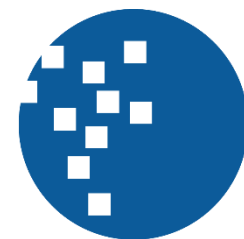


**MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PEKERJA  
KANTORAN DALAM PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI  
AKUN KEDUA INSTAGRAM**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

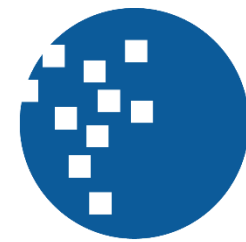
**Sheryl Angelica**

**00000055339**

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

**2025**

**MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PEKERJA  
KANTORAN DALAM PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI  
AKUN KEDUA INSTAGRAM**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Sheryl Angelica**

**00000055339**

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

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Sheryl Angelica

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055339

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

### **MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PEKERJA KANTORAN DALAM PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI AKUN KEDUA INSTAGRAM**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis , saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2025



(Sheryl Angelica)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PEKERJA KANTORAN DALAM PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI AKUN KEDUA INSTAGRAM

Oleh

Nama : Sheryl Angelica  
NIM : 00000055339  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Juli 2025  
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

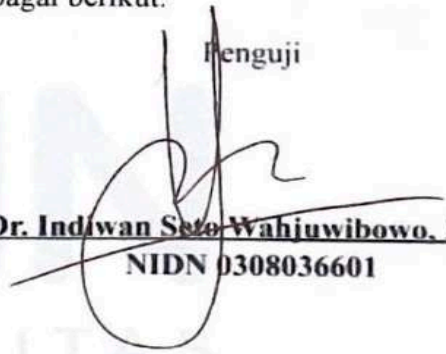
Ketua Sidang



Digitally signed by  
Intan Primadini  
Date: 2025.07.23  
11:24:40 +07'00'

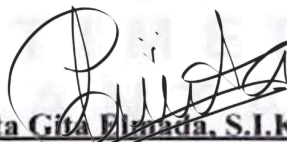
**Intan Primadini, S.Sos., M.Si.**  
NIDN 0326098501

Penguji



**Dr. Indriawan Seto Wahjuwibowo, M.Si.**  
NIDN 0308036601

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by  
Cendera Rizky Anugrah  
Bangun  
Date: 2025.07.27 19:20:10  
+07'00'

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sheryl Angelica

NIM : 00000055339

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI  
PEKERJA KANTORAN DALAM PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI  
AKUN KEDUA INSTAGRAM

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
  - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 17 Juni 2025



(Sheryl Angelica)

\* Pilih salah satu

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan tugas akhir ini dengan judul: **“MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PEKERJA KANTORAN DALAM PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI AKUN KEDUA INSTAGRAM”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si., selaku Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan perspektif yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini.
6. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah memimpin proses sidang dan telah memberikan masukan serta arahan penting yang membantu dalam perbaikan tugas akhir ini.

7. Keluarga saya yang senantiasa mendampingi perancang tugas akhir dengan memberikan bantuan doa dan dukungan, baik secara moral maupun material, sehingga memungkinkan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Para partisipan dalam penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman dan pandangannya, serta memberikan perspektif berharga yang menjadi pondasi utama dalam proses wawancara dan penyusunan tugas akhir ini.
9. Pasangan saya, Yucan Tantowi yang sudah mendampingi, memberikan dorongan dengan menyemangati, dukungan secara emosional, dan mendengarkan keluh kesah selama menjalani proses penulisan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya dalam memahami dinamika pengelolaan privasi, identitas, dan ekspresi diri di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, serta menjadi sumber pembelajaran, motivasi, dan informasi, khususnya bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, serta menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman isu-isu komunikasi personal dan profesional di era digital.

Tangerang, 17 Juni 2025



(Sheryl Angelica)

# MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PEKERJA KANTORAN DALAM PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI AKUN KEDUA INSTAGRAM

Sheryl Angelica

## ABSTRAK

Dalam era digital, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan pekerja kantoran. Namun, di balik manfaatnya, muncul tantangan terkait privasi dan keseimbangan identitas antara mengekspresikan diri dan mempertahankan citra profesional. Fenomena penggunaan *second account* Instagram (Finstagram) muncul sebagai strategi untuk mengelola privasi dan melakukan *self disclosure* secara selektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pekerja kantoran menggunakan *second account* sebagai sarana pengaturan informasi pribadi, menetapkan batasan privasi, merespons pelanggaran privasi, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam mengungkapkan diri. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus dan berada dalam kerangka paradigma post-positivisme. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima pekerja kantoran yang aktif menggunakan *second account*. Analisis dilakukan berdasarkan teori *Communication Privacy Management (CPM)* oleh Sandra Petronio, yang menekankan bahwa individu bertindak sebagai pengelola privasi dengan prinsip-prinsip seperti *privacy ownership*, *privacy boundaries*, *privacy control*, *rule-based management system*, *privacy management dialectics*, hingga *privacy turbulence*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *second account* diposisikan sebagai ruang digital yang lebih aman secara sosial, di mana individu dapat membagikan konten bersifat emosional, pribadi, atau tidak sesuai dengan norma profesional. Partisipan menerapkan kontrol akses melalui seleksi *followers* dan menetapkan batasan privasi berdasarkan kepercayaan dan kedekatan. Meskipun demikian, mereka tetap menghadapi risiko pelanggaran privasi yang memicu refleksi, penyesuaian strategi berbagi, serta peningkatan kehati-hatian. Faktor internal seperti kebutuhan emosional dan aktualisasi diri, serta faktor eksternal seperti tekanan profesional, ekspektasi sosial, dan pengalaman negatif di masa lalu, mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan *self disclosure*. Kesimpulannya, penggunaan *second account* mencerminkan bentuk adaptasi terhadap tantangan privasi digital, serta menegaskan pentingnya kesadaran akan perlindungan data pribadi dan pemisahan antara ruang digital personal dan profesional.

**Kata kunci:** Akun Kedua, Instagram, Manajemen Privasi Komunikasi, Pekerja Kantoran, Pengungkapan Diri



# **COMMUNICATION PRIVACY MANAGEMENT OF OFFICE WORKERS IN SELF-DISCLOSURE THROUGH SECOND ACCOUNT INSTAGRAM**

Sheryl Angelica

## **ABSTRACT**

*In the digital era, social media has become an integral part of office workers' daily lives. However, behind its benefits, it presents challenges related to privacy and identity balance between self-expression and maintaining a professional image. The phenomenon of using a second Instagram account (Finstagram) emerges as a strategy to manage privacy and engage in selective self-disclosure. This study aims to analyze how office workers use second accounts as a means to regulate personal information, set privacy boundaries, respond to privacy violations, and identify the factors that influence their disclosure decisions. This research adopts a descriptive qualitative approach using a case study method within the framework of a post-positivist paradigm. Data were obtained through in-depth interviews with five office workers who actively use second accounts. The analysis is based on the Communication Privacy Management (CPM) theory by Sandra Petronio, which emphasizes that individuals act as privacy managers through principles such as privacy ownership, privacy boundaries, privacy control, rule-based management systems, privacy management dialectics, and privacy turbulence. The results show that second accounts are positioned as socially safer digital spaces where users can share emotional, personal, or professionally inappropriate content. Participants implement access control by filtering followers and defining boundaries based on trust and closeness. Nonetheless, they still face privacy violations that trigger reflection, adjustments in sharing strategies, and increased caution. Internal factors such as emotional needs and self-actualization, as well as external factors such as professional pressure, social expectations, and past negative experiences, influence their self-disclosure decisions. In conclusion, the use of second accounts reflects a form of adaptation to digital privacy challenges and underscores the importance of awareness regarding personal data protection and the separation of personal and professional digital spaces.*

**Keywords:** Communication Privacy Management, Self-Disclosure, Second Account, Instagram, Office Workers

## DAFTAR ISI

|                                                     |             |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>             | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>                           | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b>   | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b>                               | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK</b>                                      | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT</b>                                     | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b>                                   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b>                                 | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b>                                | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                              | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                            | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian                       | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian                      | 10          |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian                           | 12          |
| 1.4 Tujuan Penelitian                               | 13          |
| 1.5 Kegunaan Penelitian                             | 13          |
| 1.5.1 Kegunaan Akademis                             | 13          |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis                              | 14          |
| 1.5.3 Kegunaan Sosial                               | 15          |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS</b>  | <b>17</b>   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu                            | 17          |
| 2.2 Landasan Teori                                  | 35          |
| 2.2.1 <i>Communication Privacy Management (CPM)</i> | 35          |
| 2.3 Landasan Konsep                                 | 40          |
| 2.3.1 <i>Self Disclosure</i>                        | 40          |
| 2.3.2 <i>Second Account Instagram</i>               | 48          |
| 2.4 Kerangka Pemikiran                              | 69          |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>                | <b>70</b>   |
| 3.1 Paradigma Penelitian                            | 70          |
| 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian                      | 71          |
| 3.3 Metode Penelitian                               | 73          |
| 3.4 Pemilihan Partisipan                            | 76          |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data                         | 77          |
| 3.6 Keabsahan Data                                  | 78          |
| 3.7 Teknik Analisis Data                            | 82          |

|                                               |            |
|-----------------------------------------------|------------|
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> | <b>85</b>  |
| 4.1 Subjek dan Objek Penelitian               | 85         |
| 4.1.1 Subjek Penelitian                       | 85         |
| 4.1.2 Objek Penelitian                        | 92         |
| 4.2 Hasil Penelitian                          | 92         |
| 4.2.1 <i>Private Information</i>              | 93         |
| 4.2.2 <i>Privacy Boundaries</i>               | 102        |
| 4.2.3 <i>Privacy Control &amp; Ownership</i>  | 115        |
| 4.2.4 <i>Privacy Turbulence</i>               | 122        |
| 4.2.5 <i>Rule-Based Management System</i>     | 139        |
| 4.2.6 <i>Privacy Management Dialectics</i>    | 153        |
| 4.3 Pembahasan                                | 167        |
| 4.3.1 <i>Private Information</i>              | 167        |
| 4.3.2 <i>Privacy Boundaries</i>               | 174        |
| 4.3.3 <i>Privacy Control &amp; Ownership</i>  | 183        |
| 4.3.4 <i>Privacy Turbulence</i>               | 194        |
| 4.3.5 <i>Rule-Based Management System</i>     | 204        |
| 4.3.6 <i>Privacy Management Dialectics</i>    | 209        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>               | <b>213</b> |
| 5.1 Simpulan                                  | 213        |
| 5.2 Saran                                     | 216        |
| 5.2.1 Saran Akademis                          | 216        |
| 5.2.2 Saran Praktis                           | 217        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                         | <b>219</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                               | <b>231</b> |

## DAFTAR TABEL

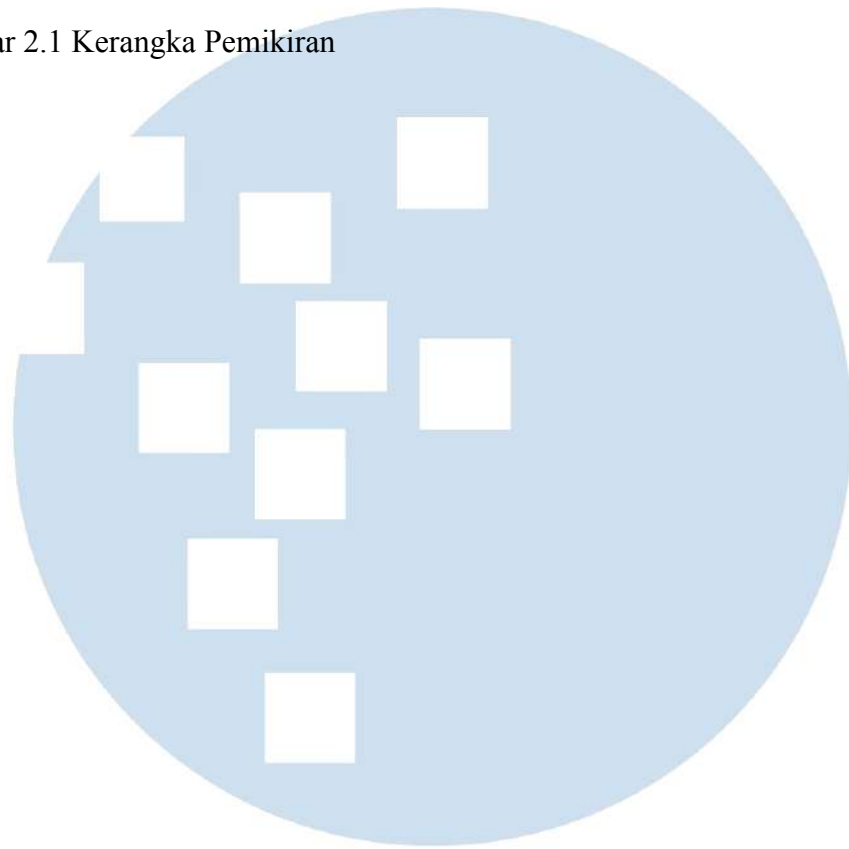
|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu                                         | 25  |
| Tabel 2.2 <i>Self Disclosure</i> Model Johari Window                   | 47  |
| Tabel 4.1 Matriks Hasil Penelitian                                     | 136 |
| Tabel 4.2 Perbedaan Unggahan <i>First Account &amp; Second Account</i> | 142 |



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

69



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                       |            |
|---------------------------------------|------------|
| <b>Lampiran A Uji Plagiarisme</b>     | <b>231</b> |
| <b>Lampiran B Konsultasi Form</b>     | <b>232</b> |
| <b>Lampiran C Transkrip Wawancara</b> | <b>233</b> |
| <b>Lampiran D Curriculum Vitae</b>    | <b>315</b> |