

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dibutuhkan agar dapat membantu penulis menyelesaikan analisis penelitian. Penelitian terdahulu digunakan untuk melihat persamaan yang bisa dijadikan kerangka acuan untuk penyusunan penelitian, *research gap*, perbandingan dengan penelitian terdahulu untuk membangun penelitian yang baru. Dalam hal ini, terdapat 6 penelitian terdahulu yang sesuai dan relevan dengan penelitian yang dianalisis.

Penelitian terdahulu pertama disusun oleh Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, dan Noviawan Rasyid Ohorella dengan judul “*Self Disclosure* Generasi Milenial melalui *Second Account* Instagram” yang dilakukan pada 2020. Penelitian tersebut menggunakan teori *Self Disclosure* (Johari Window) serta kerangka konsep utama seperti fitur *close friends* yang dijadikan sarana untuk pengungkapan diri. Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk mengidentifikasi bagaimana generasi milenial memanfaatkan *self disclosure* untuk mengekspresikan diri secara bebas dan mengatasi rasa tidak percaya diri melalui *second account* Instagram. Peneliti memilih jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode fenomenologi, serta melihat masalah melalui perspektif paradigma konstruktivis normatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan hasil wawancara, observasi, dan pengumpulan informasi serta dokumen yang berkaitan dengan konteks penelitian tersebut. Hasil penelitian menyatakan bahwa generasi milenial menunjukkan variasi dalam tingkat pengungkapan diri mereka, dipengaruhi oleh karakteristik dan latar belakang yang berbeda. Dengan adanya *second account* di Instagram, mereka merasa lebih leluasa untuk mengekspresikan diri dan membagikan konten yang diinginkan, yang turut membantu mengatasi perasaan tidak percaya diri atau *insecure*. Komunikasi

melalui *second account* juga menjadi lebih pribadi, karena umumnya akun ini bersifat tertutup dan hanya diakses oleh lingkaran terdekat.

Penelitian terdahulu kedua disusun oleh Alfi Hasanah Siregar dengan judul “*Privacy Anxiety on Micro-Influencers in Self-Disclosure through Add Yours on Instagram Social Media*” yang dilakukan pada 2022. Penelitian tersebut menggunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM) yang dikemukakan oleh Sandra Petronio (2002) serta kerangka konsep utama seperti *self disclosure* dari DeVito (2011) dan *Privacy Anxiety* dari Smith et al. (1996). Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk mengidentifikasi kecemasan privasi yang dialami oleh *micro-influencers* dalam melakukan pengungkapan diri melalui fitur “Add Yours” di Instagram. Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dan mengumpulkan data dengan melakukan *interview*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kecemasan privasi pada mikro-influencer dalam pengungkapan diri melalui fitur “Add Yours” di Instagram didorong oleh dua motivasi utama: membangun interaksi dengan pengikut dan mengekspresikan diri tanpa mengharapkan umpan balik. Tingkat kecemasan yang lebih tinggi dialami oleh mereka yang pernah mengalami kebocoran informasi, sementara yang lainnya hanya menyadari risiko tersebut dari pengalaman orang lain. Membatasi interaksi di media sosial dan mengontrol batasan privasi menjadi strategi utama untuk mengurangi risiko kebocoran privasi.

Penelitian terdahulu ketiga disusun oleh Lemi Baruh, Ekin Secinti, dan Zeynep Cemalcilar dengan judul “*Online Privacy Concerns and Privacy Management: A Meta-Analytical Review*” yang dilakukan pada 2017. Penelitian tersebut menggunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM) yang dikemukakan oleh Sandra Petronio (2002) serta kerangka konsep utama seperti *Privacy Concern* dari Cho et al. (2010) dan Zhou dan Li (2014). Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk mengevaluasi dan memahami kekhawatiran terkait privasi online dan metode manajemen privasi yang diterapkan oleh individu di dunia digital melalui analisis meta terhadap

penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian tersebut bersifat kuantitatif dengan menerapkan meta-analisis melalui pencarian di berbagai database jurnal atau studi lain, seperti Scopus. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengguna yang khawatir tentang privasi cenderung enggan untuk membagikan informasi pribadi di media sosial. Namun, meskipun ada kekhawatiran mengenai privasi, pengguna tetap menggunakan media sosial karena karakteristik platform tersebut yang menyediakan ruang bagi mereka untuk mengekspresikan pemikiran dan perasaan mereka.

Penelitian terdahulu keempat disusun oleh Mary Helen Millham dan David Atkin dengan judul “*Managing the virtual boundaries: Online social networks, disclosure, and privacy behaviors*” yang dilakukan pada 2016. Penelitian tersebut menggunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM) yang dikemukakan oleh Sandra Petronio (2002) dengan kerangka konsep utama seperti *Self-Disclosure and Privacy* (Derlega & Chaikin, 1997). Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk mengeksplorasi bagaimana individu mengelola pengungkapan informasi pribadi dan privasi mereka di media sosial, dengan fokus pada keyakinan privasi dan risiko yang dirasakan dalam konteks interaksi online. Penelitian tersebut bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode survei yang dilakukan melalui situs QuestionPro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu yang lebih mengutamakan privasi cenderung enggan membagikan informasi pribadi di media sosial. Di sisi lain, karakteristik media sosial mendorong pengguna untuk membagikan informasi dan mempercayai pengikut-pengikut mereka pada platform tersebut sebagai orang yang dapat diandalkan.

Penelitian terdahulu kelima disusun oleh Stella Angelina dan Monika Pretty Aprilia dengan judul “Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Instagram Stories Remaja di Yogyakarta” yang dilakukan pada 2022. Penelitian tersebut menggunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM) dari Sandra Petronio (2002) dengan kerangka konsep utama seperti fitur *close friends* sebagai sarana *self disclosure*, pembentukan identitas &

eksistensi diri, serta komunikasi dan stereotip antara orang tua dengan anaknya. Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk menelusuri cara remaja SMA di Yogyakarta mengontrol keterbukaan diri mereka menggunakan fitur Instagram Story serta memahami alasan di balik pemanfaatan fitur *close friends* di Instagram Story melalui pendekatan konsep manajemen komunikasi privasi. Peneliti memilih jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara (*purposive sampling*) dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja SMA di Yogyakarta masih mengabaikan risiko kebocoran informasi pribadi di Instagram Story, meskipun fitur *close friend* digunakan untuk mengekspresikan emosi sehingga konsep manajemen komunikasi privasi belum dipahami mendalam. Terdapat perbedaan dalam manajemen privasi, di mana remaja perempuan cenderung lebih terbuka, sedangkan remaja laki-laki lebih berhati-hati menjaga privasinya.

Penelitian terdahulu keenam disusun oleh Ferisa Nurul Kamilah dan Sri Budi Lestari dengan judul “Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram” yang dilakukan pada 2020. Penelitian tersebut menggunakan teori *Communication Privacy Management (CPM)* yang dikemukakan oleh Sandra Petronio (2002) serta kerangka konsep utama seperti *self disclosure* dan Instagram. Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk memahami dan mengungkapkan cara individu mengatur manajemen privasi komunikasi di akun Instagram kepunyaannya. Peneliti memilih jenis penelitian interpretif kualitatif dengan metode fenomenologi dengan melakukan *indepth interview*, dan pengumpulan informasi atau dokumentasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengungkapan diri seseorang biasanya dilakukan secara bertahap, tetapi dalam penelitian ini, partisipan menunjukkan bahwa mereka melakukan pengungkapan melalui media sosial Instagram secara acak. Para partisipan menggunakan akun utama mereka untuk menampilkan identitas asli dan informasi lengkap, sementara beberapa di antaranya membuat *second account*

yang bersifat anonim untuk membagikan informasi pribadi dan lebih privat, dengan menerapkan kontrol ketat pada siapa yang dapat mengaksesnya.

Penelitian terdahulu ketujuh disusun oleh Shella Eunice Purmiasa, Desi Yoanita, Daniel Budiana pada tahun 2020 dengan judul “*Factors of Public Self Disclosure Via Instagram Stories*”. Penelitian tersebut menggunakan teori atau konsep *Communication Privacy Management (CPM) Theory (Sandra Petronio, 2002)*, *Self Disclosure (Altman & Taylor, Social Penetration Theory)*, *Public Self Disclosure on Social Networking Sites (SNS)*, dan *Risk-Benefit Criteria (Cost & Rewards) in Privacy Management*. Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan pengguna Instagram Stories di Indonesia melakukan *public self disclosure*. Peneliti memilih jenis penelitian kuantitatif berupa survei dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dan teknik *purposive sampling* kepada 400 responden yang memiliki kriteria berusia 18-24 tahun, berasal dari lima kota terbesar di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, Semarang), memiliki akun Instagram pribadi, dan minimal pernah mengunggah konten di Instagram Stories sebulan sekali. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor utama yang memengaruhi *public self disclosure* di Instagram Stories adalah *privacy concern*, di mana pengguna mempertimbangkan isu privasi sebelum membagikan informasi. *Perceived control* juga berperan penting, dengan pengguna merasa memiliki kendali atas informasi mereka melalui fitur privasi seperti *close friends* dan *hide story*. Sementara itu, *privacy invasion experience* memiliki pengaruh paling rendah, menunjukkan bahwa pengalaman pelanggaran privasi sebelumnya tidak terlalu mempengaruhi keputusan berbagi informasi. Faktor *tie strength* dan *interaction* mengungkap bahwa hubungan interpersonal dan interaksi sosial menjadi alasan utama pengguna tetap melakukan *self disclosure*. Selain itu, ditemukan bahwa perbedaan gender dan tingkat pendidikan turut mempengaruhi kesadaran privasi pengguna dalam mengelola informasi pribadi di media sosial.

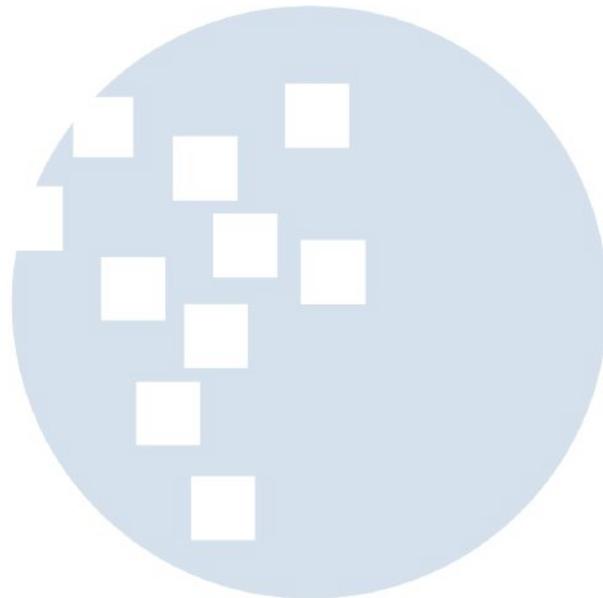
Penelitian terdahulu kedelapan disusun oleh Vivi Varlina, Thesalonika Lefanya Kara Duma dengan judul “*Privacy Crisis on Instagram: A Factor Analysis Approach on Motivation Behind Privacy Disclosure in Adolescents*” yang dilakukan pada 2022. Penelitian tersebut menggunakan teori atau konsep *Communication Privacy Management (CPM) Theory (Petronio, 2002)*, *Privacy Disclosure Motivation*, dan *Factor Analysis Approach*. Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi remaja dalam melakukan *privacy disclosure* di Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis faktor untuk mengidentifikasi motif utama di balik keputusan mereka dalam berbagi informasi, serta mengevaluasi seberapa besar kesadaran privasi mempengaruhi perilaku mereka di media sosial. Peneliti memilih jenis penelitian kuantitatif berupa survei dengan metode *Confirmatory Factor Analysis* kepada 100 pengguna Instagram dengan akun publik di Jakarta sebagai sampelnya. Hasil penelitian menemukan enam faktor utama yang mendorong remaja melakukan *privacy disclosure* di Instagram. Faktor utama adalah *self-presentation*, di mana mereka membangun citra diri dan popularitas. Selain itu, *information storage* digunakan sebagai arsip digital, sementara *emotional support* membantu mereka mendapatkan dukungan sosial. *Relationship development* mempererat hubungan, *entertainment* menjadi sarana hiburan, dan *information sharing* digunakan untuk berbagi opini atau informasi. Meskipun sadar akan risiko privasi, motivasi sosial dan psikologis tetap membuat mereka aktif berbagi informasi di media sosial.

Penelitian terdahulu kesembilan disusun oleh Jari Murto & Päivi Korpisaari dengan judul “*Employee use of social media: Private, public or something else?*” yang dilakukan pada 2024. Penelitian tersebut menggunakan teori atau konsep *Freedom of Expression*, *Hybrid Role of Employee*, *Labour Law Doctrines*, dan *Social Media Policy*. Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk membahas bagaimana penggunaan media sosial oleh karyawan beroperasi dalam ranah pribadi dan publik serta bagaimana

intervensi yang dapat dilakukan oleh perusahaan terhadap perilaku media sosial karyawan mereka serta menyoroti konsep peran hibrida pekerja yang muncul akibat tumpang tindih antara identitas pribadi dan profesional di media sosial. Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan melakukan *Legal Analysis, Case Law Review, Policy Review, dan EU & International Labour Law Perspective*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial oleh pekerja menciptakan kompleksitas dalam hubungan antara hak pribadi dan profesionalisme. Perusahaan dapat menetapkan kebijakan media sosial, tetapi harus mempertimbangkan hak dasar pekerja, seperti kebebasan berekspresi dan privasi. Studi ini juga menyoroti bahwa pekerja sering kali menghadapi dilema dalam menjaga batas antara kehidupan pribadi dan profesional, terutama ketika mereka diharapkan untuk mempromosikan perusahaan mereka di media sosial pribadi.

Penelitian terdahulu kesepuluh disusun oleh Paul Thompson, Paula McDonald, dan Peter O'Connor dengan judul "*Employee dissent on social media and organizational discipline*" yang dilakukan pada 2019. Penelitian tersebut menggunakan teori atau konsep *Organizational Misbehavior, Employee Voice, Workplace Dissent, Social Media Governance*. Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk meneliti sejauh mana karyawan menyatakan ketidaksetujuan mereka melalui media sosial dan bagaimana organisasi menanggapi hal tersebut. Fokus utamanya adalah pada komentar kritis karyawan tentang organisasi, tempat kerja, atau manajemen yang diposting secara online, serta penggunaan media sosial untuk keperluan pribadi selama jam kerja. Peneliti memilih jenis penelitian kuantitatif berupa survei. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa adanya sejumlah perilaku ketidakpuasan karyawan yang diekspresikan secara online, meskipun sifatnya masih berkembang dan tidak merata. Selain itu, terdapat kontradiksi dalam pandangan karyawan mengenai hak pemberi kerja untuk memantau dan mendisiplinkan, sementara di sisi lain karyawan menegaskan hak mereka untuk berekspresi dan memiliki identitas online pribadi. Studi ini juga

menekankan perlunya kebijakan yang jelas dan konsisten dalam menangani ketidaksepakatan karyawan yang diekspresikan melalui media sosial, untuk menyeimbangkan kebebasan berekspresi dan perlindungan reputasi organisasi.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Peneliti, Tahun Terbit, Penerbit	Fokus Penelitian	Teori & Konsep	Metode Penelitian	Persamaan dengan penelitian ini	Perbedaan dengan penelitian ini	Hasil Penelitian
1.	<i>Self Disclosure</i> Generasi Milenial melalui <i>Second Account</i> Instagram	Edy Prihantoro, Karin Paula Iasha Damintana, dan Noviawan Rasyid Ohorella; 2020; Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 18, No. 3	Eksplorasi praktik <i>self disclosure</i> generasi milenial di <i>second account</i>	<i>Self Disclosure</i> (Johari Window) dan Fitur <i>Close Friend</i> sebagai Sarana <i>Self Disclosure</i>	Kualitatif; Deskriptif; Fenomenologi; Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi	Sama-sama mengkaji <i>second account</i> sebagai ruang ekspresi	Fokus pada generasi milenial, bukan pekerja kantoran	<i>Second account</i> digunakan untuk berbagi konten personal yang tidak bisa diunggah di akun utama
2.	<i>Privacy Anxiety on Micro-Influencers in Self-Disclosure through Add Yours on Instagram Social Media</i>	Alfi Hasanah Siregar; 2022; <i>Budapest International Research And Critics Institute-journal (Birci-journal)</i> Vol. 5, No. 3	Kecemasan privasi dan kontrol konten yang dialami <i>micro-influencer</i> saat mengungkapkan diri	<i>Communication Privacy Management (CPM)</i> , <i>Self Disclosure</i> dan <i>Privacy Anxiety</i>	Kualitatif; <i>Interview</i>	Sama-sama memakai teori CPM dan isu privasi digital	Fokus pada <i>micro-influencer</i> , bukan pekerja kantoran	<i>Micro-influencer</i> mengatur konten melalui selektivitas audiens untuk mengurangi kecemasan
3.	<i>Online Privacy Concerns and Privacy Management: A Meta-Analytical Review</i>	Lemi Baruh, Ekin Secinti, dan Zeynep Cemalcilar; 2017; <i>Journal of Communication</i> , Vol. 67, No. 1	Strategi perlindungan privasi pengguna internet	<i>Communication Privacy Management (CPM)</i> dan <i>Privacy Concern</i> dari Cho et al. (2010) dan Zhou dan Li (2014)	Kualitatif; <i>Meta Analysis</i>	Memberi fondasi teoritis tentang privasi digital	Tidak fokus pada Instagram atau pekerja kantoran	Mayoritas pengguna menunjukkan kekhawatiran terhadap kontrol data dan batasan informasi publik

4.	<i>Managing the virtual boundaries: Online social networks, disclosure, and privacy behaviors</i>	Mary Helen Millham dan David Atkin; 2016; <i>New Media & Society</i> Vol. 20(1), Sage Journals	Dinamika <i>disclosure</i> dan batas privasi di media sosial	<i>Communication Privacy Management (CPM) dan Self-Disclosure and Privacy</i> (Derlega & Chaikin, 1997)	Kuantitatif; Survei	Relevan untuk pemetaan batas personal dan profesional	Tidak membahas <i>second account</i> atau konteks pekerja Indonesia	Pengguna aktif mengelola batas komunikasi berdasarkan relasi dan konteks sosial
5.	Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Instagram Stories Remaja di Yogyakarta	Aprilia; 2022; Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3, No. 1	Praktik pengelolaan privasi remaja di Instagram Stories	<i>Communication Privacy Management (CPM) dan Fitur Close Friend sebagai Sarana Self Disclosure</i>	Kualitatif; Deskriptif; Wawancara (<i>Purposive Sampling</i>) & Observasi	Sama-sama fokus pada strategi kontrol privasi dan informasi	Subjek remaja, tidak dalam konteks dunia kerja	Remaja menggunakan fitur privat untuk menghindari penilaian sosial dari lingkungan luas
6.	Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram	Ferisa Nurul Kamilah dan Sri Budi Lestari; 2020; Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, Vol. 9, No. 1	Strategi privasi pengguna Instagram	<i>Communication Privacy Management (CPM), Self Disclosure</i> dan Instagram	Kualitatif; Interpretif; Fenomenologi; <i>Indepth Interview</i> , dan Dokumentasi	Sama-sama mengkaji Instagram dan CPM	Tidak fokus pada <i>second account</i> atau pekerja kantoran	Privasi bersifat kontekstual dan disesuaikan dengan siapa yang menjadi audiens
7.	<i>Factors of Public Self-Disclosure Via Instagram Stories</i>	Sheila Eunice Purmiasa, Desi Yoanita, Daniel Budiana; 2020; Atlantis Press SARL (dalam <i>Advances in Social Science</i> ,	Faktor yang mempengaruhi keterbukaan diri di Instagram Stories	<i>Communication Privacy Management (CPM), Public Self Disclosure on Social Networking Sites</i> , dan	Kuantitatif; Survei	Sama-sama bahas pola <i>self disclosure</i>	Tidak fokus pada ruang tertutup seperti <i>second account</i>	<i>Self disclosure</i> dipengaruhi oleh intensi, kenyamanan, dan kedekatan audiens

		Education and Humanities Research, Vol. 423)		<i>Factors Causing Public Self-Disclosure</i>				
8.	<i>Privacy Crisis on Instagram: A Factor Analysis Approach on Motivation Behind Privacy Disclosure in Adolescents</i>	Vivi Varlina, Thesalonika Lefanya Kara Duma; 2022; Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol. 7, No. 1	Motivasi remaja dalam mengungkapkan informasi pribadi di Instagram	<i>Communication Privacy Management (CPM); Privacy Disclosure Motivation, dan Factor Analysis Approach</i>	Kuantitatif; Survei	Sama-sama membahas dorongan membuka informasi pribadi	Fokus pada remaja dan krisis privasi, bukan pekerja kantoran	Privasi digital dipengaruhi tekanan <i>peer group</i> dan persepsi lingkungan <i>online</i>
9.	<i>Employee use of social media: Private, public or something else?</i>	Jari Murto & Päivi Korpisaari; 2024; <i>European Labour Law Journal</i> , Vol. 16(1), Sage Publications	Ambiguitas batas antara ruang privat dan publik di media sosial kerja	<i>Freedom of Expression, Hybrid Role of Employee, Labour Law Doctrines, dan Social Media Policy</i>	Kualitatif; <i>Legal Analysis, Case Law Review, Policy Review, dan EU & International Labour Law Perspective</i>	Menyoroti dilema komunikasi daring karyawan	Tidak membahas praktik <i>second account</i> secara khusus	Penggunaan media sosial bersifat hibrida: personal tapi berdampak profesional
10.	<i>Employee dissent on social media and organizational discipline</i>	Paul Thompson, Paula McDonald, dan Peter O'Connor; 2019; Jurnal <i>Human Relations</i> , Vol. 73, No. 5	Konflik antara kebebasan ekspresi dan disiplin organisasi di media sosial	<i>Organizational Misbehavior, Employee Voice, Workplace Dissent, Social Media Governance</i>	Kuantitatif; Survei	Sama-sama mengkaji risiko komunikasi pekerja di media sosial	Tidak meneliti mekanisme privasi atau akun pribadi	Karyawan tetap menyoroti kritik meski sadar risiko profesional dan sanksi organisasi

Sumber: Data Olahan Penelitian (2024)

Penelitian ini akan menyajikan perspektif baru tentang bagaimana pekerja kantoran menjaga keseimbangan antara kehidupan profesional dan pribadi di media sosial serta alasan di balik pengungkapan informasi pribadi mereka. Studi-studi sebelumnya mengenai *self disclosure* di media sosial umumnya masih berfokus pada pengguna remaja, mahasiswa, atau konteks relasi interpersonal non-profesional. Sementara itu, aspek pengelolaan privasi oleh pekerja kantoran dalam konteks *second account* belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Dengan mengedepankan *second account* sebagai sarana pengungkapan diri yang selektif dan strategis, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literatur *self disclosure* dan *communication privacy management*, sekaligus mengisi kekosongan dalam kajian mengenai dinamika komunikasi digital di kalangan pekerja kantoran, yang memiliki tekanan sosial dan profesional berbeda dari kelompok pengguna lainnya.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Communication Privacy Management (CPM)*

Dalam penelitian ini, teori *Communication Privacy Management (CPM)* digunakan sebagai landasan untuk memahami bagaimana pekerja kantoran mengelola, berbagi, dan menjaga informasi pribadi mereka. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana individu menetapkan batasan dan aturan terkait siapa yang diberikan akses untuk mengetahui informasi pribadi mereka. Petronio (2002) menjelaskan bahwa individu memiliki kendali penuh untuk memutuskan apakah mereka ingin membagikannya atau menyimpan informasi pribadi, didasarkan pada standar yang mereka nilai penting. Dikarenakan setiap individu memiliki hak eksklusif dalam menentukan siapa yang dapat mengakses informasi tersebut serta dalam bentuk apa informasi itu dibagikan. Seiring perkembangan teknologi, prinsip kontrol dan kepemilikan informasi ini tetap relevan. Dalam konteks digital, risiko pelanggaran privasi justru memperkuat urgensi individu untuk mempertahankan kendali atas informasi yang mereka

anggap pribadi dengan cara mengatur ulang batas serta aturan berbagi sesuai kebutuhan (Petronio, 2021).

Teori *Communication Privacy Management* (CPM) juga menggambarkan proses negosiasi yang dilakukan seseorang dalam mengelola privasi mereka (Njotorahardjo, 2014). Proses ini mencakup keputusan pada level individu hingga level kelompok atau organisasi yang lebih luas dengan mempertimbangkan informasi mana yang dapat diungkapkan dan mana yang perlu dirahasiakan. Petronio et al. (2022) berpendapat bahwa informasi pribadi terdiri dari data yang bersifat intim dan privat yang hanya dibagikan dalam situasi tertentu. Pemilik informasi, yang dikenal sebagai *information owner*, memiliki kendali penuh atas informasi tersebut dan berhak menentukan kapan serta kepada siapa informasi tersebut akan dibagikan. Kemudian, mereka yang diberi akses terbatas disebut sebagai *selected co-owners*.

Terdapat lima asumsi dasar yang membentuk sistem manajemen aturan serta mendefinisikan karakteristik dari teori *Communication Privacy Management* (CPM). Berikut merupakan penjelasan mengenai kelima asumsi tersebut (Petronio, 2002; Littlejohn et al., 2017), antara lain:

1) Informasi Privat (*Private Information*)

Teori ini menekankan bahwa individu memiliki hak penuh untuk mengendalikan informasi pribadi mereka. Keputusan untuk membagikan atau menyembunyikan informasi biasanya dipengaruhi oleh tingkat keintiman dengan orang lain. Petronio et al. (2022) menegaskan bahwa informasi pribadi tidak selalu identik dengan kerahasiaan objektif, melainkan sangat bergantung pada penilaian subjektif pemiliknya. Artinya, segala bentuk data, mulai dari informasi faktual hingga ekspresi emosional, dapat dikategorikan sebagai pribadi bila individu merasa perlu membatasi aksesnya. Informasi tersebut tidak terbatas pada rahasia, tetapi mencakup data yang secara sosial dan personal

dianggap tidak layak dibagikan secara terbuka. Petronio (2021, p. 391) menambahkan bahwa dalam konteks digital, kondisi risiko dan kerentanan semakin memperkuat pentingnya kepemilikan atas informasi yang dianggap privat oleh pemiliknya.

2) Batasan Privat (*Privacy Boundaries*)

Setiap individu menetapkan batasan yang mengatur informasi pribadi mereka, yang membedakan antara informasi yang bersifat privat dan publik. Batasan ini berfungsi untuk menentukan kapan dan dalam kondisi apa seseorang menunjukkan sikap publik atau privat serta menciptakan garis pemisah yang penting dalam pengelolaan informasi. Berikut merupakan jenis batasan privasi yang terbagi menjadi dua:

a. Batasan Kolektif (*Collective Boundaries*)

Ketika informasi dibagikan kepada orang lain, batasan tersebut berpindah dari batasan personal menjadi kolektif. Informasi tersebut kini berada dalam kontrol bersama antara pemilik awal dan penerima. Hal ini mengartikan bahwa orang yang diberi akses memiliki tanggung jawab bersama dalam menjaga informasi tersebut. Prinsip ini juga ikut berkembang, tidak hanya untuk komunikasi tatap muka, tetapi juga dalam ranah digital karena individu tetap melakukan pembentukan dan koordinasi batas walau dalam bentuk yang lebih fleksibel dan terkadang tidak disadari. Child dan Petronio (2011, p. 25) menyatakan bahwa meskipun saluran komunikasi berubah menjadi berbasis teknologi, individu tetap menetapkan aturan pengelolaan informasi yang dibagikan, termasuk siapa yang boleh mengaksesnya dan sejauh mana informasi tersebut dapat diteruskan berdasarkan karakteristik audiens dan situasi sosialnya. Bahkan, menurut Petronio (2021, p. 395), konsep

boundary coordination telah secara langsung diterapkan dalam konteks media sosial, di mana batas informasi dikelola bersama oleh pemilik dan penerima informasi melalui fitur digital seperti pengaturan privasi, grup tertutup, atau daftar audiens terbatas.

b. Batasan Pribadi (*Personal Boundaries*)

Individu memilih untuk menjaga informasi pribadinya hanya untuk dirinya sendiri. Informasi tersebut tetap berada di bawah kendali penuh pemiliknya, sehingga tidak ada pihak lain yang dapat mengaksesnya atau tanggung jawab terhadapnya.

3) Kontrol dan Kepemilikan (*Control and Ownership*)

Kontrol atas informasi pribadi dianggap sangat krusial karena individu menganggap informasi tersebut sebagai milik mereka. Dalam konteks CPM, individu memiliki hak untuk menentukan siapa yang diperbolehkan dan siapa yang tidak diperbolehkan mengakses informasi pribadi. Ketika seseorang memberikan izin kepada orang lain, orang tersebut menjadi pemilik kedua atau *second owner* dari informasi tersebut.

4) Sistem Manajemen Berbasis Aturan (*Rule-Based Management System*)

CPM berfungsi dengan mengikuti aturan yang ditetapkan oleh pemilik informasi untuk menjaga agar informasi tetap dalam batasan yang telah ditentukan. Terdapat tiga proses dalam manajemen berbasis aturan:

- Karakteristik Aturan Privasi (*Privacy Rules Characteristics*): Menyediakan pemahaman tentang alasan individu memilih untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi. Aturan ini dibentuk berdasarkan norma budaya, motivasi personal, konteks sosial, dan persepsi risiko yang dirasakan

oleh pemilik informasi. Seiring bergesernya bentuk komunikasi ke arah yang lebih terdigitalisasi, individu tetap berupaya mempertahankan kendali atas informasi pribadi mereka dengan menyesuaikan aturan privasi yang dimiliki, sebagaimana dijelaskan oleh Petronio (2021, p. 394) bahwa penyesuaian tersebut menjadi upaya untuk menjaga keseimbangan sistem pengelolaan privasi yang dimiliki.

- Koordinasi Batas (*Boundary Coordination*): Mengatur cara informasi yang dimiliki oleh pemilik kedua dikelola, termasuk aspek keterkaitan, kepemilikan, dan permeabilitas batas. Proses ini mencakup penyesuaian tanggung jawab antar pemilik informasi. Bentuk koordinasi batas tetap berlangsung meskipun bersifat implisit dalam ranah digital. Child dan Petronio (2015, p. 39) menunjukkan bahwa pengguna media sosial dan platform digital tetap menyusun peran sosial, seperti siapa yang boleh menyimpan, membalas, atau menyebarkan informasi dalam ruang digital yang tertutup.
- Turbulensi Batas (*Boundary Turbulence*): Merujuk pada gangguan yang mungkin muncul saat mengontrol aliran informasi pribadi terhadap pihak ketiga. Hal ini terjadi ketika aturan privasi tidak dipahami atau dilanggar oleh *co-owner*. Pada komunikasi digital, Child dan Petronio (2015, p. 25) mencatat bahwa turbulensi sering muncul dalam situasi ketika anggota keluarga, misalnya, membagikan informasi sensitif keluar grup digital tanpa izin, menimbulkan konflik dan pelanggaran ekspektasi batas.

5) Dialektika Manajemen atas Informasi Privat (*Privacy Management Dialectics*)

Individu seringkali menghadapi dilema atau ketegangan antara keinginan untuk mengungkapkan informasi pribadi demi

membangun atau mempertahankan kedekatan relasional, dan kebutuhan untuk menjaga kerahasiaannya demi rasa aman dan kendali diri. Ketegangan ini semakin kompleks ketika komunikasi berlangsung dalam ruang yang terbuka dan berpotensi diakses luas, seperti pada platform digital. Dalam situasi tersebut, dorongan untuk berbagi agar tetap terhubung secara sosial dapat berbenturan dengan kekhawatiran akan kemungkinan informasi menyebar di luar batas yang diharapkan. Child dan Petronio (2011, p. 22) menjelaskan bahwa meningkatnya aksesibilitas informasi dalam komunikasi digital menuntut individu untuk menyeimbangkan antara keterbukaan dan kontrol atas privasi mereka. Ketika *co-owner* tidak dapat menjalankan komitmen dalam menjaga informasi sesuai aturan yang telah disepakati, dilema ini dapat memicu penyesuaian ulang terhadap batas privasi yang sebelumnya telah ditetapkan (Child & Petronio, 2015, dalam Petronio, 2021, p. 397).

Dalam proses pengungkapan, pemilik informasi mematuhi aturan privasi (*privacy rules*) sebagai panduan dalam mengelola informasi Smith & Brunner dalam Petronio & Child, (2020). Jika aturan ini dilanggar, maka terjadi akan *privacy turbulence*, yakni gangguan atau pelanggaran terhadap kontrol privasi. Petronio dalam Littlejohn et al. (2017) dalam teori *Communication Privacy Management* (CPM) juga mengungkapkan bagaimana individu mengelola dan melindungi informasi pribadi mereka melalui struktur batasan privasi. Berikut merupakan tiga elemen utama dalam teori ini:

1) Kepemilikan Privasi (*Privacy Ownership*)

Individu meyakini bahwa informasi pribadi adalah milik mereka sepenuhnya. Konsep ini menggambarkan bahwa individu membayangkan adanya batas simbolis yang memisahkan informasi pribadi dari yang dapat dibagikan, dan batas tersebut menjadi

acuan untuk mengatur siapa yang memiliki akses terhadap informasi tersebut (Petronio, 2021, p. 392). Dikarenakan pemilik informasi ini merasa berhak untuk melindungi dan menentukan bagaimana informasi tersebut digunakan dan disebarluaskan kepada pihak lain.

2) Kontrol Privasi (*Privacy Control*)

Elemen ini melibatkan pengaturan kapan, bagaimana, dan kepada siapa informasi pribadi diungkapkan. Dalam kendali ini memungkinkan individu untuk menyesuaikan batas privasi mereka dengan keadaan dan kondisi yang berkembang. Petronio (2021, p. 393) menjelaskan bahwa aturan privasi tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk dan disesuaikan ulang seiring dengan perubahan kebutuhan pemilik informasi serta tingkat kepercayaan terhadap pihak yang diberi akses. Fleksibilitas ini menjadi penting dalam sistem pengelolaan privasi, terutama saat informasi dipertukarkan melalui saluran yang semakin terbuka dan kompleks pada saluran digital. Pengaturan ini dilakukan melalui aturan privasi, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti:

a. Budaya

Setiap budaya memiliki nilai dan norma yang berbeda dalam mengelola informasi pribadi yang mempengaruhi cara individu berinteraksi dan menentukan informasi apa yang seharusnya diungkapkan.

b. Gender

Perbedaan antara laki-laki dan perempuan seringkali mempengaruhi pendekatan mereka dalam mengelola privasi yang berdampak pada batasan informasi yang mereka tetapkan.

c. Motivasi

Kebutuhan dan penilaian individu termasuk keinginan untuk mengekspresikan diri, melindungi diri, atau memahami diri, dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi. Petronio (2021, p. 394) menyebut bahwa perubahan dalam motivasi atau tujuan personal sering menjadi pemicu bagi individu untuk merevisi aturan privasi demi mencapai hasil tertentu.

d. Kontekstual

Dalam situasi tertentu seperti pengalaman traumatis atau sesi terapi, dapat mempengaruhi cara individu menerapkan dan menyesuaikan aturan privasi mereka, terutama dalam konteks media sosial. Child dan Petronio (2015, p. 65) mencatat bahwa pengguna dalam komunikasi keluarga digital sering melakukan penyesuaian situasional terhadap aturan privasi ketika batasan yang telah dibuat sebelumnya tidak lagi dianggap sesuai.

e. Manfaat dan Risiko

Individu perlu menilai keuntungan dan kemungkinan risiko yang berkaitan dengan pembagian informasi pribadi untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana terkait batasan informasi. Evaluasi ini penting agar pengungkapan informasi tetap berada dalam kontrol dan tidak menimbulkan gangguan terhadap privasi yang telah dirancang sebelumnya.

3) Turbulensi Privasi (*Privacy Turbulence*)

Ketika aturan privasi yang telah ditetapkan tidak diikuti atau dilanggar oleh pihak yang diberi akses, sistem pengelolaan privasi dapat terganggu. Petronio (2021, p. 396) menekankan bahwa *privacy turbulence* merepresentasikan kondisi di mana pelanggaran

atau kesalahan dalam pengelolaan informasi pribadi memunculkan kebutuhan untuk menyesuaikan ulang aturan yang telah ada, agar sistem tetap berfungsi dengan baik. Pelanggaran aturan ini dapat memicu konflik dan membuat individu lebih berhati-hati dalam mengungkapkan informasi pribadinya di kemudian hari.

Child, Pearson, dan Petronio (dalam Hollenbaugh, 2019) juga membahas bahwa di media sosial, manajemen privasi sering kali lebih terbuka dengan batasan privasi yang lebih longgar. Pengguna dengan gaya privasi terbuka cenderung lebih bebas membagikan informasi tanpa terlalu membatasi siapa yang dapat mengakses atau meresponsnya. Oleh karena itu, teori *Communication Privacy Management* (CPM) menekankan bahwa tingkat pengungkapan dan penyembunyian informasi pribadi dikelola melalui sistem aturan. Dalam konteks ini, individu menerapkan kriteria untuk mengatur sejauh mana akses atau perlindungan yang diberikan terhadap informasi pribadi mereka. Kebijakan privasi berfungsi sebagai acuan dalam semua aspek dalam mengelola *self disclosure* dan penyimpanan informasi, termasuk menetapkan siapa yang berhak menerima informasi, kapan, dan seberapa banyak informasi yang akan dibagikan, lokasi di mana pengungkapan terjadi, serta metode untuk menyembunyikan informasi.

Meskipun saluran komunikasi telah bergeser dari tatap muka ke platform digital yang lebih terbuka dan masif, prinsip dasar teori *Communication Privacy Management* (CPM) tetap relevan dan dapat diterapkan dalam pengelolaan informasi pribadi di ruang digital. Pergeseran ini justru menegaskan pentingnya keberadaan mekanisme aturan yang fleksibel namun terstruktur untuk menjaga kendali individu atas informasi yang dimiliki. Petronio (2021, p. 397) menekankan bahwa kebutuhan untuk menyesuaikan aturan privasi menjadi bagian penting dari upaya mempertahankan sistem manajemen privasi, khususnya ketika individu menghadapi situasi yang menimbulkan turbulensi atau

pelanggaran batas informasi. Dalam konteks komunikasi berbasis teknologi, ketidakselarasan aturan atau ekspektasi yang tidak terpenuhi mendorong individu untuk melakukan negosiasi ulang dan penyesuaian terhadap batas privasi. Sebagaimana dijelaskan oleh Child et al. (2011, p. 25), pelanggaran batas oleh *co-owner* sering kali mengharuskan pemilik informasi untuk menyesuaikan kembali strategi pengelolaan privasinya agar tetap sejalan dengan kebutuhan dan harapan yang terus berkembang. Dengan demikian, teori *Communication Privacy Management* tidak hanya mempertahankan relevansinya, tetapi juga menunjukkan kapasitas adaptifnya dalam menjawab tantangan komunikasi digital yang kompleks dan dinamis.

2.3 Landasan Konsep

2.3.1 *Self Disclosure*

Dalam studi komunikasi interpersonal, *self disclosure* diakui sebagai pendekatan yang penting, karena pada dasarnya *self disclosure* merupakan tindakan di mana seseorang membagikan informasi pribadi yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain (DeVito, 2022). Proses ini mencakup aspek kognitif dan emosional, sehingga interaksi yang terjadi dapat membangun kenyamanan ketika individu merasa saling memahami dan memiliki hubungan yang lebih mendalam. Informasi yang diungkapkan meliputi pikiran, perasaan, dan perilaku, yang disampaikan melalui komunikasi yang efektif. Dengan adanya keterbukaan ini, hubungan antarindividu menjadi lebih erat, dan kepercayaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi cenderung meningkat (DeVito, 2022, p. 110). Selain itu, *self disclosure* dapat memperkuat ikatan antar individu dengan meningkatkan rasa percaya dan keterbukaan yang merupakan komponen penting dalam komunikasi yang sehat.

Menurut DeVito (2022), terdapat enam faktor yang mempengaruhi sejauh mana seseorang melakukan *self disclosure*:

1. *You*

Individu yang *ekstrovert* dan memiliki kemampuan bersosialisasi yang baik cenderung lebih sering mengungkapkan diri dibandingkan dengan individu yang *introvert* atau kurang percaya diri. Seseorang yang merasa takut untuk berbicara atau berkomunikasi umumnya juga kurang melakukan *self disclosure* (DeVito, 2022, p. 122). Selain itu, individu yang lebih kompeten dalam berkomunikasi cenderung lebih terbuka, karena mereka memiliki kepercayaan diri dan banyak hal yang ingin diungkapkan.

2. *Your Culture*

Budaya berperan penting dalam menentukan tingkat keterbukaan seseorang. Seperti contohnya orang yang tinggal di Amerika Serikat cenderung lebih terbuka dalam membicarakan hal-hal pribadi dibandingkan dengan orang Jepang yang lebih menghargai privasi.

3. *Your Gender*

Jenis kelamin juga menjadi faktor penting dalam *self disclosure*. Perempuan lebih sering berbagi tentang perasaan pribadi, terutama yang berkaitan dengan hubungan romantis, dibandingkan laki-laki yang cenderung lebih tertutup dalam hal-hal emosional.

4. *Your Listener*

Individu cenderung lebih terbuka kepada orang yang mereka sukai dan percayai. *Self disclosure* juga cenderung lebih sering terjadi dalam kelompok kecil dibandingkan dengan kelompok besar atau dengan orang yang seusia atau memiliki kesamaan dalam berbagai aspek, di mana interaksi lebih intim dan respon dari pendengar dapat lebih mudah diserap. Selain itu, sifat timbal balik dalam keterbukaan juga memainkan peran jika seseorang membagikan informasi pribadi kepada kita, maka kita akan lebih mungkin melakukan hal yang sama.

5. *Your Topic*

Tingkat keterbukaan seseorang juga dipengaruhi oleh topik pembicaraan. Beberapa individu mungkin akan merasa lebih nyaman untuk berbagi ketika topik yang diangkat bersifat ringan atau umum seperti hobi, tetapi cenderung lebih berhati-hati saat diskusi menyentuh hal-hal yang lebih pribadi.

6. *Your Media*

Saluran komunikasi yang digunakan juga mempengaruhi bagaimana seseorang melakukan *self disclosure*. Beberapa individu merasa lebih nyaman berbagi informasi secara langsung dalam interaksi tatap muka, sementara yang lain lebih suka menggunakan media sosial atau pesan teks untuk mengekspresikan diri (DeVito, 2022, p. 130). Khususnya media sosial yang telah menciptakan budaya di mana berbagi informasi pribadi (*oversharing*) sering dianggap sebagai hal yang biasa, meskipun konsekuensi dari pengungkapan tersebut bisa bersifat permanen dan publik.

Di samping faktor-faktor tersebut, menurut DeVito (2022), terdapat juga beberapa dimensi yang penting untuk dipahami dalam konteks *self disclosure* dikarenakan hal tersebut merupakan proses yang kompleks dan melibatkan sejumlah dimensi yang dapat mempengaruhi tingkat kesediaan seseorang untuk membagikan informasi tentang dirinya. Berikut merupakan dimensi-dimensi yang perlu diperhatikan dalam memahami dalam *self disclosure*:

a) *Depth* (Kedalaman)

Dimensi kedalaman pengungkapan merujuk pada sejauh mana informasi yang diungkapkan bersifat pribadi atau intim. *Self disclosure* dapat meliputi informasi yang bersifat umum dan tidak sensitif hingga aspek-aspek yang sangat pribadi, seperti pengalaman emosional atau keyakinan. Semakin dalam

pengungkapan, semakin besar peluang untuk membangun keintiman dalam suatu hubungan.

b) *Breadth* (Lebar)

Luasnya pengungkapan akan berkaitan dengan variasi topik yang dapat dibahas dalam *self disclosure*. Hal ini mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti minat, hobi, nilai, dan pengalaman. Meskipun terdapat pengungkapan yang mendalam dalam suatu topik, lebar pengungkapan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang individu tersebut.

c) *Frequency* (Frekuensi)

Dimensi frekuensi mengacu pada seberapa sering seseorang melakukan *self disclosure*. Beberapa orang lebih cenderung berbagi secara teratur dalam interaksi sosial mereka, sementara lainnya mungkin hanya melakukan pengungkapan pada saat-saat tertentu atau dalam situasi yang mendukung keterbukaan.

d) *Duration* (Durasi)

Durasi berhubungan dengan berapa lama informasi tersebut diungkapkan. Beberapa individu mungkin mengungkapkan diri mereka dalam waktu singkat, sedangkan yang lain bisa terlibat dalam percakapan panjang untuk menjelaskan lebih rinci tentang diri mereka.

e) *Confidentiality* (Konfidensialitas)

Dimensi ini mencakup seberapa nyaman dan aman seseorang merasa saat berbagi informasi pribadi. Tingkat keterbukaan seseorang sering kali dipengaruhi oleh keyakinan bahwa informasi yang diungkapkan akan tetap dijaga kerahasiaannya oleh orang lain. Rasa percaya ini sangat penting untuk mendorong individu melakukan lebih banyak pengungkapan.

f) *Response* (Respon)

Respon berkaitan dengan bagaimana orang lain menanggapi *self disclosure*. Tanggapan positif dari orang lain dapat memotivasi individu untuk lebih terbuka di masa depan, sementara tanggapan negatif bisa membuat mereka enggan untuk melakukan pengungkapan lebih lanjut.

Dengan memahami berbagai dimensi *self disclosure*, hal inilah yang sangat penting dalam konteks interaksi sosial. Individu dapat mengenali bahwa proses ini bersifat kompleks, dinamis, dan dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan kontekstual. *Self disclosure* tidak selalu bersifat positif karena dalam situasi tertentu, pengungkapan diri dapat menimbulkan kerentanan, kesalahpahaman, atau bahkan konsekuensi sosial, tergantung pada bagaimana, kapan, dan kepada siapa informasi tersebut dibagikan.

Seperti yang dinyatakan oleh DeVito (2022, p. 110), *self disclosure* melibatkan risiko dalam menyampaikan informasi yang bersifat pribadi, tetapi juga memberikan kesempatan untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan saling percaya. Meskipun terdapat manfaat dari keterbukaan ini, risiko tetap ada karena informasi yang diungkapkan bisa disalahgunakan atau menimbulkan ketegangan dalam hubungan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan baik keuntungan maupun kerugian yang mungkin muncul dari praktik *self disclosure* sebelum melakukannya agar dapat menghindari potensi konsekuensi negatif. Berikut adalah beberapa keuntungan yang dapat timbul dalam melakukan *self disclosure*:

a) *Increases Self-Knowledge*

Dengan melakukan *self disclosure*, individu memiliki kesempatan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai diri mereka. Selain itu, tanggapan dari orang lain dapat berperan dalam meningkatkan penerimaan diri dan memperkuat citra diri.

b) *Increases Communication Effectiveness*

Keterbukaan diri membantu memperkuat kedekatan emosional dengan orang lain, sehingga menciptakan komunikasi yang lebih efektif dan meningkatkan kepuasan dalam hubungan.

c) *Prevents Misconceptions*

Seseorang dapat menghindari kesalahpahaman melalui *self disclosure*. Dalam hubungan, keterbukaan dapat mencegah pasangan atau teman dari menebak-nebak perasaan atau niat seseorang, sehingga mengurangi ketidakjelasan dalam komunikasi.

d) *Improves Physiological Health*

Self disclosure juga bermanfaat bagi kesehatan fisik. Dengan berbagi beban emosional atau perasaan yang terpendam, seseorang dapat merasakan kelegaan, yang berdampak pada pengurangan stres dan peningkatan kesehatan secara keseluruhan.

e) *Increases Liking and Perceived Attractiveness*

Individu yang sering melakukan *self disclosure* lebih cenderung dinilai positif oleh orang lain. Keterbukaan ini dapat meningkatkan daya tarik serta membuat individu tersebut lebih disukai dalam interaksi sosial.

Selain keuntungannya, kerugian juga dapat timbul jika individu cenderung berlebihan dalam berbagi informasi melalui media sosial, yang dapat menyebabkan informasi tersebut tersimpan atau meninggalkan jejak digital yang permanen. Di bawah ini merupakan beberapa risiko atau kerugian menurut DeVito (2022) yang terkait dengan *self disclosure*, antara lain:

a) *Personal Risks*

Membuka diri tentang aspek yang tidak sejalan dengan norma atau keyakinan orang lain dapat menimbulkan risiko personal, seperti penolakan atau kritik dari pendengar.

b) *Relational Risks*

Dalam konteks hubungan, *self disclosure* yang berlebihan dapat menimbulkan ketegangan atau konflik, terutama jika informasi yang dibagikan bersifat sensitif atau menyakitkan, seperti pengakuan mengenai pelanggaran kepercayaan.

c) *Professional Risks*

Di dunia kerja, *self disclosure* yang tidak tepat, terutama terkait topik sensitif seperti keyakinan agama atau pandangan politik, dapat merusak hubungan profesional dan menimbulkan stigma negatif terhadap individu.

Berdasarkan paparan di atas terkait faktor, dimensi, keuntungan serta kerugian dalam *self disclosure*, terdapat model Johari Window yang merupakan suatu konsep *self disclosure* yang penting dan relevan dalam memahami cara individu menggambarkan diri mereka dalam interaksi sosial. Teori ini diperkenalkan oleh psikolog ternama asal Amerika Serikat, Joseph Luft dan Harrington Ingham pada tahun 1955 sehingga memiliki hubungan yang erat dengan kecerdasan emosional, yang mencakup kesadaran, perasaan, dan proses pengungkapan diri manusia. Istilah "Johari" merupakan gabungan dari nama Joseph dan Harrington.

Teori ini juga berperan dalam membantu individu menggali lebih dalam tentang kesadaran diri (*self-awareness*). Kesadaran diri mencerminkan sejauh mana seseorang memahami dirinya, termasuk kelebihan, kelemahan, pikiran, perasaan, serta kecenderungan kepribadian mereka. Memahami konsep diri merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kesadaran diri. Model Johari Window memperlihatkan empat kuadran yang menggambarkan bagaimana informasi tentang diri dipahami oleh individu itu sendiri dan orang lain, di mana jendela ini dapat bervariasi seiring waktu (DeVito, 2022). Hal ini juga memberikan pemahaman tentang interaksi interpersonal dengan mengidentifikasi kuadran-kuadran yang muncul dari interaksi antara pengetahuan diri dan *self disclosure*. Berfungsi untuk menjelaskan berbagai aspek pribadi dan

bagaimana penilaian orang lain terhadap individu tersebut melalui proses *self disclosure*.

Tabel 2.2 Self Disclosure Model Johari Window

	<i>Known to Self</i>	<i>Not Known to Self</i>
<i>Known to Others</i>	<i>Open Self</i>	<i>Blind Self</i>
<i>Not Known to Others</i>	<i>Hidden Self</i>	<i>Unknown Self</i>

Sumber: DeVito (2022)

1) *Open Self (Open Area)*

Open area atau bagian terbuka menggambarkan bagian dari diri seseorang yang dapat diakses baik oleh individu itu sendiri maupun oleh orang lain. Area ini meliputi berbagai informasi tentang diri, termasuk perilaku, sikap, perasaan, keinginan, dan motivasi. Contoh dari informasi yang berada di open area ini mencakup nama, jenis kelamin, warna kulit, usia, pandangan agama, dan politik. Sebagian orang mungkin lebih terbuka kepada individu tertentu yang memberikan rasa nyaman, sedangkan yang lain cenderung lebih tertutup.

2) *Blind Self (Blind Area)*

Blind area atau bagian buta adalah area di mana informasi dan perilaku diketahui oleh orang lain tetapi tidak disadari oleh individu itu sendiri. Dalam bagian ini, orang lain dapat mengamati kelemahan atau kekurangan yang mungkin tidak disadari oleh individu tersebut. *Blind area* ini sulit untuk dihilangkan, kecuali individu tersebut melakukan refleksi dan evaluasi terhadap norma, nilai, serta perspektif yang dianut oleh orang lain.

3) *Hidden Self (Hidden Area)*

Hidden area atau bagian tersembunyi merupakan bagian dari diri yang dikenal oleh individu itu sendiri namun sengaja disembunyikan dari orang lain. Informasi dalam area ini dapat beragam, mulai dari ketakutan, pencapaian, masalah keuangan, hingga kesehatan mental. Ketersembunyian ini umumnya berkaitan dengan informasi yang tidak ingin dibagikan, baik yang relevan maupun tidak relevan dengan konteks pembicaraan.

4) *Unknown Self (Unknown Area)*

Unknown area atau bagian tak dikenal adalah aspek diri yang tidak diketahui oleh individu tersebut maupun orang lain. Di area ini, individu mungkin tidak menyadari potensi atau karakteristik tertentu yang belum terungkap. Kondisi ini dapat mengakibatkan miskomunikasi dan kesalahpahaman karena baik individu maupun orang lain tidak memiliki pemahaman yang jelas mengenai aspek-aspek tersebut.

2.3.2 *Second Account Instagram*

Pada media sosial seperti Instagram, *second account* merujuk pada akun alternatif yang dimiliki individu selain *first account* mereka. Penggunaan akun ini memiliki tujuan utama untuk membatasi akses dan memfilter audiens yang dapat melihat konten yang lebih pribadi dan informal. Sebagaimana diungkapkan oleh Sukendro et al. (2022, p. 20), pengguna media sosial sering menciptakan *second account* untuk mengelola eksposur diri dan menjaga kontrol terhadap privasi di ranah digital. Konsep ini sejalan dengan temuan Ellison et al. (2011), yang menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk memiliki berbagai identitas yang fleksibel. Pengguna cenderung menunjukkan diri dengan citra yang profesional atau sesuai dengan ekspektasi sosial di *first account*, sedangkan *second account* berfungsi

sebagai ruang untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas dan autentik tanpa adanya tekanan dari audiens publik yang lebih luas.

Second account memainkan peran penting dalam manajemen privasi. Mahardika & Farida (2019, p. 34) menegaskan bahwa pengguna media sosial semakin menyadari pentingnya menjaga keseimbangan antara keterbukaan dan privasi di lingkungan daring. Hal ini sejalan dengan teori *Communication Privacy Management* (CPM) yang dikemukakan oleh Petronio (2002), di mana individu berperan sebagai "penjaga privasi" yang menentukan siapa saja yang boleh mengakses informasi pribadi mereka. Sebagai contoh, pengguna sering memanfaatkan *second account* untuk lebih bebas mengekspresikan diri tanpa melanggar batasan privasi yang mereka tetapkan di *first account* (Debatin et al., 2009, p. 88). Dalam hal ini, (Kamilah & Lestari, 2020, p. 5) menambahkan bahwa *second account* seringkali menjadi ruang yang lebih intim dan aman untuk berbagi konten pribadi, memungkinkan kontrol lebih ketat terhadap siapa yang dapat mengakses informasi tersebut.

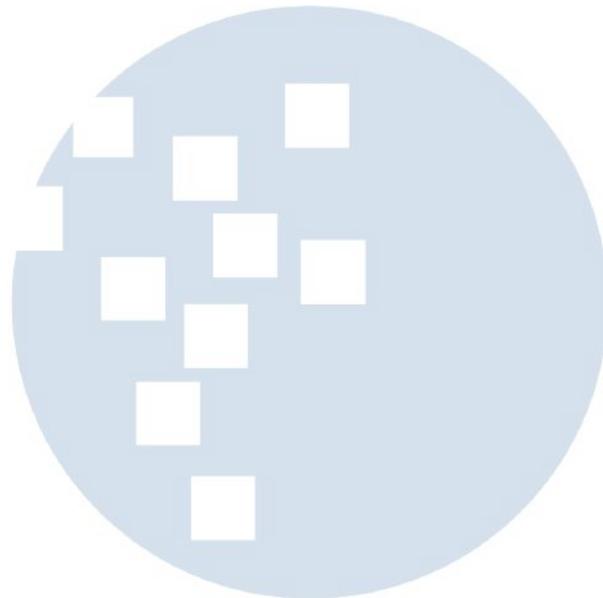
Selain untuk manajemen privasi, *second account* juga sangat terkait dengan *self disclosure*. Tufekci (2008, p. 20) menyatakan bahwa tekanan sosial di media sosial memaksa pengguna untuk menampilkan diri mereka sesuai dengan harapan publik yang lebih luas. Dalam konteks ini, *second account* memberikan ruang yang lebih aman bagi pengguna untuk berbagi aspek kehidupan yang lebih pribadi. Hal ini dikuatkan oleh Wicaksono (2017, p. 42) yang menyoroti bahwa *second account* membuat pengguna merasa lebih bebas mengekspresikan diri tanpa takut akan tekanan atau penghakiman dari audiens yang lebih besar di *first account*. Selain itu, Luttrell (2016, p. 106) mengemukakan bahwa pengguna media sosial seringkali menciptakan lingkungan yang lebih nyaman bagi diri mereka sendiri melalui pembatasan audiens, sehingga mereka dapat berbagi konten yang lebih jujur dan personal di *second account* ini.

Dalam konteks identitas digital, *second account* merupakan alat yang efektif untuk mengelola persepsi yang berbeda di antara berbagai kelompok sosial. Marwick & Boyd (2010, p, 17) menjelaskan bahwa banyak pengguna memisahkan identitas mereka di media sosial untuk menghindari fenomena “*context collapse*”, di mana berbagai audiens seperti keluarga, teman, dan rekan kerja berkumpul di satu platform. Fenomena ini seringkali menimbulkan kebingungan terkait bagaimana seseorang harus menampilkan diri. Kang & Wei (2020) menyatakan bahwa dengan memisahkan konten di *second account*, pengguna dapat mempertahankan identitas digital yang berbeda dan lebih terkontrol, menyesuaikan konten mereka dengan kelompok sosial tertentu dan menghindari benturan antara identitas pribadi dan profesional yang biasa terjadi di *first account*.

Penggunaan *second account* juga sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya. Zhao et al. (2016, p. 310) menekankan bahwa norma-norma budaya memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pengguna dalam membagikan informasi pribadi di media sosial. Sejalan dengan penelitian Permana & Sutedja (2021, p. 48), yang menyebutkan bahwa di masyarakat yang lebih kolektif seperti contohnya di Indonesia Pengguna cenderung lebih berhati-hati dalam menjaga privasi dan seringkali menggunakan *second account* untuk melindungi diri dari pengawasan sosial atau keluarga. Pandangan ini juga didukung oleh Kotler & Keller (2016, p. 568), yang menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam menggunakan media sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan sosial, termasuk preferensi privasi dan *self disclosure* yang seringkali bervariasi berdasarkan konteks budaya.

Dengan demikian, penggunaan *second account* di Instagram tidak hanya sebagai sarana untuk manajemen privasi, tetapi juga berfungsi sebagai strategi penting dalam pengelolaan identitas digital dan *self disclosure*. *Second account* memungkinkan pengguna untuk menjaga

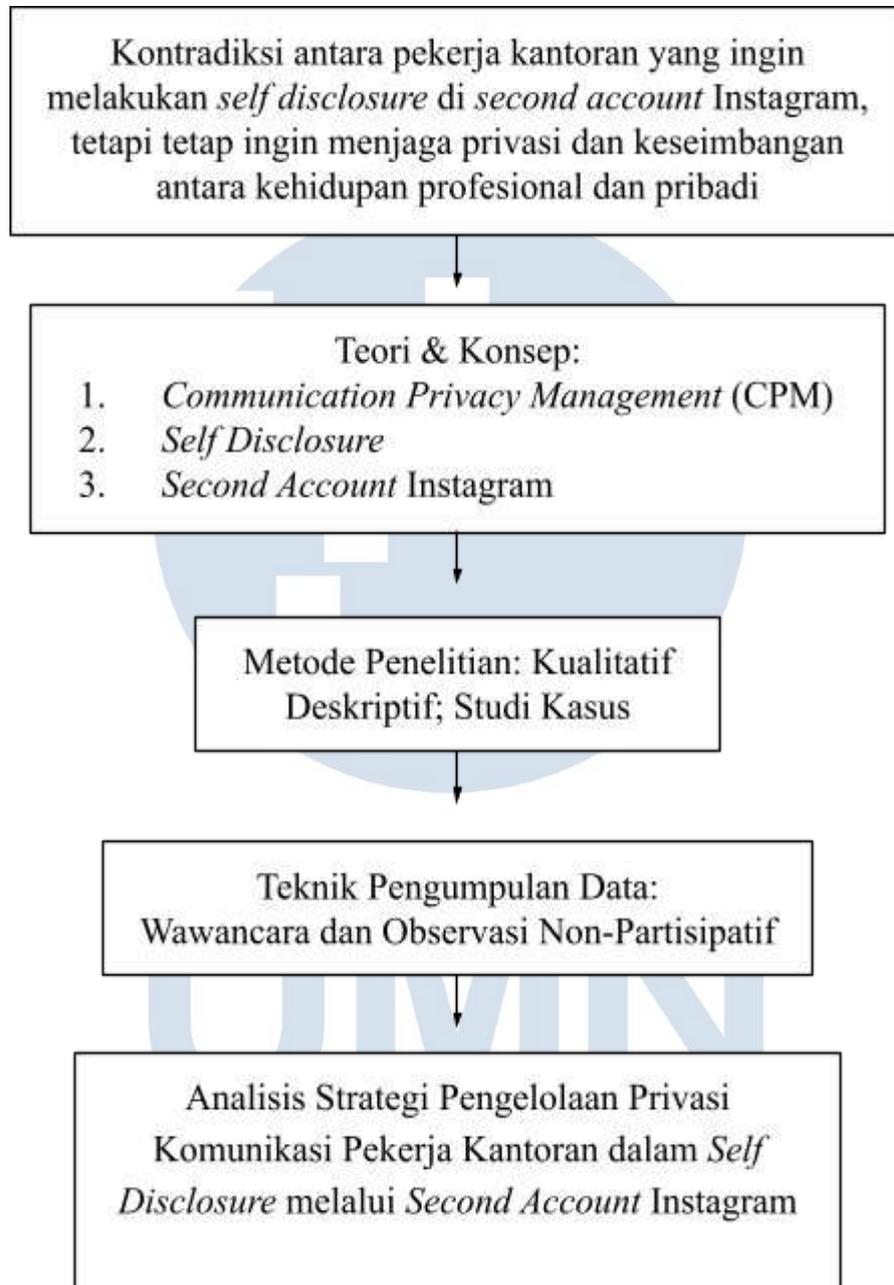
keseimbangan antara mempertahankan citra publik yang sesuai dengan ekspektasi sosial di *first account*, serta mengekspresikan sisi pribadi mereka dengan lebih bebas dalam lingkup yang lebih terbatas dan aman.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Olahan Penelitian (2024)