

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan untuk memperkuat landasan teoritis dalam meneliti pengelolaan privasi terkait pengungkapan diri (*self-disclosure*) pada *second account* sebagai ruang privat di Instagram, ditambah dengan adanya potensi risiko gangguan privasi seperti kebocoran informasi. Penelitian terdahulu secara umum mengkaji permasalahan yang sama dengan penelitian sehingga memiliki peranan penting sebagai landasan dalam memperkuat gagasan dalam penyusunan suatu penelitian (Ridwan et al., 2021). Penelitian terdahulu memiliki keterkaitan tema, teori, dan konteks digital yang sama, yaitu manajemen privasi dan pengungkapan diri (*self-disclosure*) di media sosial Instagram. Dengan mengeksplorasi penelitian terdahulu, peneliti dapat memahami celah penelitian (*research gap*) dan menemukan posisi penelitian saat ini dalam ranah kajian komunikasi digital. Kemudian, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi adanya celah tersebut. Peneliti menggunakan enam jurnal yang didasari dengan kesamaan topik dan konsep sebagai acuan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 5 jurnal terakreditasi SINTA dan 1 jurnal internasional sebagai referensi penelitian.

Penelitian pertama adalah jurnal berjudul “Konstruksi Sosial dan Teknologi: Fenomena Penggunaan Fitur *Close Friend* dalam *Second Account* Instagram” karya Kadek Candika Wira Angga & Hafiz Bimo Nugroho. Jurnal ini diterbitkan pada tahun 2025 oleh Jurnal Riset Komunikasi. Penelitian ini mengeksplorasi adanya fenomena penggunaan fitur *close friend* dalam *second account* yang menunjukkan adanya kebutuhan ruang untuk berinteraksi yang lebih intim dan selektif di Instagram. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan teori dan konsep *social construction of technology*

dan *communication privacy management*, penelitian ini mengkaji penggunaan fitur *close friend* di *second account* secara komperhensif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fitur *close friend* sebagai mekanisme seleksi privasi dan strategi komunikasi interpersonal dalam membangun hubungan emosional yang dekat dan eksklusif (Angga & Hafiz, 2025). Perbedaan penelitian pertama dan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, penelitian pertama hanya berfokus pada pengelolaan privasi lewat fitur *close friend*, sedangkan penelitian ini berfokus pada *second account* di Instagram.

Penelitian kedua merupakan jurnal berjudul “Manajemen Privasi Komunikasi Mahasiswa UPN Veteran Jakarta Pada Fitur *Close Friend* Di Instagram” karya Fiona Azzahra, Lusia Handayani, & Vina Mahdalena. Jurnal ini diterbitkan pada tahun 2022 oleh Jurnal Pustaka Komunikasi. Penelitian ini mengkaji pengalaman para mahasiswa UPN Veteran Jakarta dalam memanfaatkan fitur *close friend* di Instagram dalam mengungkapkan diri dan menganalisis pemanfaatan tersebut sebagai bentuk manajemen privasi melalui perspektif *communication privacy theory*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa UPN Veteran Jakarta membagikan informasi pribadi mereka melalui fitur *close friend* karena ada rasa nyaman sehingga dapat secara bebas mengekspresikan dirinya, dikarenakan daftar *close friend* sudah dikurasi. Selain itu, untuk mengantisipasi adanya kebocoran data, para mahasiswa melakukan pengendalian yang ketat dengan menentukan daftar *close friend* dengan banyak pertimbangan (Azzahra et al., 2022). Perbedaan penelitian kedua dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, penelitian kedua lebih berfokus pada pengalaman penggunaan *close friend*, sedangkan penelitian ini fokus pada bagaimana pengelolaan privasi penggunaan *second account*.

Penelitian ketiga merupakan jurnal berjudul “*Privacy Crisis on Instagram: a Factor Analysis Approach on Motivation Behind Privacy Disclosure in Adolescents*” karya Vivi Varlina dan Thesalonika Lefanya Kara Duma. Jurnal ini terbit pada tahun 2022 oleh Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memotivasi remaja untuk melakukan pengungkapan informasi pribadi di Instagram di tengah

banyaknya dampak negatif pengungkapan diri di media sosial. Penelitian ini melakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif survey dan menggunakan teori *communication privacy management* untuk menganalisis faktor-faktor tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para remaja memiliki standar regulasi dalam melakukan pengungkapan diri di Instagram. Selain itu, ditemukan juga faktor-faktor motivasi pengungkapan diri di Instagram terbagi menjadi enam faktor utama, yaitu *self-presentation*, *information storage*, *emotional support*, *relationship development*, *entertainment*, dan *information sharing* (Varlina & Duma, 2022). Penelitian ketiga dapat menjadi referensi bagi penelitian ini untuk mengungkapkan alasan generasi Z dalam mengungkapkan diri di *second account* di Instagram.

Penelitian keempat merupakan jurnal dengan judul “Analisis Fenomena *Hyperhonest* Penggunaan Fitur Instagram *Close Friends* Dalam Batasan Privasi” karya Orvella Clara Chiquita & Poppy Febriana. Jurnal ini diterbitkan pada tahun 2023 oleh Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi. Penelitian ini mengkaji adanya fenomena *hyperhonest* yang terjadi pada generasi Z perempuan pada fitur *close friend* sebagai batasan privasi di Instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *hyperhonest* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu adanya fitur *close friends* sebagai ruang privat sehingga dianggap menjadi tempat berlindung untuk mengungkapkan diri dan adanya manajemen privasi yang diterapkan untuk membuat batasan kolektif terkait kepemilikan informasi bersama. Batasan kolektif ini disadari karena adanya kedekatan hubungan antara pemilik dan pengikut akun di kehidupan sosial (Chiquita & Febriana, 2023). Perbedaan penelitian keempat dengan penelitian ini terletak dari latar belakang penelitian yang dikaji, penelitian ini fokus mengkaji manajemen privasi dari adanya fenomena *hyperhonest*, sedangkan penelitian ini mengkaji bagaimana generasi Z menerapkan batasan privasi dalam penggunaan *second account* sebagai akun privat yang aman.

Penelitian kelima merupakan jurnal dengan judul “Pengalaman Pengungkapan Diri di Akun Kedua Instagram” karya Arinil Hidayah Bur, Suryanto, Andi Ramdan Alqadri, dan Lutfi Novianti. Jurnal ini diterbitkan pada

tahun 2024 oleh Jurnal PSYCHE: Jurnal Psikologi. Penelitian ini berfokus mengkaji pengalaman individu dengan rentang usia 18-24 tahun dalam melakukan pengungkapan diri pada *second account* di Instagram, untuk mengetahui alasan, bentuk-bentuk, dan faktor penguat dari dilakukannya pengungkapan diri. Hasil dari penelitian ini adalah para individu melakukan pengungkapan diri pada akun kedua untuk menunjukkan informasi diri secara jujur guna mencapai aktualisasi diri (Burhanuddin et al., 2024). Pada akun ini para individu secara apa adanya membagikan perasaan, pikiran, dan pengalaman sehari-hari.

Penelitian keenam adalah jurnal internasional berjudul “*Understanding Teenage Perceptions and Configuration of Privacy on Instagram*” karya Dora Zhao, Mikako Inaba, & Andres Monroy Hernandez. Jurnal ini diterbitkan pada tahun 2022. Penelitian ini berfokus mengkaji bagaimana remaja memahami privasi dan mengelola privasi di Instagram dengan perspektif teori *communication privacy management*. Hasil dari penelitian ini adalah para remaja memaknai privasi sebagai kemampuan untuk mengontrol siapa yang dapat mengakses konten mereka di Instagram. Para partisipan melakukan pengelolaan privasi dengan menciptakan batasan pengikut berdasarkan rasa kepercayaan sebagai hal penting dalam pengelolaan privasi. Hal ini menunjukkan hubungan interpersonal berpengaruh besar dalam pengelolaan privasi di ruang digital. Selain itu, ditemukan bahwa persepsi akan privasi dapat berubah seiring bertambahnya usia, ditunjukkan dari adanya perbedaan konten yang diunggah dan penggunaan fitur di Instagram.

Berdasarkan enam jurnal terdahulu yang telah diuraikan di atas, penelitian terdahulu berfokus pada manajemen privasi pada fitur *close friends*, pengalaman dan motivasi dari *self-disclosure* pada *second account*, dan persepsi privasi pada Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk memberikan perspektif baru tentang manajemen privasi di Instagram yang dilakukan oleh generasi Z pada penggunaan *second account* sebagai ruang privat untuk melakukan *self-disclosure* secara lebih kompleks. Karena penelitian ini tidak hanya pengelolaan privasi pada *second account* di Instagram

seperti pembentukan aturan privasi dan pengelolaan batas privasi, tetapi juga mengkaji adanya potensi kebocoran informasi dalam penggunaan *second account* yang dianggap aman untuk pengungkapan diri. Penelitian ini akan memberikan pemahaman baru mengenai alasan generasi Z yang tetap menggunakan *second account* untuk membagikan informasi pribadi meskipun menyadari atau mengalami kebocoran informasi.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Konstruksi Sosial dan Teknologi: Fenomena Penggunaan Fitur <i>Close Friend</i> dalam <i>Second Account</i> Instagram	Manajemen Privasi Komunikasi Mahasiswa UPN Veteran Jakarta Pada Fitur <i>Close Friend</i> Di Instagram	<i>Privacy Crisis on Instagram: a Factor Analysis Approach on Motivation Behind Privacy Disclosure in Adolescents</i>	Analisis Fenomena <i>Hyperhomest</i> Penggunaan Fitur Instagram <i>Close Friends</i> Dalam Batasan Privasi	Pengalaman Pengungkapan Diri di Akun Kedua Instagram	<i>Understanding Teenage Perceptions and Configuration of Privacy on Instagram</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, penerbit	Kadek Candika Wira Angga & Hafiz Bimo Nugroho. 2025, Jurnal Riset Komunikasi	Alya Nurbati & Irham Nur Anshari, 2022, Jurnal Pustaka Komunikasi	Vivi Varlina & Thesalonika Lefanya Kara Duma, 2022, Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia	Orvella Clara Chiquita & Poppy Febriana, 2023, Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi	Arinil Hidayah Bur, Suryanto, Andi Ramdan Alqadri, dan Lutfi Novianti, 2024, <i>PSYCHE: Jurnal Psikologi Universitas Muhamma</i>	Dora Zhao, Mikako Inaba, & Andres Monroy Hernandez, 2022, <i>Proceeding of the ACM on Human-Computer Interaction</i>

						<i>diyah Lampung</i>	
3	Fokus Penelitian	Fokus pada konstruksi sosial dan kerangka teknologi terhadap pemanfaatan fitur <i>close friend</i> dalam <i>second account</i> Instagram sebagai manajemen privasi.	Fokus pada pengalaman mahasiswa UPN Veteran Jakarta dalam mengatur dan mengontrol informasi pribadi melalui fitur <i>close friend</i> .	Fokus pada faktor-faktor yang menjadi motivasi para remaja dalam membuka informasi diri di Instagram.	Fokus pada fenomena <i>hyperhone st</i> dn budaya siber yang terjadi pada generasi Z perempuan dengan penggunaan fitur <i>close friend</i> sebagai wadah pengungkapan diri.	Fokus pada pengalaman pengungkapan diri yang dilakukan di <i>second account</i> Instagram, untuk memahami alasan, bentuk, dan faktor penguat dari praktik tersebut.	Fokus pada persepsi privasi dan penggunaan Instagram sebagai salah satu media yang populer di kalangan remaja, sekaligus menggali keputusan remaja dalam manajemen privasi.

	Teori & Konsep	<i>Social Construction of Technology & Communication Privacy Management</i>	<i>Communication Privacy Management</i>	<i>Communication Privacy Management</i>	<i>Communication Privacy Management</i>	<i>Self-disclosure</i>	<i>Communication Privacy Management & Networked privacy</i>
	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Kuantitatif	Etnografi virtual	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	<i>Mixed method:</i> survey dan wawancara semi struktural

UJMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

	Persamaan Penelitian	Meneliti manajemen privasi komunikasi dalam penggunaan <i>second account</i> di Instagram dengan menggunakan teori <i>communication privacy management</i> .	Meneliti pengelolaan informasi dan batasan privasi menggunakan teori <i>communication privacy management</i> dalam menggunakan Instagram sebagai wadah untuk ekspresi diri di ruang digital.	Meneliti pengungkapan informasi pribadi pada media sosial Instagram menggunakan perspektif teori <i>communication privacy management</i> .	Meneliti pengungkapan diri generasi Z di Instagram dengan menggunakan perspektif teori <i>communication privacy management</i> dalam mengelola batasan privasi.	Meneliti penggunaan <i>second account</i> sebagai ruang melakukan <i>self-disclosure</i> di Instagram.	Meneliti pengelolaan batasan privasi dan alasan dari keputusan privasi dalam menggunakan media sosial Instagram.
	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Fokus menganalisis fitur <i>close friend</i> dalam <i>second account</i> sebagai mekanisme seleksi privasi dan strategi komunikasi.	Fokus pada pengalaman yang dialami oleh mahasiswa UPN Veteran Jakarta sebagai pengguna fitur <i>close friend</i> dalam membagikan informasi pribadi.	Fokus menganalisis faktor yang mendukung terjadinya pengungkapan informasi pribadi di Instagram oleh remaja.	Fokus pada fenomena <i>hyperhone</i> pada fitur <i>close friends</i> di Instagram yang dialami oleh generasi Z perempuan dalam mengungkapkan diri.	Fokus pada pengalaman individu berusia 18-24 tahun dalam melakukan pengungkapan diri di <i>second account</i> Instagram.	Fokus pada persepsi yang dibangun oleh para remaja mengenai privasi di Instagram dan media sosial lain.

	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur <i>close friend</i> tidak hanya sebagai mekanisme seleksi privasi, tetapi juga strategi komunikasi interpersonal untuk membangun kedekatan emosional yang eksklusif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa UPN Veteran Jakarta membagikan informasi pribadi di <i>close friend</i> karena merasa nyaman dan bebas. Mereka melakukan pengendalian yang ketat untuk menghindari kebocoran informasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat enam faktor utama remaja membuka informasi pribadi di Instagram, yaitu <i>self-presentation, information storage, emotional support, relationship development, entertainment</i> , dan <i>information sharing</i> .	Hasil penelitian menunjukkan fenomena <i>hyperhone st</i> dipengaruhi adanya fitur <i>close friends</i> sebagai konsep privat, manajemen privasi dan dengan menentukan batasan kolektif sebagai kepemilikan informasi bersama yang harus dijaga.	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa <i>self-disclosure</i> pada <i>second account</i> dilakukan untuk menunjukkan informasi secara jujur agar dapat mencapai aktualisasi diri dengan mengungkapkannya secara apa adanya.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman mengenai privasi dapat berubah seiring waktu sesuai bertambahnya usia. Hal tersebut tercermin pada konten yang dibagikan dan fitur yang digunakan.
--	-------------------------	---	--	---	--	---	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Communication Privacy Management*

Communication privacy management (CPM) merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Sandra Petronio melalui buku berjudul *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure* (2002). Teori ini merupakan hasil pengembangan dari teori *communication boundary management* yang juga dikemukakan oleh Petronio pada tahun 1991 (West & Turner, 2021, p. 279). Teori *communication privacy management* merupakan kerangka kerja yang menjelaskan bahwa pengungkapan informasi diri bersifat dialektis, yang mana seseorang dapat membuat pilihan untuk mengungkapkan maupun menyembunyikan informasi berdasarkan kriteria dan kondisi yang dianggap penting (Petronio, 2002,

p. 2). Dalam teori ini, individu memiliki hak secara umum untuk menguasai sekaligus mengatur akses terhadap informasi yang dibagikan. Pada teori ini, istilah *self-disclose* tidak lagi digunakan dan diganti dengan istilah *private disclosure* untuk membedakan literatur yang lebih tradisional. Selain itu, pengungkapan diri yang dilakukan tidak lagi fokus mengenai diri sendiri, melainkan mencakup orang lain sebagai proses komunikasi. Oleh karena itu, teori CPM hadir untuk menjelaskan manajemen privasi dengan mengidentifikasi batas-batas privasi yang diatur antarindividu.

Dalam teori *communication management privacy* terdapat lima *basic supposition* yang menjadi landasan dari manajemen aturan mengenai privasi (Petronio, 2002, p. 3):

1. *Private Information*

Private information atau informasi pribadi/privat merupakan isi dari sebuah pengungkapan. Ketika individu melakukan pengungkapan berarti individu tersebut membuka informasi pribadi tersebut kepada orang lain. Mengungkapkan informasi pribadi dapat membangun keintiman pada sebuah hubungan, meskipun tidak dapat menggantikan semua dimensi dari hubungan yang intim. Selain itu, membuka informasi pribadi bertujuan untuk melepaskan beban, memperoleh kendali, dan ekspresi diri.

2. *Privacy Boundaries*

Untuk menggambarkan sebuah batasan, teori CPM mengilustrasikan garis pemisah antara ruang publik dan ruang privat. Dalam teori CPM, privasi didefinisikan sebagai sebuah perasaan individu akan kepemilikan hak atas informasi pribadi, baik secara pribadi maupun kolektif. *Personal boundary* merupakan batas-batas mengatur informasi pribadi tentang diri sendiri, sedangkan *collective boundary* merupakan batas-batas yang mengatur informasi yang dimiliki oleh lebih dari satu orang seperti kelompok, pasangan, keluarga, organisasi, dan masyarakat. Ketika dua orang saling membagikan informasi pribadi, maka informasi

pribadi tersebut akan menjadi informasi pribadi bersama (*collective private information*).

3. *Control dan Ownership*

Control (kontrol) dan *ownership* (kepemilikan) merupakan aspek yang sangat penting pada sebuah informasi, baik informasi pribadi maupun informasi bersama. Teori CPM juga menganggap bahwa informasi pribadi merupakan sesuatu yang dimiliki baik oleh individu ataupun bersama. Sebagai pemilik informasi, individu atau kelompok memiliki hak untuk mengungkapkan dan menyembunyikan informasi, serta menentukan siapa yang berhak mengetahui informasi tersebut dan siapa yang tidak berhak. Adanya kontrol informasi ini bertujuan untuk menghindari risiko atau pelanggaran privasi.

4. *Rule-Based Management System*

Dalam teori CPM, terdapat sebuah sistem manajemen yang menyediakan struktur untuk memahami bagaimana sebuah informasi pribadi ditangani. Manajemen sistem personal merujuk pada pengelolaan informasi pribadi oleh individu pemilik informasi, sedangkan manajemen sistem bersama merujuk pada waktu di mana individu menjadi *co-owner* dari informasi pribadi bersama dan turut serta mengelolanya. Ketika pengungkapan informasi pribadi dilakukan kepada orang lain, secara tidak langsung orang tersebut menjadi pemilik informasi dan bertanggung jawab untuk mengelola informasi yang sudah dibagikan.

5. *Privacy Management Dialectics*

Dialektis merujuk pada asumsi bahwa dalam kehidupan sosial manusia mengalami ketegangan antara hal-hal yang berlawanan dan kontradiksi. Dalam teori CPM, dialektis berfokus antara kebutuhan untuk tetap tertutup dengan kebutuhan untuk terbuka di publik. Ketika individu mengungkapkan informasi pribadi, informasi tersebut menjadi kurang privat dan cenderung lebih ke publik karena

telah diketahui oleh orang lain dan menjadi *collective private information*.

Teori *communication privacy management* menjadi gambaran dari sebuah sistem manajemen privasi (*privacy management system*) untuk mengelola informasi pribadi. Sistem manajemen privasi ini terdiri dari tiga bagian utama, yaitu (Griffin et al., 2019, p. 145):

1. *Privacy Ownership*

Bagian ini mencakup batas-batas pribadi yang dimiliki oleh individu, yaitu informasi pribadi yang tidak diketahui oleh orang lain. Batas-batas privasi ini dapat berupa informasi yang beragam yang umumnya dijaga karena bersifat rahasia.

2. *Privacy Control*

Bagian ini melibatkan keputusan individu untuk membagikan informasi pribadinya kepada orang lain. Keputusan untuk membagikan informasi ini dapat mengubah batas-batas yang terdapat dalam bagian *privacy ownership*, karena informasi pribadi menjadi dimiliki oleh orang lain, tidak hanya milik individu tersebut.

3. *Privacy Turbulence*

Bagian ini merupakan bagian dari *privacy management system*, yang terjadi ketika pengelolaan informasi pribadi tidak berjalan sesuai ekspektasi individu. Sebagai contohnya orang lain menyebarkan informasi pribadi milik individu, meskipun sudah diberikan peringatan untuk turut menjaga dan mengelola informasi tersebut.

Teori *communication privacy management* menjelaskan bahwa terdapat regulasi untuk mengelola sekaligus melindungi informasi pribadi (*private information*), yang dikenal dengan istilah *privacy rules*. *Privacy rules* digunakan dalam seluruh proses dari

manajemen privasi, seperti pengelolaan pengungkapan atau penyembuyian informasi pribadi (Petronio, 2002, p. 23). Aturan ini digunakan untuk menentukan siapa saja yang dapat menerima informasi pribadi, kapan informasi tersebut dapat dibagikan, seberapa banyak jumlah informasi pribadi yang dibagikan secara kedalaman dan keluasan topik, dan di mana informasi tersebut dibagikan. Selain itu, *privacy rules* juga mengatur bagaimana individu maupun kelompok menyembunyikan informasi privat yang mereka miliki (*collective private information*).

Berdasarkan teori *communication privacy management*, ketika informasi pribadi (*private information*) dibagikan kepada individu lain, maka individu tersebut secara tidak langsung menjadi pemilik dari informasi tersebut yang dikenal dengan istilah *co-owner*. Umumnya pemilik informasi akan mengomunikasikan individu lain untuk menjaga informasi tersebut. Oleh karena itu, individu tersebut sepenuhnya memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan menjaga informasi pribadi yang telah dibagikan. Dalam konteks penelitian ini, *followers* pada sebuah *second account* secara tidak langsung dianggap sebagai *co-owner* karena telah menerima banyak informasi pribadi yang dibagikan oleh pemilik akun dan dipercaya dapat menjaga informasi tersebut.

Teori CPM menjelaskan bahwa banyaknya kompleksitas mengenai koordinasi batasan (*boundary coordination*) dapat membuat proses tersebut mengalami kegagalan. Hal ini dikenal dengan istilah *boundary turbulence*, yang terjadi ketika individu dan *co-owner* tidak mampu menerapkan dan menjalankan aturan yang mengatur hubungan antar batas privasi dan kepemilikan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kegagalan dalam pengelolaan privasi. *Boundary turbulence* memiliki tingkat yang beragam seperti berupa gangguan kecil, kesalahpahaman, kesalahan, rasa malu, dan

konflik besar. Petronio (2002, p. 177) membagi *boundary turbulence* menjadi enam jenis, yaitu:

1. *Intentional Rule Violations*

Ketika seseorang sebagai *co-owner* mengungkapkan informasi pribadi yang dimiliki secara kolektif tanpa persetujuan dan tidak mengikuti aturan bersama. Hal tersebut menunjukkan bahwa orang tersebut telah melanggar batas privasi yang telah diciptakan. Pelanggaran ini dapat terjadi karena beberapa alasan, seperti pengkhianatan (*betrayal*), memata-matai (*spying*), dan dilema kerahasiaan (*confidentiality*).

2. *Boundary Rule Mistake*

Kesalahan dalam mengelola dan menjalani batas-batas aturan privat, seperti kurang bertanggung jawab, bersikap lalai, tidak memperhatikan proses pembentukan aturan, dan tidak memahami adanya aturan privasi. Kesalahan bentuk ini terbagi menjadi tiga jenis, yaitu kesalahan dalam penilaian (*errors in judgment*), kesalahan dalam menentukan waktu (*errors in timing*), dan kesalahan dalam mengelola topik pembicaraan (*bungle topic rules*).

3. *Fuzzy Boundaries*

Kesalahan yang terjadi ketika individu tidak merasa memiliki kejelasan mengenai siapa yang memiliki atau menjadi pemilik bersama (*co-owner*) atas informasi privat. Oleh karena itu, hal ini berdampak dalam menentukan aturan pengelolaan informasi tersebut menjadi tidak jelas.

4. *Dissimilar Boundary Orientations*

Boundary turbulence terjadi ketika anggota dalam batas privasi (*boundary member*) memiliki orientasi dalam pengelolaan batas privasi yang berbeda. Hal ini terjadi karena adanya cara pengelolaan sebuah aturan yang telah

tertanam sejak awal, yang kemudian membuat individu tidak mudah untuk mengadaptasi sebuah aturan baru dan bergantung dengan aturan yang diyakini.

5. *Boundary Definition Predicaments*

Boundary turbulence yang terjadi karena adanya perbedaan dalam mendefinisikan batas-batas privasi. Turbulensi ini dapat terjadi dengan dua cara, yaitu pertama ketika individu menganggap ruang publik sebagai ruang privat sehingga mengungkapkan informasi pribadi dengan tidak tepat. Kedua, terjadi ketika individu ditempatkan atau dipaksa ke dalam ranah publik oleh orang lain.

6. *Privacy Dilema*

Ketika individu mengalami dilema setelah mengetahui sebuah informasi pribadi milik orang lain yang umumnya diketahui secara tidak sengaja. Dilema merupakan situasi yang memaksakan seseorang untuk memilih dua cara yang keduanya tidak memberikan hasil yang memuaskan. Dilema ini muncul karena ada dua pilihan, yaitu untuk tetap menyembunyikan dan mengungkapkan informasi privat tersebut.

Berdasarkan jenis *boundary turbulence* di atas, pengelolaan informasi pribadi yang dibagikan pada *second account* berpotensi mengalami turbulensi. Dalam hal ini, *followers* selaku *co-owner* dapat melakukan pelanggaran baik secara disengaja maupun tidak disengaja. Salah satunya, kebocoran informasi yang dapat menunjukkan terjadinya *intentional rule violations*, *boundary rule mistake*, ataupun *fuzzy boundaries*.

2.1 Landasan Konsep

2.1.1 *Self-Disclosure*

Dalam proses komunikasi interpersonal terdapat sebuah proses pengungkapan diri yang dilakukan oleh individu, yaitu dengan membagikan informasi terkait diri pribadi. Menurut DeVito (2022, p. 237) *self-disclosure* merupakan suatu bentuk komunikasi yang mengandung informasi diri individu yang sebelumnya cenderung disembunyikan kemudian dibagikan kepada orang lain. Pada dasarnya, *self-disclosure* dapat dilakukan dalam segala bentuk komunikasi, tidak hanya secara interpersonal, melainkan dapat dilakukan dalam kelompok kecil maupun pidato dan *talk shows* di muka umum. Individu secara sadar membagikan informasi pribadi, perasaan, pengalaman, nilai, maupun pemikiran yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain. *Self-disclosure* menjadi salah satu komponen penting dalam membangun hubungan yang intim, yang mana keterbukaan individu akan memperkuat pemahaman mengenai diri antarindividu sehingga dapat meningkatkan kedekatan hubungan emosional. Untuk dapat dikategorikan sebagai *self-disclosure*, sebuah informasi harus dapat dipahami dan diterima oleh orang lain, mulai dari informasi yang relatif umum hingga informasi yang sangat intim dan terbuka.

DeVito (2022, p. 238) menjelaskan bahwa terdapat banyak faktor yang memengaruhi individu untuk menentukan apakah akan melakukan pengungkapan, apa yang ungkapkan, dan kepada siapa pengungkapan itu dilakukan. Terdapat enam faktor utama yang memengaruhi individu untuk melakukan *self-disclosure*, yaitu (Devito, 2022, pp. 238–239):

1. *You*

Self-disclosure dapat terjadi berdasarkan kepribadian diri seseorang, yang mana setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda-beda. Sebagai contohnya, seseorang yang *sociable* dan ekstrovert

cenderung melakukan pengungkapan diri yang lebih banyak dibandingkan dengan seseorang yang *introvert* atau *anti-social*.

2. *Your Culture*

Budaya umumnya memengaruhi bagaimana individu dalam berinteraksi dan mengungkapkan diri di kehidupan sehari-hari. Sebagai contohnya di Jepang pengungkapan diri yang berlebihan kepada rekan kerja dapat dianggap kurang pantas, sedangkan di Amerika pengungkapan diri menjadi hal yang wajar.

3. *Your Gender*

Berdasarkan penelitian yang meneliti bagaimana perempuan dan laki-laki berinteraksi, ditemukan bahwa perempuan lebih banyak melakukan pengungkapan diri dibandingkan laki-laki.

4. *Your Listener*

Pengungkapan diri lebih banyak dilakukan ketika yang menjadi pendengar merupakan orang yang disukai, dipercaya, hingga dicintai. Selain itu, adanya timbal balik dengan pendengar dapat mendorong pengungkapan diri lebih banyak.

5. *Your Topic*

Topik pembicaraan dapat memengaruhi pengungkapan diri yang dilakukan. Semakin pribadi sebuah topik maka semakin kecil juga pengungkapan diri yang dilakukan. Topik pembicaraan yang umum cenderung lebih nyaman untuk mengungkapkan diri, seperti membahas hobi ataupun pekerjaan.

6. *Your Media*

Media atau saluran komunikasi dapat memengaruhi pengungkapan diri seseorang. Hal ini dikarenakan setiap orang memiliki preferensi bagaimana cara dalam mengungkapkan diri. Sebagai contohnya Sebagian orang hanya melakukan pengungkapan diri secara langsung atau tatap muka, sedangkan sisanya melakukan pengungkapan diri melalui telepon dan media sosial.

Pada dasarnya pengungkapan diri yang dilakukan dapat memberikan hasil yang positif maupun negatif bagi diri individu. DeVito menjelaskan bahwa *self-disclosure* dapat memberikan manfaat yang sifatnya sebagai sebuah *rewards* dan memberikan bahaya kepada individu. Berikut merupakan penjelasan mengenai *rewards* dan *dangers* dari pengungkapan diri (Devito, 2022, pp. 239–241):

Rewards

1. *Increases Self-Knowledge*

Pengungkapan diri membantu individu memperoleh pemahaman akan dirinya secara lebih luas, seperti memperoleh perspektif baru mengenai dirinya yang sebelumnya tidak disadari.

2. *Increases Communication Effectiveness*

Self-disclosure menjadi syarat penting dalam membangun hubungan dan komunikasi yang efektif. Pengungkapan diri dapat mendorong hubungan antarindividu semakin dalam berdasarkan sejauh mana pengungkapan diri yang dilakukan.

3. *Prevents Misconception*

Pengungkapan diri menunjukkan adanya keterbukaan diri individu kepada orang lain sehingga dapat menciptakan komunikasi yang efektif sekaligus mencegah terjadinya kesalahpahaman. Kesalahpahaman ini dapat terjadi ketika individu tertutup dengan orang lain, terutama dengan pasangan atau keluarga.

4. *Improves Physiological*

Pengungkapan diri dapat berdampak positif terhadap kesehatan fisik seseorang. Hal ini terjadi dikarenakan adanya keterbukaan diri membuat seseorang untuk tidak menyimpan masalah yang dapat menyebabkan gangguan pikiran hingga kesehatan

5. *Increases Liking and Percieved Attractiveness*

Self-disclosure dapat berkontribusi pada peningkatan rasa suka antarindividu. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa individu yang banyak mengungkapkan aspek-aspek pribadinya secara positif cenderung lebih disukai dan dianggap menarik.

Dangers

1. *Personal Risk*

Ketika individu mengungkapkan nilai atau aspek dirinya yang sangat berbeda dengan nilai-nilai yang diyakini oleh orang lain selaku penerima pengungkapan tersebut, maka individu tersebut mengalami personal risk. Kondisi tersebut dapat membuat individu mengalami penolakan yang memungkinkan terjadinya pemutusan hubungan.

2. *Relational Risk*

Pengungkapan diri yang dilakukan secara luas atau berlebihan dapat memberikan risiko dan dampak negatif pada sebuah hubungan, seperti berkurangnya ketertarikan, rasa percaya dan ikatan yang dijalan. Sebagai contohnya pengungkapan akan kebohongan dikemudian hari dapat memberikan perubahan dalam suatu hubungan meskipun terdapat sisi positif.

3. *Professional Risk*

Pengungkapan diri yang mengandung informasi mengenai pandangan atau sikap terhadap hal-hal sensitif seperti politik, agama, dan ras dapat memberikan risiko professional dan masalah di tempat kerja individu.

DeVito (2022, p. 241) menyampaikan bahwa setiap individu harus mempertimbangkan keuntungan dan kekurangan pengungkapan diri sebelum membagikan informasi pribadi kepada orang lain. Dalam konteks penelitian ini, *rewards* dan *dangers* dari pengungkapan diri di *second account* dapat diterima lebih banyak karena informasi dibagikan langsung kepada seluruh pengikut akun tersebut.

2.1.2 Penggunaan *Second Account* Instagram oleh Generasi Z

Penggunaan *second account* di Instagram sering ditemukan pada generasi Z yang merupakan *digital natives*. Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir dengan rentang tahun 1997-2012 Y (Arum et al., 2023). Generasi Z lahir dengan seiring berkembangnya teknologi di dunia sehingga dengan mudah mengadaptasi media sosial, seperti Facebook, Instagram, X, dan TikTok sebagai ruang utama untuk berbagi konten, berinteraksi, dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial secara online (Fabriar et al., 2022). *Second account* atau akun kedua di Instagram merujuk pada kepemilikan akun tambahan selain *first account* dengan memiliki fungsi yang berbeda. *Second account* merupakan akun tambahan yang secara sengaja diciptakan oleh penggunanya dengan tujuan yang beragam dengan kegunaan yang sama seperti akun utama untuk sehari-hari (Nanda et al., 2025).

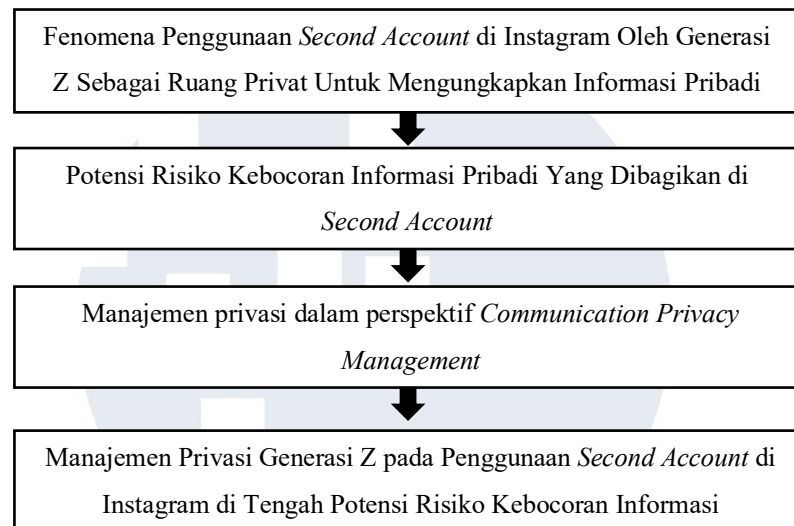
Kepemilikan *second account* didukung dengan hadirnya fitur *multiple account* di Instagram yang memungkinkan para pengguna untuk mengelola beberapa akun sekaligus dalam satu perangkat (Salsa et al., 2024). Berbeda dengan *first account* yang digunakan untuk *personal branding*, *second account* cenderung digunakan sebagai ruang yang lebih pribadi, autentik, bebas, dan ekspersif (Nanda et al., 2025). Pada *second account*, para pengguna tidak dituntut menjadi pribadi sempurna dan tidak berada dibawah tekanan sosial, hal ini membuat para pengguna merasa lebih nyaman menggunakan akun ini (Permana & Sutedja, 2021). Penggunaan *second account* ini memberikan dampak positif bagi para individu generasi Z, terutama pada rasa percaya diri, keseimbangan emosional, dan penguatan identitas diri (Aulia et al., 2025). Oleh karena itu, *second account* cenderung lebih banyak dibandingkan dengan *first account* digunakan untuk membagikan informasi pribadi yang sifatnya cukup rahasia. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan penggunaan *second account* dengan *self-disclosure*.

Second account berfungsi sebagai akun personal dengan cakupan pengungkapan diri yang lebih luas dan dalam. Oleh karena itu, akun ini digunakan secara tertutup kepada publik dengan memanfaatkan fitur *private account*, serta para pengguna mengelola *second account* Instagram secara lebih ketat. Para pengguna mengelola *second account* dengan menetapkan batasan jumlah *followers* yang lebih kecil dan intim, serta berdasarkan adanya kepercayaan terhadap orang tersebut (Burhanuddin et al., 2024). Pada akun ini, para pengguna menampilkan diri mereka secara autentik dan membagikan selera, preferensi, dan aktivitas sehari-hari (Sokowati & Manda, 2022). Pengungkapan diri yang dibagikan melalui unggahan yang pada akun kedua umumnya lebih bebas dan ekspresif karena akun ini sering digunakan untuk berinteraksi dengan lingkaran sosial yang lebih kecil dan lebih dekat secara emosional, serta dipercaya (Burhanuddin et al., 2024).

Penggunaan *second account* di Instagram menunjukkan adanya pengelolaan privasi dan batas-batas privat yang diterapkan dalam ruang digital. Para pengguna hanya membagikan informasi pribadi pada akun ini karena tidak ingin menampilkannya di ruang publik. Ketika seseorang diterima sebagai *followers* pada akun ini, maka orang tersebut secara tidak langsung menjadi *co-owner* dari informasi pribadi pemilik akun. Meskipun *followers* akun ini sudah melewati tahap penyaringan dan dipercaya, masih terdapat kemungkinan atau potensi terjadinya *turbulence boundary* seperti penyebaran informasi pribadi.

2.2 Alur Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan teori dan konsep yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut merupakan rancangan alur penelitian untuk mendukung dan memperkuat tujuan penelitian:



Gambar 2.1 Alur Penelitian

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

