

MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL TWITTER OLEH MAHASISWA UNY

COMMUNICATION PRIVACY MANAGEMENT OF SOCIAL MEDIA TWITTER BY UNY COLLEGE STUDENT

Oleh : Yoga Rinestu, Dr. Wuri Handayani, M.Si.
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta
Yogarinestu.2017@student.uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen privasi komunikasi oleh mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) dalam menggunakan Twitter. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subyek penelitian mahasiswa UNY pengguna Twitter. Sampel berjumlah tujuh mahasiswa diambil dengan *purposive sampling*. Proses pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber, serta empat tahapan analisis data: pengumpulan, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian dengan menggunakan teori *Communication Privacy Management* menunjukkan bahwa mahasiswa telah melakukan manajemen privasi komunikasi ketika menggunakan Twitter, dengan pengelolaan yang beragam sesuai latar belakangnya. Membangun batasan privasi dengan mengubah privasi akun untuk membatasi jangkauan persebaran informasi, selektif dalam mengelola pengikut, serta membatasi interaksi. Informan telah memiliki kesadaran terhadap informasi tentang dirinya yang bersifat privasi. Meskipun telah mengelola privasinya, tetap memperhatikan dan memilah terkait informasi yang dibagikan, jika memang ranah privat memilih untuk tidak berbagi secara bebas, karena berpikir terkait dampak yang akan timbul.

Kata Kunci : Privasi, manajemen privasi komunikasi, Twitter.

Abstract

This study aims to determine how communication privacy management is carried out by Yogyakarta State University (UNY) students in using Twitter social media. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. The research subjects of UNY students are Twitter users. A sample of seven students was taken by purposive sampling. The process of collecting data using the interview method. Test the validity of the data using source triangulation techniques, as well as four stages of data analysis: collection, reduction, presentation, and drawing conclusions. The results of the study using the theory of Communication Privacy Management show that students have managed communication privacy when using Twitter, with various managements according to their backgrounds. Establish privacy boundaries by changing account privacy to limit the reach of information dissemination, be selective in managing followers, and limit interactions. Informants already have an awareness of information about themselves that is private. Even though they have managed their privacy, they still pay attention and sort out the information that is shared, if indeed the private sphere chooses not to share freely, because they think about the impact that will arise.

Keywords : Privacy, communication privacy management, Twitter

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial senantiasa berproses dalam setiap waktu, berbagai aspek kehidupan berpartisipasi disetiap prosesnya. Pada hakikatnya sebagai makhluk sosial, setiap individu akan bergerak untuk berinteraksi dan membutuhkan orang lain dalam setiap proses kehidupan (Tiyarestu, & Cahyono 2015:66). Ketika proses interaksi berlangsung dengan baik, akan muncul rasa percaya diantara keduanya hingga kemudian lebih membuka diri dengan bertukar informasi tidak terkecuali yang berkaitan dengan ranah pribadi.

Kemajuan bidang telekomunikasi memberikan warna baru bagi kehidupan manusia, dimana saat ini semua menjadi serba digital. Berbagai kegiatan masyarakat pada umumnya saat ini berhubungan dengan teknologi, baik dalam lingkup individu maupun secara bersama (Hijeruddin, 2018:1). Perkembangan dunia digital tidak lepas dari adanya media sosial, bahkan sebagian dari masyarakat kemudian memiliki ketergantungan terhadap media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Winarsih & Irwansyah, 2020:4). Twitter termasuk media sosial yang populer dan banyak diminati. Tidak hanya sebagai sebuah media sosial, Twitter juga dikategorikan sebagai mikro blogging (Asmara, & Butsi, 2020:76). Masyarakat memanfaatkan Twitter layaknya media sosial pada umumnya, sebagai sarana menambah pertemanan, pemenuhan kebutuhan informasi, hiburan, aktualisasi diri, hingga kegiatan yang mengarah pada narsisme (Asmara, & Butsi, 2020:76).

Twitter diakses melalui jaringan internet yang memiliki jangkauan lebih luas dari dunia nyata dengan koneksi ruang virtual yang juga memiliki kecepatan dalam proses penyebarannya dan jutaan pengguna mengaksesnya secara rutin (Kamilah, & Lestari, 2020). Artinya, setiap pengguna dapat dengan mudah mengakses dan melihat akun pengguna lain ketika akun tidak diprivat. Ketika seseorang berbagi informasi terkait pengungkapan perasaan, opini pribadi dan informasi lainnya yang dibagikan dengan khalayak beragam, dapat mengaburkan batasan antara privasi dan ranah publik (Kamilah, & Lestari, 2020).

Privasi dalam kehidupan masyarakat merupakan bagian dari ekspresi yang diakui

sebagai hak asasi manusia (Saidah, & Irwansyah, 2019:217). Pada dasarnya setiap individu pasti memiliki sisi dari dirinya yang tidak ingin diketahui oleh orang lain, privasi merupakan hal yang penting bagi seseorang sehingga berusaha untuk melindungi rahasia terkait dirinya sendiri.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan informasi semakin mudah dan cepat tersebar, menjadikan seseorang perlu memiliki batasan informasi terkait pribadinya (Saidah, & Irwansyah, 2019:217). Masalah akan timbul ketika seseorang tidak hati-hati dalam menyampaikan informasi yang ranahnya pribadi.

Menurut Sandra Petronio (dalam Sholihah, dkk, 2020:5), individu dalam mengelola batasan antara publik dan privasi serta perasaan dan pikiran untuk bersedia berbagi informasi pribadi berlangsung secara berkelanjutan. Batasan tersebut akan berubah mengikuti keadaan, apakah ingin menutup atau berbagi.

Aktivitas mahasiswa ketika mengakses media sosial Twitter bermacam-macam, mulai dari sekadar mencari informasi aktual dan hiburan, mengunggah cerita keseharian hingga mencurahkan isi hatinya tentang apa yang sedang ia alami. Melalui Twitter atau media sosial yang lainnya, menjadikan penggunaannya lebih transparan dengan berbagai macam informasi terkait dirinya (Afdala, 2019:3).

KAJIAN PUSTAKA Komunikasi

Aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari senantiasa akan terlibat dalam kegiatan komunikasi. Secara terminologis, komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pernyataan dari seseorang kepada orang lain (Nurhadi & Kurniawan, 2018:91). Lebih lanjut Nurhadi & Kurniawan (2018:91) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dalam rangka memberi tahu atau untuk mengubah sikap dan perilaku, maupun pendapat. Komunikasi dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) atau secara tidak langsung (melalui media).

Ketika proses komunikasi berlangsung, antar individu akan bertukar informasi, pemikiran, gagasan, kesan, ataupun fakta dengan cara masing-masing (Purba, dkk,

2020:2). Komunikasi dapat dilakukan secara langsung dengan tatap muka, atau dengan tidak langsung melalui media, salah satunya adalah media sosial.

Privasi

Merujuk pada pengetahuan privacy (Bahasa Inggris) yang berarti kemampuan yang dimiliki untuk mempertahankan urusan kehidupan dan personal dari ranah publik, dengan mengontrol arus informasi (Islamy, dkk, 2018:23). Privasi berkaitan dengan hak seseorang untuk mengontrol sejauh mana ia melakukan pembukaan diri kepada orang lain.

Hadirnya media sosial sebagai hasil dari perkembangan teknologi mendorong penggunaannya untuk mengungkapkan diri, tanpa disadari informasi pribadi dapat tersebar luas (Saidah & Irwansyah, 2019:216). Sesama pengguna media sosial akan mudah untuk mengambil dan berbagi informasi dari orang lain tanpa diketahui oleh pemiliknya. cara pandang dalam memperlakukan privasi telah berubah dengan hadirnya media sosial. Adanya ancaman terhadap terbukanya privasi seseorang baik secara sadar maupun tidak, dibutuhkan kontrol privasi.

Manajemen Privasi Komunikasi

Teori manajemen privasi komunikasi (Communication Privacy Management-CPM) dikembangkan oleh Sandra Petronio. Teori ini berakar pada asumsi sifat dasar yang ada didalam diri setiap individu dan bagaimana seseorang dalam berfikir dan berkomunikasi (Anggoro, 2017:33). Communication Privacy Management (CPM) didesain untuk menjelaskan berbagai isu keseharian yang digambarkan dalam kegiatan individu sehari-hari. Sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu berinteraksi yang akan terlibat dalam proses komunikasi.

Ketertarikan Teori CPM adalah untuk menjelaskan proses negosiasi yang terjadi seputar keterbukaan dan kontrol informasi privasi. Cakupan teori ini tidak hanya pada diri, tetapi lebih luas termasuk kelompok maupun organisasi, untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat lima asumsi dasar teori CPM (West dan Turner, 2010:223).

A. Informasi Privasi (*Privat Information*)

Asumsi pertama dalam teori ini adalah tentang kepemilikan dan kontrol terkait informasi pribadi. Bahwa, banyak orang

percaya jika mereka memiliki informasi pribadi dan berhak untuk mengontrol informasi tersebut (Griffin, E. 2019).

B. Batasan Privasi (*Private Boundaries*)

Asumsi ini mendefinisikan bahwa terdapat garis batas antara sikap terbuka (publik) dan bersikap privat terhadap informasinya, atau dengan kata lain aturan untuk mengungkapkan atau menyembunyikan (West dan Turner, 2010:225). Setiap orang pasti memiliki aturan untuk mengelola informasi pribadinya. Secara umum, terdapat dua jenis batasan privat, yaitu batasan personal dan kolektif.

Ketika seseorang akan memilih untuk menyimpan pesannya atau informasinya, tidak membagikannya kepada siapapun, itu akan menjadi milik pribadi, batasannya disebut sebagai batasan personal (Zahra, 2017:22). Sedangkan batasan kolektif tercipta ketika seseorang akan memilih untuk mengungkapkan informasi yang mungkin sebelumnya ia simpan ketika berinteraksi di dunia nyata ke media sosial (Zahra, 2017:22).

C. Kontrol dan Kepemilikan (*Control and Ownership*)

Berkaitan dengan kontrol dan kepemilikan, anggapan ini bermaksud bahwa pemilik informasi memiliki kontrol untuk menaruh kepercayaan kepada siapa saja yang dapat mengakses informasinya (West dan Turner, 2010:225). Ketika individu satu dengan yang lainnya memberikan informasi pribadi, mereka kemudian menjadi pemilik bersama atas informasi tersebut (Griffin, E. 2019).

D. Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan (*Rule-Based Management System*)

Ketika akan memberikan informasi kepada pihak lain yang lebih luas, diperlukan negosiasi atas aturan privasi yang telah disetujui bersama (Griffin, E. 2019). Hal ini berkaitan dengan batasan privasi, kepemilikan batas adalah hak dan tanggung jawab yang dimiliki oleh teman pemilik informasi pribadi untuk mengontrol persebarannya (Griffin, E. 2019). Pada sistem manajemen manajemen berdasarkan aturan terdiri dari karakteristik aturan privasi, koordinasi batas, dan turbulensi batas yang dijelaskan dalam West dan Turner (2010:229) sebagai berikut:

1. Karakteristik Aturan Privasi

Pada teori *Communication Privacy Management (CPM)* karakteristik aturan privasi berkaitan dengan pengembangan aturan yang dipandu oleh kriteria keputusan individu ketika memilih mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadinya. Dimana terdapat lima kriteria keputusan yang digunakan Terdapat lima faktor yang berperan dalam pengembangan batasan privasi menurut Griffin, E. (2012:171), diantaranya:

- a. Budaya, yang memiliki perbedaan dalam sebuah nilai keterbukaan dari masing-masing orang.
- b. Gender, antara laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan ketika mengungkapkan informasi, dan memiliki perspektif yang berbeda untuk menjaga privasi.
- c. Motivasi, batasan privasi akan menjadi lebih longgar ketika terdapat motif ketertarikan dan rasa suka dari pemilik informasi
- d. Konteks, ketika menciptakan atau mengubah aturan privasi dapat dipengaruhi oleh konteks. Dengan kata lain, implikasi terhadap privasi dapat berbeda dalam konteks tertentu (Liu & Wang, 2018:11)
- e. Rasio risiko dan manfaat, berkaitan dengan mengukur antara risiko dan manfaatnya ketika mengungkapkan ataupun memilih untuk menyembunyikan informasi pribadi

2. Koordinasi Batas

Proses koordinasi batas mengacu pada acara individu dalam proses mengelola informasinya (West dan Turner, 2010:230). Bahwa ketika seseorang akan memilih untuk membagikan informasi yang dimiliki terdapat sebuah koordinasi, dengan menggunakan aturan-aturan yang dibentuk, individu akan mengkoordinasikan batasan-batasan yang kemudian menentukan keputusan untuk menutup atau berbagi informasi yang dimilikinya. Pada aktivitas di media sosial, pemilik akun dapat dengan keputusannya sendiri menentukan siapa saja yang dapat mengakses informasinya (Zahra, 2017:23).

3. Turbulensi Batas

Respon yang diperoleh orang lain tidak selalu dapat sesuai dengan harapan kita. Pada proses tersebut terjadi sebuah turbulensi batasan yang berkaitan dengan ekspektasi seseorang dalam proses manajemen privasinya tidak sesuai kemudian mengalami konflik (West dan Turner, 2010:232). West dan Turner

(2010:232) menjelaskan bahwa banyak faktor yang dapat mengkaibatkan terjadinya turbulensi batas, akan tetapi dalam teori *CPM* menegaskan bahwa setiap individu akan mencoba untuk menyesuaikan ketika terjadi turbulensi batas agar dapat mengurangnya sehingga mencapai koordinasi.

E. Manajemen Dialektika (*Management Dialectics*)

Asumsi kelima, dialektika manajemen privasi berfokus pada negosiasi yang terjadi ketika muncul keinginan untuk mengungkapkan atau menutupi informasi pribadi (West dan Turner, 2010:227).

Teori manajemen privasi komunikasi merupakan cara seseorang untuk mengelola atau menavigasi informasi privasi mereka. Sedangkan batasan-batasan privasi merupakan penghalang yang kemudian menentukan banyaknya informasi yang akan diungkapkan secara terbuka (Griffin, E. 2019). Baik di dunia nyata maupun maya, manajemen privasi seseorang perlu dilakukan, terlebih ketika memanfaatkan jejaring sosial dengan ruang virtual yang memiliki kecepatan dan efektifitas dalam proses persebarannya.

Media Sosial

Merupakan saluran berbasis internet, media sosial memungkinkan pengguna berinteraksi kedalam lingkup yang luas. Melalui internet, pengguna di seluruh dunia dapat saling terhubung (Winarsih, & Irwansyah, 2020:10). Melalui media sosial, pengguna dapat membuat akun pribadi, kemudian memiliki kesempatan terhubung dengan sesama pengguna secara virtual untuk saling berbagi informasi. Perkembangan media sosial sangat cepat, kini banyak sekali perusahaan-perusahaan media yang menerbitkan situs jejaring sosial. Hingga saat ini, Facebook, Twitter, dan Instagram masih menjadi jawara sebagai media sosial yang memiliki banyak pengguna.

Twitter

Twitter termasuk kedalam media sosial yang cukup populer bagi masyarakat selain Instagram dan Facebook. Didirikan oleh Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone dan Noah Glass pada Juli 2006. Wearesocial (wearesocial.com) telah merilis data pengguna internet secara global tahun 2020. Di

Indonesia, Twitter termasuk dalam lima besar media sosial yang paling banyak digunakan. Dari pengguna Internet usia 16-64 tahun di Indonesia, sebanyak 63,6 % pengguna mengakses Twitter (katadata.co.id).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan kondisi dan fenomena secara terperinci, akan menghasilkan data yang berupa tulisan atau lisan dan perilaku yang kemudian dapat diamati (Hijeruddin, 2018:33). Penelitian ini fokus pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta yang menggunakan media sosial Twitter, pengambilan data dilakukan wawancara secara langsung dengan narasumber. Lokasi penelitian berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan alokasi waktu yang diperlukan dalam proses penelitian adalah 2-3 bulan, yaitu pada bulan Juni-September 2021.

Sumber data primer pada penelitian ini merupakan informan yang dipilih dengan mengikuti kriteria yang telah disusun. Pada penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Negeri Yogyakarta pengguna media sosial Twitter. Penentuan subjek dalam penelitian diambil dengan *purposive sampling* dengan memilih pertimbangan pengguna aktif dari masing-masing fakultas. Penelitian ini memperoleh sumber data sekunder melalui data-data dari penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Metode pengumpulan data diperoleh melalui wawancara akan memperoleh informasi kunci yang selanjutnya dapat digunakan untuk mengembangkan informasi yang diperoleh sebelumnya. Metode wawancara akan memperoleh informasi yang menyeluruh karena datanya bersifat terbuka, menyeluruh, dan tidak terbatas, serta dapat memperoleh informasi litas waktu (Anufia & Alhamid, 2019:8)

Instrumen pada penelitian ini merupakan peneliti sendiri. Sesuai dengan pendapat Barlian, E. (2018:154) yang menyebutkan bahwa peneliti berperan sebagai alat penelitian yang utama (*key instrument*) dengan keterlibatannya secara langsung dalam penelitian, seluruh data yang diperoleh kemudian ditafsirkan oleh peneliti sendiri.

Uji keabsahan data diperlukan dalam penelitian dengan maksud untuk menjamin penelitian yang kredibel (Hermawan, 2018:16). Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil pengumpulan data yang diperoleh dari pemaparan berbagai sumber kemudian dianalisis hingga memperoleh kesimpulan. Terdapat empat tahapan dalam analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan kepada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). mengambil sampel satu mahasiswa dari ketujuh fakultas. Informan yang berasal dari keseluruhan fakultas dimaksudkan dapat merepresentasikan penelitian ini yang memiliki fokus pada mahasiswa UNY. Pemilihan responden pada penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif setiap hari mengakses Twitter. Setiap mahasiswa memiliki karakteristik yang berbeda-beda dengan latar belakang yang beragam. Penelitian dilaksanakan secara daring seperti melalui aplikasi video conference dan wawancara langsung. Proses pengambilan data berlangsung mulai bulan Agustus hingga Oktober 2021.

Sesuai dengan hasil wawancara yang menyebutkan bahwa keseluruhan informan merupakan pengguna aktif, setidaknya dalam satu hari mereka pasti mengakses Twitter dengan berbagai macam tujuan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada ketujuh responden tersebut mengenai bagaimana mereka dalam melakukan manajemen privasi komunikasi (Communication Privacy Management) ketika menggunakan media sosial Twitter, memperoleh hasil yang diuraikan melalui lima asumsi dasar dari teori manajemen privasi komunikasi.

A. Informasi Privat

Asumsi yang pertama pada Manajemen Privasi Komunikasi adalah informasi privat, berkaitan dengan informasi-informasi yang sangat berarti bagi individu yang sifatnya privat. Informasi privat berfokus pada pesan yang diungkapkan dengan cara

bercerita, dari sebuah proses negosiasi dan koordinasi untuk memilih antara berbagi atau menyimpan (Zahra, 2017:21).

Pada penelitian ditemukan bahwa dari keenam informan saat diwawancarai memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam mengakses Twitter. Bahkan lima dari tujuh responden mengatakan setidaknya dalam sehari pasti membuka Twitter meskipun hanya dalam waktu-waktu tertentu dan tidak terlalu lama tetapi pasti membuka Twitter.

Adapun kegiatan yang dilakukan informan ketika mengakses Twitter bermacam-macam. Dari hasil wawancara dengan informan, terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan ketika mengakses Twitter, diantaranya: sebagai hiburan, tempat curhat dan bercerita, dan mencari informasi

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa Twitter telah menjadi ruang untuk mengekspresikan diri dari berbagaimacam keadaan yang sedang dialami, ketika mengakses Twitter dan mulai untuk mengunggah konten, secara sadar maupun tidak terdapat konsekuensi terhadap tersebarnya informasi yang kemudian menjadi konsumsi bersama, dalam kaitannya informasi privat, para responden telah menunjukkan bagaimana ia mengelola informasi tersebut, dan memilahnya ketika akan berbagi di media sosial.

B. Batasan Privasi

Asumsi batasan privat pada manajemen privasi komunikasi mendefinisikan bahwa terdapat garis batas antara sikap terbuka atau privat terhadap informasi privatnya (West dan Turner, 2010:225). Ketika seseorang telah memutuskan untuk mengungkapkan informasi privat kepada orang lain disebut sebagai batasan kolektif (*collective boundary*), sedangkan informasi privat yang tetap disimpan oleh individu sebagai pemiliknya disebut sebagai batasan personal (*personal boundary*).

Setiap pengguna dalam mengelola batasan privat akan berbeda satu dengan yang lainnya, karena batasan tersebut dibentuk sendiri oleh masing-masing individu sebagai pemilik informasi. Hasil temuan dari wawancara dengan ketujuh informan menunjukkan bahwa informan membentuk batasan privat secara personal terkait informasi

pribadinya, jika telah menyinggung informasi pribadi, mereka memilih untuk tidak membagikannya.

Berkaitan dengan keputusan dalam mengelola batasan privat, baik batasan personal maupun batasan kolektif, data temuan dari hasil wawancara dengan informan adalah memilih untuk membatasi segala informasi yang ranahnya privasi dan tetap menjadi batasan personal enggan berbagi ke Twitter dengan berbagai pertimbangan yang melatarbelakangi.

C. Kontrol dan Kepemilikan

Berdasarkan asumsi pada manajemen privasi komunikasi, terdapat kontrol dan kepemilikan, yang dapat diuraikan bahwa seseorang akan merasa memiliki informasi yang bersifat privasi mengenai diri mereka. Asumsi kontrol dan kepemilikan berlaku bagi seseorang pada setiap kesempatan dan aktivitas bersosialisasinya. Baik secara langsung di dunia nyata maupun ketika berinteraksi di dunia maya seperti media sosial. Pada penelitian ini, ditemukan beberapa langkah informan dalam langkahnya sebagai pemilik informasi sekaligus pemilik akun melakukan sebuah kontrol, seperti mengatur akun menjadi privat, selektif dalam memilah pengikut (*followers*) dan mengikuti akun (*following*).

Banyak dari pengguna Twitter yang dengan sadar telah berupaya untuk mengontrol persebaran informasinya, dengan mengubah akun menjadi privat dan tidak sembarangan dalam menerima *followers* adalah salah satu sikap bagaimana individu sebagai pemilik informasi berusaha untuk melakukan kontrol dan memilah kepada siapa saja yang kemudian menjadi pemilik bersama atas informasi. Akan tetapi dalam beberapa temuan pun juga terdapat pengguna yang tidak terlalu memperhatikan dan cenderung cuek terhadap hal tersebut.

Menjadikan akun Twitter menjadi akun privat adalah pilihan para informan dalam rangka langkahnya untuk mengontrol persebaran informasinya. Dengan akun privat, juga kemudian selektif dalam menerima pengikut serta mengikuti akun pengguna lain. Pada penelitian ini, informan yang memilih untuk selektif dalam pertemanan di Twitter hanya teman-teman dekat yang menjadi pengikutnya.

D. Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan

Asumsi keempat ini berkaitan dengan bagaimana individu dalam memahami keputusan yang dibuatnya mengenai informasi privat. Pada sistem manajemen berdasarkan aturan terdiri dari karakteristik aturan privasi, koordinasi batas, dan turbulensi batas. Masing-masing akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

Karakteristik Aturan Privasi

Pada teori manajemen privasi komunikasi, terdapat lima kriteria yang berfungsi dalam pengembangan aturan privasi, yaitu: budaya, gender, motivasi, kontekstual, dan rasio risiko dan manfaat.

1. Kriteria Budaya

Setiap individu memiliki latar belakang budaya yang berbeda-beda, dengan berbagai aspek yang mempengaruhi, tidak terkecuali ketika dalam proses pembukaan informasi. Pada penelitian ini ditemukan bagaimana budaya kemudian mempengaruhi seseorang dalam menggunakan media sosial Twitter. Secara keseluruhan informan berasal dari suku Jawa, yang pada aktivitas keseharian mereka menjunjung tinggi norma yang berlaku di masyarakat. Ketika kemudian beraktivitas di dunia maya, ditemukan kesamaan dari pengguna untuk menerapkan apa yang telah menjadi kebiasaan di dunia nyata.

Latar belakang budaya mempengaruhi pola perilaku dan interaksi setiap individu dalam menggunakan media sosial Twitter, ketika lingkungan informan merupakan masyarakat yang menjunjung tinggi norma berperilaku, tidak hanya menerapkan di dunia nyata, namun mereka juga membawanya di dunia maya, selain itu adanya perbedaan budaya juga kemudian menimbulkan adanya persepsi yang berbeda.

2. Kriteria Gender

Pada kriteria ini, merujuk pada perbedaan-perbedaan yang dapat muncul antara perempuan dan laki-laki ketika memutuskan batasan-batasan ranah informasi pribadi. Pada penelitian ini yang melibatkan empat perempuan dan tiga laki-laki, dalam proses penarikan batasan-batasan privasi dalam bermedia sosial tidak terlihat perbedaan yang signifikan. Bahkan semuanya menyebutkan, bahwa jika segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi yang ranahnya

pribadi, mereka memilih untuk tidak berbagi di media sosial Twitter.

Pada penelitian ini, ditemukan bahwa sebanyak tiga informan perempuan mengubah akun Twitter menjadi akun privat, sedangkan informan laki-laki seluruhnya memiliki akun Twitter dalam mode publik, hal ini dapat dikaitkan dengan cara informan perempuan ketika menggunakan Twitter sebagai ruang untuk curhat dengan membentuk privasinya. Kemudian informan laki-laki yang menempatkan Twitter juga sebagai media hiburan memilih untuk tetap menjadi akun publik karena mengklaim jika tidak ada informasi privat yang mereka bagikan.

3. Kriteria Motivasi

Keputusan dalam menentukan batasan-batasan untuk mengungkapkan atau memilih untuk menyimpan sebuah informasi dapat didasari oleh sebuah motivasi. Beberapa dari pengguna dapat memiliki berbagai motif untuk mengontrol bahkan memanipulasi dalam proses pengungkapan informasi mereka, karena kekuasaan sepenuhnya ada pada pemilik informasi.

Pada penelitian ditemukan bahwa motif informan ketika menggunakan Twitter adalah sebagai media hiburan dan tempat untuk mengungkapkan keluh kesah dalam beraktivitas. Ketika pengguna memiliki motif menggunakan Twitter sebagai ruang untuk curhat, bercerita, dan berbagi pengalaman, mereka akan mengelola batasan-batasan sesuai dengan aturan yang telah dibuat dengan masing-masing memiliki perbedaan sesuai dengan motifnya.

4. Kriteria Kontekstual

Seseorang dalam mengungkapkan informasi, berada pada suatu keadaan yang memungkinkan akan mendorong terjadinya keputusan dalam keterbukaan atau menutupi. Kriteria konteks tersusun pada lingkungan sosial dan latar belakang fisik. Pada penelitian ini ditemukan adanya konteks lingkungan sosial yang kemudian menjadi salah satu faktor informan ketika proses pembukaan diri.

Terdapat berbagai tipe pengguna media sosial dalam berinteraksi secara maya, diantaranya terdapat pengguna yang aktif dalam berinteraksi baik antar pengguna yang dikenal hingga ikut bergabung pada sebuah utas yang biasanya memiliki atensi yang tinggi. Selain itu terdapat juga pengguna yang memilih untuk membatasi aktivitasnya di

Twitter, dimanfaatkan hanya sebagai ruang untuk pribadi dan selektif dalam memilih rekan berinteraksi.

Bagi sebagian pengguna lebih memilih untuk membatasi interaksi di Twitter dengan tidak bergabung pada unggahan milik pengguna lain, akan tetapi terdapat juga tipe pengguna yang sering ikut berpartisipasi ketika terdapat unggahan yang dirasa menarik, berkaitan dengan pengungkapan informasi, informan pada penelitian ini mengaku tidak pernah berbagi secara bebas.

5. Kriteria Rasio Risiko dan Manfaat

Kriteri kelima ini berkaitan dengan upaya untuk menimbang antara risiko dan manfaat yang akan diperoleh masing-masing pengguna ketika ia memilih untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi. Pada penelitian ini kriteria risiko diperoleh berdasar berbagai pertimbangan para informan ketika membagikan informasi melalui Twitter. Pada penelitian ini ditemukan pertimbangan-pertimbangan dari para informan ketika memutuskan untuk berbagi atau membatasi. Pertama adalah kekhawatiran akan timbulnya sebuah permasalahan baru akibat informasi yang diunggah, sehingga memilih untuk membatasi

Kedua, jangkauan media sosial yang luas menjadikan pengguna juga berpikir terkait risiko dan manfaat yang akan ia dapatkan. Pada penelitian ini, para informan lebih memilih untuk berpikir terkait risiko dan manfaat tentang apa yang akan mereka bagikan nantinya. Kekhawatiran akan dampak yang kemungkinan dapat terjadi serta luasnya jangkauan Twitter juga menjadi alasan informan memilih untuk berpikir ulang ketika akan berbagi informasi.

Koordinasi Batasan

Proses ini merujuk pada cara dalam mengelola informasi yang dimiliki secara bersama (West dan Turner, 2010:231). Sebelum informasi diputuskan untuk dibagikan, terdapat koordinasi dari pemiliknya (Zahra, 2017:25). Pada penelitian ditemukan para informan yang memilih untuk mengubah akun nya menjadi privat adalah agar dapat membatasi pengikutnya.

Turbulensi Batasan

Ketika seseorang telah mengambil keputusan untuk memilih orang lain masuk

kedalam batasan privasi kita, terkadang dalam sebuah kesempatan terdapat respon yang tidak sesuai dengan harapan. Berkaitan dengan segala bentuk konten atau informasi yang dibagikan, pada penelitian ini, para informan mengaku belum pernah memperoleh sebuah permasalahan yang berarti terkait unggahannya.

Adapun faktor yang melatar belakangi adalah memilih untuk berhati-hati ketika mengunggah konten baik informasi dalam bentuk teks, foto, maupun video. Serta sebagian dari informan juga memilih menahan untuk tidak mengunggah konten sebagai langkah preventif.

Manajemen Dialektika

Berfokus pada ketegangan-ketegangan seseorang yang terjadi pada proses negosiasi pengungkapan informasi pribadi. Pada penelitian ini, ditemukan bagaimana perilaku informan ketika akan berbagi informasi di Twitter. Lima dari tujuh informan memberikan pernyataan bahwa ketika akan berbagi informasi ke Twitter akan membutuhkan waktu untuk berpikir, baik terkait hal-hal yang akan timbul nantinya ataupun baik tidaknya informasi tersebut ketika sudah diunggah.

Adanya perbedaan dalam proses berpikir seseorang adalah hal yang wajar dengan sifat pribadi yang berbeda-beda. Pada penelitian ini, secara keseluruhan kaitannya dengan informasi privat, para informan tetap berpikir secara matang, dan tetap melakukan langkah untuk menjaga informasi pribadinya ketika menggunakan Twitter

SIMPULAN DAN SARAN

Twitter dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berbagai macam hal. Pada penelitian ini, para informan menggunakan Twitter memiliki tujuan yang beragam. Kemudian memunculkan beragam aturan yang dibentuk masing-masing informan dalam mengelola informasi yang diunggah, berkaitan dengan informasi pribadi. Pada penelitian ini memperoleh hasil bahwa informan menggunakan Twitter sebagai tempat curhat dan bercerita, mencari hiburan, bahkan mencari informasi.

Proses pengelolaan privasi dilakukan para informan berdasarkan asumsi dari teori manajemen privasi komunikasi (Communication Privacy Management)

termasuk lima kriteria yang berfungsi dalam pengembangan aturan privasi. Asumsi teori CPM diantaranya: informasi privat, batasan privat, kontrol dan kepemilikan, sistem manajemen berdasarkan aturan, dan manajemen dialektika. Serta lima kriteria yang berada dalam asumsi sistem manajemen berdasarkan aturan adalah budaya, gender, motivasi, konteks, dan rasio risiko dan manfaat.

Berdasar hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa para informan telah melakukan manajemen privasi, dengan masing-masing pengelolaan yang berbeda. Informasi privat yang dimiliki oleh informan salah satunya berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh informan. Jika bersinggungan dengan informasi privat, keseluruhan informan menyampaikan memilih untuk tidak membagikannya ke Twitter. Dalam rangka mengontrol persebaran informasi privat, meskipun dengan motif penggunaan yang berbeda-beda, para informan akan berhati-hati dan berpikir terkait dampak yang timbul ketika mengunggah konten informasi.

Terdapat beberapa langkah untuk membangun batasan privasi. Memilih untuk mengubah akun menjadi akun privat sehingga setidaknya persebaran informasi tidak berlangsung secara bebas dengan jangkauan yang terbatas. Dengan akun privat, juga selektif dalam memilih pengikut, pada penelitian ini pemilihan pengikut berdasarkan teman terdekat. Selain itu juga memilih untuk membatasi interaksi dalam penggunaan twitter.

Pada dasarnya setiap pengguna telah memiliki kesadaran terhadap informasi tentang dirinya yang bersifat privat. Meskipun telah mengelola sedemikian rupa terkait privasi di media sosial, para informan tetap memperhatikan dan memilih untuk tidak berbagi di Twitter jika informasi menyangkut ranah privat. Mengutip dari pernyataan dari informan 3 "Mau seprivasi apapun, Twitter tetap media sosial yang diakses banyak orang".

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barlian, E. (2018, October 19). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
Griffin, E. (2012). In *A First Look At Communication Theory – 8/E*. New York: McGraw-Hill.

- Richard West dan Lynn H. Turner. (2010). *Introduction Communication Theory : Analysis and Application*, 4th Edition. New York: Mc Graw-Hill

Jurnal

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Anggoro, D. W. (2017). Manajemen Privasi Di New Media (Studi Kasus Pengguna Facebook Pada Pegawai Negeri Sipil). *Sociae Polites*, 18(01), 26-38.
- Anufia, B., & Alhamid, T. (2019). Instrumen Pengumpulan Data.
- Asmara, S., & Butsi, F. I. (2020). Twitter Dan Public Sphere: Studi Fenomenologi Tentang Twitter Sebagai Media Alternatif Komunkasi Politik. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Communique*, 2(2), 75-84.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Hermawan, H. (2018). Metode Kualitatif untuk Riset Pariwisata.
- Hidajat, M., Adam, A. R., Danaparamita, M., & Suhendrik, S. (2015). Dampak Media Sosial dalam Cyber Bullying. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 6(1), 72-81.
- Islamy, I. T., Agatha, S. T., Ameron, R., Fuad, B. H., Evan, E., & Rakhmawati, N. A. (2018). Pentingnya Memahami Penerapan Privasi di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 11(2), 21-28.
- Kamilah, F. N., & Lestari, S. B. (2020). Manajemen Privasi Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 9(1), 98-108.
- Krisnawati, E. (2016). Mempertanyakan Privasi Di Era Selebgram: Masih Adakah?. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 179-200.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2018). Kajian Tentang Efektivitas Pesan dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*

- Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian, 3(1), 90-95.
- Pertiwi, A. S. A., & Manalu, S. R. (2018). Memahami Pengelolaan Pengungkapan Informasi Pribadi di Media Sosial di Kalangan Dewasa Dini. *Interaksi Online*, 6(4), 479-489.
- Pratama, B., & Besar, B. (2020). Perlindungan Data Privasi Anak Online dalam Mencegah Pelanggaran Hak Anak. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 44(1), 115-129.
- Putra, A. M., & Febrina, A. (2019). Fenomena selebgram anak: Memahami motif orang tua. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1093-1108
- Putri, D. K., Nirwana, M. D., & Sobari, W. (2012). Analisis Manajemen Privasi Komunikasi Korban Cyberstalking Dalam Facebook. *Interaktif*, 3(2), 243521.
- Rachmawati, T. (2017). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. UNPAR Press. Bandung.
- Saidah, M., & Irwansyah, I. (2019). Kebebasan Berekspresi Dan Paradoks Privasi Dalam Hubungan Pertemanan. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2), 215-229.
- Saifulloh, M., & Ernanda, A. (2018). Manajemen Privasi Komunikasi pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego di Twitter. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 235-245.
- Situmeang, S. M. T. (2021). Penyalahgunaan Data Pribadi Sebagai Bentuk Kejahatan Sempurna Dalam Perspektif Hukum Siber. *SASI*, 27(1), 38-52..
- Tiyarestu, A. C., & Cahyono, R. (2015). Perbedaan Communication Privacy Management Di Media Sosial Twitter Pada Remaja Dengan Tipe Kepribadian Extravert Dan Introvert. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 4(1), 65.
- Winarsih, W., & Irwansyah, I. (2020). Proteksi Privasi Big Data Dalam Media Sosial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1-33.
- Yuwinanto, H. P. (2015). Privasi online dan keamanan data. Palimpsest.
- comparison. *Information & Management*. doi:10.1016/j.im.2018.05.006
- Petronio, S. (2016). Communication Privacy Management. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1-9. doi:10.1002/9781118766804.wbiect138
- Skripsi**
- Kurnianto, A. (2017). Opini Anggota Grup Facebook Info Cegatan Jogja (ICJ) Terhadap Kinerja Kepolisian di Yogyakarta Tahun 2017.
- Zahra, S. S. (2017). Manajemen Privasi Komunikasi Di Media Baru (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Dari Bulan September 2016 – Februari 2017)
- Tesis**
- Afdala, R. W. (2019). Pengaruh Pengelolaan Privasi Pada Instagram Terhadap Presentasi Diri Mahasiswa.
- Suciningsih, I. (2019). Analisis wacana kritis trending topic hashtag crazy rich Surabayan di Twitter.
- Disertasi**
- Hijeruddin, H. (2018). Eksistensi Grup Facebook Info Kejadian Kota Makassar (Inkam) Sebagai Sumber Informasi Masyarakat Kota Makassar.
- Maghfiro, L. (2018). Analisis pesan dakwah Humood Alkhudher dalam lagu kun anta pada media online youtube (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Mahmudah, I.P. (2016). Hubungan Frekuensi Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Privasi Pada Generasi X, Generasi Y, Dan Generasi Z
- Sholihah, M. A. (2020). Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Instagram Dewasa Dalam Menggunakan Fitur Instastory (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Internet**
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). 2020 . Laporan Survei Internet Apjii 2019-2020 (Q2) Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

- Indonesia. 4 Februari 2021 Pukul 19.00 WIB
- Biro Humas Kementerian Kominfo (2018). *Jamin Perlindungan Data Pribadi, Kominfo Beri Sanksi Terhadap Penyalahgunaan oleh Pihak Ketiga*. https://kominfo.go.id/content/detail/12865/siaran-pers-no-85hmkominfo042018-tentang-jamin-perlindungan-data-pribadi-kominfo-beri-sanksi-terhadap-penyalahgunaan-oleh-pihak-ketiga/0/siaran_pers
- Gideon, A. (2020). *Ingat, Jangan Umbar Data Diri di Medsos agar Terhindar Aksi Penipuan*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4347983/ingat-jangan-umbar-data-diri-di-medsos-agar-terhindar-aksi-penipuan>
- Griffin, E. (2019). In *A First Look At Communication Theory – 10/E*. New York: McGraw-Hill. Retrieved From: [https://www.afirstlook.com/edition-](https://www.afirstlook.com/edition-10/theory-resources/by-type/outline/Communication-Privacy-Management-Theory)
- [10/theory-resources/by-type/outline/Communication-Privacy-Management-Theory](https://www.afirstlook.com/edition-10/theory-resources/by-type/outline/Communication-Privacy-Management-Theory)
- KataData. (2021). Durasi Bermedia Sosial Masyarakat Indonesia Semakin Lama pada 2020. Retrieved From: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/durasi-bermedia-sosial-masyarakat-indonesia-semakin-lama-pada-2020>
- KataData (2020). Mayoritas Pelaku Kekerasan Online terhadap Perempuan adalah Orang Asing. Retrieved From: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/17/mayoritas-pelaku-kekerasan-online-terhadap-perempuan-adalah-orang-asing>
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Digital Data Indonesia 2020. In *Data Reportal*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

