individu sudah mengenal lama lawan bicaranya.

Membahas secara konseptual, *self disclosure* dapat dikatakan sebagai perilaku manusia dalam membuka informasi diri kepada orang lain yang

terdapat 2 pihak di dalam proses perilaku tersebut yaitu pihak pemberi dan pihak penerima (Setyaningsih, 2016). Menurut Setyaningsih (2016), *Self disclosure* memiliki 3 dimensi, yaitu

- a. *Breadth*, merupakan sebuah ukuran yang ditentukan oleh seseorang ketika ingin memberikan suatu informasi kepada seseorang maka ia akan menentukan seberapa banyak jumlah informasi yang diungkap.
- b. *Depth*, merupakan sebuah tahapan ketika seseorang memiliki pengukuran sejauh mana ia akan mengungkapkan informasi yang akan diberikan kepada lawan bicaranya.
- c. *Duration*, merupakan suatu komponen waktu yang dimiliki oleh seseorang untuk menentukan seberapa lama ia akan melakukan keterbukaan diri.

2.5 Instagram

Instagram saat ini berada pada urutan media sosial yang berada pada posisi populer, mereka tidak perlu khawatir mengenai hal-hal yang dilakukan perusahaan media lainnya karena saat ini mereka bisa disebut sebagai *market leader* dalam kategori media sosial. Instagram merupakan media sosial yang mencoba untuk mencari tahu apa yang sedang orang bicara dan lihat di aplikasi sehingga nantinya perusahaan akan memiliki *control* atas apa yang terjadi di setiap tampilan Instagram para pengguna (Frier, 2021). Saat ini Instagram telah menjadi wadah untuk membentuk citra diri yang dimana semakin banyak memiliki angka *followers* dan *likes*, maka semakin tinggi citra diri yang dimiliki seorang pengguna (Dinda, 2017). Instagram tentu bisa memberikan pengaruh bagi para penggunanya baik dari segi sikap ataupun perilaku, antara menjadi lebih kreatif dan tampil menarik atau yang selalu memamerkan barang serta menjadikan Instagram adalah ajang kompetisi (Agianto et al., 2020). Instagram menimbulkan isu-isu penting yang terkait dengan kebebasan berekspresi, maka itu Instagram menjadi sasaran para anak muda dikarenakan mereka ingin mengekspresikan kepribadiannya melalui media sosial yang tujuan utamanya untuk memberikan kesenangan dan kepuasan dirinya tersendiri melalui unggahan foto atau video yang mereka lakukan (Bimo, 2017).

2.6 Privacy

Seseorang mengungkapkan informasi pribadi untuk mengikuti sesuatu yang sedang digemari atau untuk mengungkapkan kekesalan yang biasanya dilakukan melalui unggahan media sosial, yang dimana sebenarnya media sosial adalah tempat yang riskan untuk menyampaikan sebuah informasi pribadi dikarenakan bisa mengganggu privasi yang dimiliki oleh individu tertentu. Menentukan saat menceritakan suatu hal tentang diri sendiri terhadap teman adalah suatu hal yang harus dilakukan agar tidak tersebar informasi yang seharusnya orang lain tidak ketahui. Privasi adalah suatu bentuk ekspresi martabat manusia dan dianggap menjadi suatu nilai inti di dalam suatu masyarakat seperti kebebasan berserikat dan kebebasan berbicara (Saidah, 2021). Konsep privasi membahas mengenai ruang personal yang akan selalu dibawa kemanapun oleh semua individu dan akan terganggu jika ruang tersebut diinterfensi, pengambilan jarak dan penyesuaian lingkungan adalah suatu cara yang baik untuk memenuhi kebutuhan privasi. Privasi bisa disebut sebagai suatu tingkatan interaksi yang dilakukan oleh suatu individu atas keterbukaan yang dikehendaki pada suatu kondisi atau situasi tertentu. Adapun yang dinamakan sebagai privasi *online* yaitu suatu keadaan dimana seseorang memberikan atau tidak informasi yang mereka miliki ke ranah media, karena bahwasannya media dapat menjadi faktor pengikisan privasi karena banyaknya informasi yang didapatkan dan disebarluaskan melalui media sosial (Yuwinanto, 2015).

2.7 Media Sosial

Perkembangan industri media yang sangat pesat atau bisa disebut sebagai media *mainstream* muncul secara bersamaan dalam bentuk digital termasuk media sosial yang memiliki unsur jurnalistik ataupun tidak, media sosial akan terus mendukung para penggunanya untuk melakukan apapun yang mereka inginkan (Ignatius, 2012). Media sosial adalah sebuah media *online* yang memiliki banyak pengguna yang didalamnya bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan suatu dunia virtual (Cahyono, 2016). Media sosial adalah

suatu perkembangan internet yang membuat orang memiliki aktivitas baru melalui *smartphone*, dan media sosial memiliki muatan yang cukup interaktif untuk masuk ke dalam kategori media baru. Media sosial saat ini bukan lagi menjadi ruang pribadi tetapi telah berubah menjadi ruang publik, terutama bagi para remaja yang bisa sangat bebas mengunggah apa yang mereka inginkan baik video ataupun foto, dan juga melihat banyak informasi di dalamnya (Prihatiningsih, 2017). Platform media sosial saat ini memfokuskan eksistensi pengguna melalui fasilitas-fasilitas yang tersedia di dalamnya untuk mereka beraktifitas dan berkolaborasi, maka itu media sosial disebut sebagai wadah yang menyediakan fasilitas secara *online* karena dapat membantu untuk menguatkan hubungan antar pengguna dalam sebuah ikatan sosial (Setiadi, 2016).

Menurut Setiadi (2016), terdapat beberapa karakteristik dari media sosial, yaitu:

- Jaringan, suatu bentuk teknologi yang dapat menghubungkan *computer* dengan perangkat keras lainnya.
- Informasi, yang menjadi entitas penting di dalam media sosial karena melalui karakter ini para pengguna dapat merepresentasikan identitasnya dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.
- Arsip, adalah sebuah wadah untuk menyimpan informasi yang dapat diakses kapanpun.
- Interaksi, pola yang terbentuk di dalam media sosial agar para penggunanya tetap terhubung sehingga dapat memperluas hubungan pertemanan.
- Simulasi sosial, dianggap sebagai perantara dari terjadinya suatu hubungan masyarakat di dunia virtual.
- Konten oleh pengguna, sebuah relasi yang berbentuk simbolis di budaya media baru memberikan kesempatan berpartisipasi untuk para pengguna.

2.8 *Communication Privacy Management (CPM)*

Pengertian dasar dari teori *Communication Privacy Management* adalah seseorang yang membuat aturan untuk membantu mereka dalam mengambil keputusan kapan harus mengungkapkan dan menyembunyikan informasi pribadi (Dainton & Zelle, 2022).

Menurut Dainton & Zelle (2022), terdapat beberapa prinsip dari *Communication Privacy Management*, yaitu:

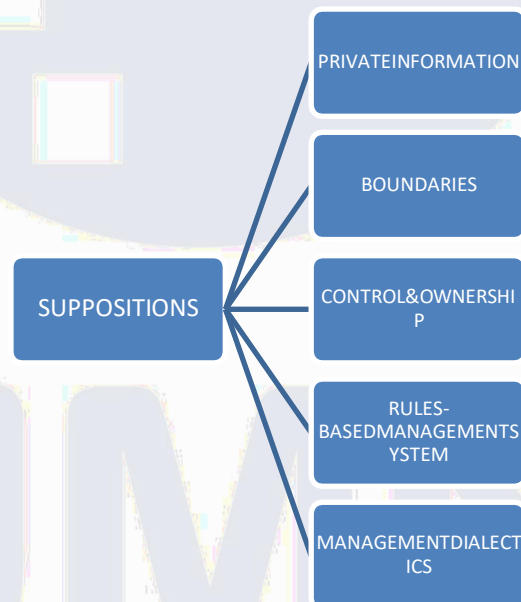
- a. *The Public Private Dialectical Tension*, ketegangan dialektis mengacu pada suatu tuntutan yang bersaing di dalam suatu hubungan dalam hal mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi.
- b. *Private Information*, prinsip ini menjelaskan informasi pribadi yang tidak dapat diakses oleh orang lain dikarenakan prinsip ini memiliki fitur yang bersifat kepemilikan, sehingga individu akan membuat keputusan mengenai kepada siapa mereka berbagi informasi dan informasi apa yang ingin mereka bagikan.
- c. *The Decision Sharing Information*, hal ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan aturan privasi yang terbagi menjadi 5 kriteria keputusan yaitu:
 - *Culture*: budaya mempengaruhi keputusan mengenai apa yang harus dan tidak diungkapkan, dikarenakan budaya memiliki nilai, keyakinan, dan cara berkomunikasi yang berbeda.
 - *Gender*: kriteria gender sangat berpengaruh dalam aturan privasi dikarenakan pria dan wanita memiliki pemahaman pengungkapan sosialisasi yang berbeda.
 - *Motivational*: aturan privasi yang berjalan menggunakan logika desain pesan, sehingga jika individu ekspresif mereka lebih cenderung berbagi lebih banyak informasi.
 - *Contextual*: pembukaan informasi yang dilihat dari segi konteks yang sudah memiliki rasa nyaman seperti dengan seseorang yang sudah ditemui secara berulang kali

- *Risk-benefit*: suatu pertimbangan yang dilakukan ketika ingin memberikan informasi.

Menurut Petronio (2002), Teori manajemen privasi komunikasi adalah sebuah teori untuk memahami bagaimana individu mengelola informasi pribadi mereka dalam konteks komunikasi. Petronio di dalam teori ini berpendapat bahwa pengungkapan informasi pribadi adalah proses yang kompleks dan terjadi melalui pertukaran sosial antara individu-individu. Di dalam teori CPM, individu memiliki "batasan privasi" yang mereka tetapkan untuk melindungi informasi pribadi mereka. Batasan privasi ini mencakup sejauh mana individu bersedia mengungkapkan informasi kepada orang lain. Individu juga memiliki "aturan privasi" yang mengatur pengungkapan dan penutupan informasi pribadi mereka, aturan privasi ini dapat berbeda dan bergantung pada hubungan, situasi, dan konteks komunikasi. Petronio menganggap pengungkapan informasi pribadi sebagai proses dialektis, yang berarti bahwa individu secara aktif mempertimbangkan kriteria dan kondisi yang mereka anggap penting dalam mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi. Keputusan ini didasarkan pada penilaian individu terhadap kebutuhan privasi, kepercayaan terhadap orang lain, norma sosial, dan risiko yang terkait dengan pengungkapan informasi.

Selain itu, teori CPM juga menekankan bahwa individu tidak hanya mempertimbangkan kondisi yang mempengaruhi keputusan mereka untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi, tetapi juga memperhatikan bagaimana keputusan tersebut akan mempengaruhi orang lain. Hal ini mencerminkan perhatian terhadap hubungan interpersonal dan dampak sosial dari pengungkapan informasi pribadi. Dengan demikian, teori manajemen privasi komunikasi menekankan pentingnya pemahaman bahwa setiap orang memiliki hak untuk membuat keputusan tentang pengungkapan atau penyembunyian informasi pribadi mereka (Petronio, 2002).

Menurut Petronio (2002), pengelolaan privasi komunikasi di dalam teori CPM tidak terbatas pada individu saja, tetapi juga mencakup kelompok. Teori ini mengakui bahwa keputusan pengungkapan informasi pribadi tidak hanya bergantung pada individu, tetapi juga dipengaruhi oleh dinamika sosial dan budaya di dalam kelompok. Sandra Petronio menyediakan lima asumsi dasar yang mendukung sistem manajemen privasi komunikasi dalam teorinya. Dengan lima asumsi dasar ini, teori CPM memberikan kerangka kerja untuk memahami dan menganalisis pengelolaan privasi komunikasi baik dari perspektif individu maupun kelompok. Hal ini memungkinkan kita untuk memahami kompleksitas dalam pengambilan keputusan pengungkapan informasi pribadi dan pentingnya konteks sosial dalam proses tersebut.



Gambar 2.1 Model Asumsi Dasar Teori *Communication Privacy Management*

Sumber: Petronio (2002)

Private Information merujuk pada suatu pengungkapan diri yang dianggap salah satu hasil dari keintiman, yang artinya keintiman menjadi hasil dari pengungkapan diri seseorang dengan terciptanya hubungan pribadi yang erat dimana individu tersebut saling mendukung dan terlibat dalam tindakan yang lebih dari sekedar berbagi informasi pribadi. Tetapi, tidak berarti keintiman sama dengan pengungkapan dan tidak semua informasi pribadi mengarah pada keintiman. Keintiman adalah perasaan atau keadaan saling mengenal secara mendalam antara individu, yang meliputi dimensi fisiologis, psikologis, emosional, dan perilaku. Sedangkan pengungkapan informasi pribadi adalah proses menceritakan atau mengungkapkan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain. Tujuan pengungkapan dapat bervariasi, termasuk untuk meringankan beban emosional, memperoleh dukungan, mendapatkan keuntungan sosial, atau mengekspresikan diri. Tidak semua pengungkapan informasi pribadi secara otomatis mengarah pada terciptanya keintiman. Beberapa pengungkapan mungkin terjadi dalam konteks yang lebih dangkal atau formal, tanpa adanya perasaan yang mendalam atau hubungan yang erat. Misalnya, seseorang dapat mengungkapkan informasi pribadi secara terbatas dalam lingkungan kerja atau dalam hubungan sosial yang masih berada di permukaan. Namun, dalam konteks hubungan yang erat dan saling mendukung, pengungkapan informasi pribadi dapat memperkuat dan mendalami keintiman antara individu-individu tersebut. Melalui pengungkapan yang lebih dalam, individu dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang satu sama lain, memperkuat rasa saling percaya, dan menciptakan ikatan yang lebih kuat.

Privacy Boundaries mengacu pada garis-garis yang mengatur akses dan penyebaran informasi pribadi individu secara kolektif. Informasi pribadi tidak hanya berkaitan dengan individu itu sendiri, tetapi juga melibatkan aspek-aspek kelompok, keluarga, organisasi, atau bahkan masyarakat secara luas. Dalam konteks batasan privasi, informasi yang dianggap pribadi dapat mencakup hal-hal seperti hubungan pertemanan, percintaan, keluarga, keuangan, kesehatan, dan sebagainya. Informasi dapat memiliki batasan karena dampaknya tidak hanya dirasakan oleh individu yang terkait, tetapi

juga oleh kelompok yang terlibat.

Namun, batasan privasi juga dapat mengalami pelemahan atau perubahan karena adanya peristiwa di luar kendali individu atau kelompok tersebut. Misalnya, dalam situasi darurat informasi pribadi yang sebelumnya dijaga dengan ketat mungkin perlu dibagikan dengan pihak lain untuk kepentingan keselamatan atau kesejahteraan. Maka itu, dalam konteks batasan privasi, penting untuk mengidentifikasi kepemilikan informasi dan siapa yang memiliki kontrol atas pengetahuan tentang masalah pribadi tersebut, karena hal tersebut membantu menjaga kontrol individu atau kelompok terhadap informasi pribadi mereka dan menentukan kepada siapa informasi tersebut boleh atau tidak boleh diungkapkan.

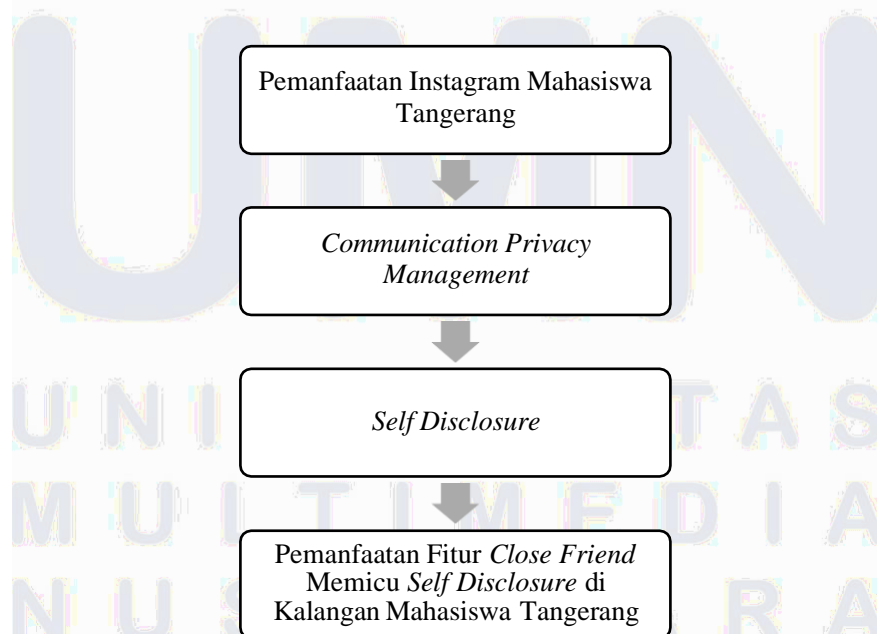
Control and Ownership erat kaitannya dalam konteks privasi informasi pribadi karena setiap individu memiliki hak untuk mengontrol akses dan penyebaran informasi pribadi mereka, serta merasa memiliki informasi tersebut. Individu ingin dapat memutuskan sendiri kepada siapa informasi tersebut diungkapkan dan siapa yang tidak berhak mengetahuinya. Kontrol ini memberikan kekuasaan kepada individu untuk menjaga privasi mereka dan menjaga informasi pribadi dari penyebaran yang tidak diinginkan atau penggunaan yang salah. Di sisi lain, kepemilikan menyoroti konsep bahwa individu memandang informasi pribadi sebagai kepunyaan mereka, Individu merasa memiliki hak eksklusif atas informasi tersebut dan ingin menjaga hak kepemilikan tersebut. Dalam konteks ini, individu merasa memiliki tanggung jawab untuk melindungi informasi pribadi mereka dan merasa dilanggar jika informasi tersebut diketahui atau digunakan tanpa izin mereka. Ketika informasi pribadi diungkapkan secara kolektif, tanggung jawab untuk menjaga informasi tersebut berada pada pihak yang menerima informasi. Jika seseorang dipercayakan dengan informasi pribadi oleh individu lain, maka mereka memiliki tanggung jawab untuk menjaga kerahasiaan informasi tersebut dan memperlakukan dengan penuh kepercayaan. Dalam konteks kontrol dan kepemilikan informasi pribadi, penting untuk menghormati hak individu untuk mengendalikan dan memiliki informasi mereka sendiri. Hal ini mencakup kepatuhan terhadap persetujuan informasi dan menghindari pengungkapan informasi tanpa izin yang sesuai.

Rules-Based Management System mengacu pada struktur untuk memahami cara informasi pribadi tersebut ditangani. Asumsi ini berada pada ketika kita mengontrol akses informasi tersebut dalam tingkatan pribadi dan mengelola informasi pribadi secara tunggal, maka sistem manajemen menjadi suatu cara ketika kita akan menjadikan informasi tersebut menjadi pemilik bersama. Dalam konteks ini, saat melakukan pengungkapan informasi kepada seseorang, penting untuk mempertimbangkan apakah penerima informasi tersebut merupakan penerima yang baik dan bersedia untuk mengambil tanggung jawab sebagai pengelola informasi yang diterima. Artinya, individu yang menerima informasi pribadi harus memiliki kesadaran akan tanggung jawab mereka dalam menjaga kerahasiaan informasi tersebut, menghormati privasi individu yang memberikan informasi, dan tidak menyalahgunakan atau menyebarkan informasi tanpa izin yang sesuai. Hal ini mencerminkan pentingnya kesepakatan, kepercayaan, dan penghargaan terhadap privasi dalam sistem manajemen berbasis aturan. Dengan memastikan bahwa penerima informasi memiliki pemahaman dan kesediaan untuk menjalankan peran mereka sebagai pengelola informasi yang diterima, dapat meminimalkan risiko pelanggaran privasi dan penyalahgunaan informasi pribadi. Aturan sistem manajemen bergantung pada 3 proses, yaitu:

1. *Privacy rule foundations* adalah proses pengembangan aturan privasi yang mengatur pengungkapan dan pengelolaan informasi pribadi.
2. *Process of Boundary Coordination* mencerminkan bagaimana privasi diatur ketika orang terlibat dalam pengelolaan informasi pribadi secara kolektif. Dalam situasi di mana informasi pribadi dibagikan atau diungkapkan kepada orang lain, proses koordinasi batasan memainkan peran penting untuk memastikan pemahaman yang jelas tentang batasan dan tanggung jawab terkait pengelolaan informasi tersebut.
3. *Boundary Turbulences* menunjukkan kalau koordinasi batasan tidak selalu berjalan lancar dan sempurna. Terkadang, ada situasi di mana orang mungkin tidak mampu atau tidak mau bekerja sama dalam pengelolaan informasi secara kolektif. Hal ini dapat terjadi karena perbedaan pandangan, konflik kepentingan, atau kesulitan dalam mencapai kesepakatan tentang pengelolaan informasi.

Management Dialectics adalah ketegangan yang dialami individu dalam mengelola privasi mereka, khususnya dalam konteks pengungkapan atau menyembunyikan informasi pribadi di hadapan publik. Di dalam asumsi ini, individu sering menghadapi dilema dalam memutuskan apakah akan mengungkapkan atau menutupi informasi pribadi mereka. Salah satu pertimbangan pentingnya adalah kepada siapa pengungkapan informasi dilakukan, mengapa informasi ini diungkapkan, kapan informasi ini diungkapkan, dan sebagainya. Individu akan mempertimbangkan tingkat kepercayaan, dukungan, dan hubungan yang mereka miliki dengan pihak lain sebelum memutuskan untuk mengungkapkan informasi pribadi kepada mereka. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi keputusan individu dalam mengelola privasi mereka dan menentukan sejauh mana mereka akan mengungkapkan informasi pribadi. Dalam asumsi ini, pengelolaan privasi dipandang sebagai proses yang dinamis dan terus berubah, di mana individu berhadapan dengan ketegangan dan menyeimbangkan berbagai kebutuhan dan nilai. Pendekatan ini memahami bahwa pengelolaan privasi adalah suatu proses yang kompleks dan dapat bervariasi antara individu dan situasi yang berbeda.

2.9 Alur Penelitian



Gambar 2.2 Alur Penelitian
Sumber: Peneliti (2023)

Alur penelitian tersebut digunakan oleh peneliti sebagai pedoman penulisan dalam pelaksanaan penelitian ini agar hasil yang dicapai tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Pada gambar 2.2, menjelaskan bahwa peneliti akan melakukan penelitian yang dimulai dari penjelasan mengenai pemanfaatan fitur *close friend* Instagram pada mahasiswa Tangerang yang dibahas menggunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM) dan didukung oleh teori *self disclosure* yang memiliki peran penting dalam penelitian ini karena dianggap menjadi pemicu keterbukaan diri ketika seseorang menggunakan fitur *close friend* di Instagram. Pada akhirnya penelitian ini akan menghasilkan sebuah pembahasan yang memberikan sebuah narasi mengenai Pemanfaatan Fitur *Close Friend* yang Memicu *Self Disclosure* di Kalangan Mahasiswa Tangerang.

