

MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI: PENGGUNAAN INSTAGRAM STORIES DI AKUN MAHASISWI GENERASI Z

Resti Alfiarni¹, Sefia Endah Rohmani², Naufal Razaq Citra³, Rifqi Al Mahira⁴,
Febby Amelia Trisakti⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, Indonesia
Email: restialfiarni@gmail.com

ABSTRAK

Instagram menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia pada tahun 2020 dengan total keseluruhan pengguna sebesar 26,9 miliar. Ada banyak fitur yang tersedia di Instagram untuk para penggunanya, salah satunya adalah Instagram Stories. Fitur Instagram Stories adalah fitur yang disediakan oleh aplikasi Instagram untuk menambah pengalaman pengguna dalam membagikan moment melalui foto maupun video. Studi ini dilakukan pada beberapa mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen privasi pada *Instagram stories* mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui teknik wawancara dengan beberapa informan terkait pengalamannya selama menggunakan fitur Instagram Stories. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat beragam motif yang dilakukan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dalam menggunakan fitur Instagram Stories, yakni diantara informan ada yang merasa bebas berekspresi dan memberikan informasi di Instagram Stories yang mereka bagikan, dan juga ada informan yang jarang menggunakan Instagram Stories.

Kata kunci: Manajemen Privasi Komunikasi, Instagram stories, Mahasiswa

ABSTRACT

Instagram became the social media with the most users in the world in 2020 with 26.9 billion users. There are many features available on Instagram for its users, one of which is Instagram Stories. The Instagram Stories feature is provided by the Instagram application to add to the user experience by sharing moments through photos and videos. This study was conducted on several female students of the Communication Science study program of Sultan Syarif Kasim State Islamic University of Riau (UIN Suska). The study aims to find out how privacy management on Instagram stories of students of the Communication Science study program UIN Sultan Syarif Kasim Riau. This study used qualitative research methods by collecting data through interview techniques with several informants related to their experiences while using the Instagram Stories feature. The result of this study is that there are various motives carried out by students of the Communication Science Study Program UIN Suska Riau in using the Instagram Stories feature, namely among informants there are those who feel free to express and provide information on Instagram Stories they share, and there are also informants who rarely use Instagram Stories.

Keywords: *Communication Privacy Management, Instagram stories, Students*

Pendahuluan

Keberadaan media sosial mendatangkan pengaruh besar di setiap kehidupan manusia, terkhusus dalam hal komunikasi. Media sosial merupakan tindakan komunikasi melalui perantara komputer di mana pribadi tidak hanya menyusun profil untuk ditampilkan kepada public, tetapi juga menciptakan ‘produk’ tentang diri sendiri untuk ditampilkan di ruang virtual. Banyak orang yang mengisi waktu luangnya dengan bermain media sosial salah satunya

Instagram (Alhabash & Ma, 2017). Setiap manusia mempunyai tujuan yang beragam saat mengaplikasikan internet, baik itu urusan pekerjaan, hiburan, bahkan urusan pribadi sekali pun (Kusuma, 2017). Instagram adalah media sosial yang penggunanya terdiri dari individu, organisasi, vendor dan bisnis, yang memposting foto atau video ke pengikut mereka (Karimkhani dkk., 2014)

Seiring berjalannya waktu, media sosial mengalami perkembangan, salah satunya dengan kemunculan fitur-fitur baru. Dengan dihadirkannya fitur ini menambah daya minat pengguna salah satunya dengan kemunculan fitur instagram stories pada aplikasi instagram. Instagram stories merupakan salah satu fitur yang biasa digunakan untuk mengakses foto atau video dengan batasan waktu selama 24 jam (Savitri & Irwansyah, 2021).

Fitur Instagram stories diluncurkan pada Agustus 2016, yang mana instagram stories merupakan fitur yang terdapat pada aplikasi Instagram dan juga beroperasi pada platform lain seperti Snapchat yang memungkinkan pengguna mengunggah konten singkat (foto, video singkat, dan transmisi streaming langsung), yang tetap berada di jaringan dalam jangka waktu 24 jam (Belanche dkk., 2019). Fitur instagram stories sama halnya dengan fitur yang disediakan instagram sebelumnya yang tetap membagikan foto atau video. Namun, dalam hal ini ada juga letak perbedaannya yakni dari segi sifatnya yang terbatas, artinya setiap pengguna dapat membagikan sebuah moment baik itu foto ataupun video dengan batasan waktu selama 24 jam dan setelah melewati 24 jam foto atau video tersebut otomatis akan hilang. Berbeda dengan instagram pada umumnya, foto dan video tersebut akan tersimpan sampai kapanpun, dan akan terhapus jika pemilik akun yang menghapusnya sendiri.

Perbedaan lainnya juga terletak pada segi durasi, jika ingin membagikan foto atau video pada fitur instagram stories durasi yang diberikan maksimal hanya 30 detik, berbeda dengan instagram bisa, apabila ingin membagikan moment foto maupun video durasi yang diberikan tidak terbatas. Berdasarkan data CNN Indonesia dalam situsnya bahwa sejak bermunculnya instagram stories pada Agustus 2016 lalu, terus mengalami peningkatan. Pada Januari 2017 pengguna aktif harian instagram stories hanya mencapai 150 pengguna, dan tanpa dipungkiri dalam kurun waktu enam bulan pengguna instagram naik drastis menembus 250 juta pengguna. Saat ini fitur instagram stories menjadi fitur yang populer karena memberikan kemudahan bagi usernamenya saat berbagi moment seperti kegiatan sehari-hari, tempat yang dikunjungi, dan informasi yang diketahui. Instagram salah satunya menjadi wadah dalam pengungkapan diri. Pengungkapan diri melalui media sosial adalah sebuah fenomena yang sering sekali muncul hingga saat ini. (Saifulloh & Siregar, 2019)

Menurut (Johana dkk., 2020), instagram stories memungkinkan semua orang untuk melihat sisi lain seseorang yang mungkin tidak diketahui apabila hanya bertatap muka secara langsung. Banyak pengguna jika di dunia nyata dia pendiam dan introvert namun ketika mereka mengaplikasikan fitur ini, mereka lebih open terhadap informasi dan pribadinya sendiri. Komunikasi melalui media social memiliki daya tarik tersendiri dan dipandang bermanfaat bagi manusia sebagai pengungkapan diri pengguna. Akan tetapi, di sisi lain ada efek yang kurang diperhatikan. Menurut (Krisnawati, 2016), saat ini privasi bukan menjadi permasalahan yang besar, kemajuan teknologi mendatangkan informasi dari setiap orang dimana bisa mengumpulkan, menyebarkan, serta meningkatkan jumlah data tentang individu dan pada akhirnya mendatangkan kecemasan terhadap internet yang sepetinya dapat mengikis privasi.

Selain itu, dengan bermunculnya fitur instagram stories ini tentunya juga akan berdampak baik itu positif ataupun negatif. Apabila berkaca dari dampak negatif, menurut (Fauzia et al., 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa didapatkan beberapa masalah pada pemilik instagram, salah satunya pemilik akun yang merasa tidak sungkan menyampaikan probematika yang dialaminya lewat platform instagram. Hal inilah yang menjadikan privasi tidak lagi berharga dan dihargai.

Privasi didefinisikan sebagai tindakan individu yang memiliki kuasa untuk mempunyai informasi yang hanya dirinya sendiri yang boleh tau, baik secara personal ataupun secara gabungan sehingga muncullah sebuah batasan yang orang lain tidak perlu mengetahui tentang sesuatu yang bersifat pribadi tentang diri orang lain.(Natalia, 2018). Pendapat seorang ahli yang bernama Clark, privasi intersepsi atau privasi komunikasi pribadi adalah sebuah kemungkinan individu berkomunikasi dengan dirinya sendiri yang dilakukan dengan berbagai media yang bebas dari penilaian orang lain. Ini seperti sebuah tindakan pencegahan secara otomatis agar data individu tidak diketahui oleh kelompok lain. Para individu tidak memungkinkan untuk tidak dapat mengawasi agar privasi nya tetap terjaga pada medsos tanpa berfikir cemas akan terjadinya sebuah konflik dengan individu lainnya, terutama pada kelompoknya sendiri. Permasalahan ini menjadi pembahasan terpenting jika kita sedang membahas management privasi yang mana ini penting baik pada individu antarpribadi. (Sholihah dkk., 2020). Terdapat perbandingan antara makna privasi dengan control komunikasi yang memiliki makna tidak sama tetapi tetap mengartikan rekaan betapa pentingnya sebuah kepercayaan untuk keamanan komunikasi dan bagian fungsi agar tercapainya privasi yang memiliki perhubungan bahwa individu tidak keseluruhan dalam pengendaliannya. (Dianiya, 2021)

Penelitian ini menggunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM) atau manajemen privasi komunikasi milik Sandra Petronia. Teori ini mengkaji tentang cara individu lain dalam menentukan cara yang paling efektif untuk mengungkap dan mengunci informasi yang bersifat hanya dapat di ketahui oleh dirinya sendiri. Pada teori ini menghasilkan bahwa pribadi akan mengatur informasi tentang dirinya agar tidak di bagikan kepada individu lain yang pastinya dari tindakan seperti ini akan menghasilkan sesuatu manfaat yang berguna untuk dirinya sendiri.(Junior, 2021)

Pada teori CPM memiliki lima asumsi dasar antara lain; (1) informasi privat yang memiliki titik fokus pada berfikir mengenai pembukaan secara tradisional. Ini berarti menyangkut individu yang bersifat pribadi. Pembukaan maksud di sini adalah memungkinkan kita memberitahu sendiri mengenai privasi dan kajian tentang untuk perasaan mendalam menyangkut emosional, psikologi dan fisik ataupun perilaku. (Andu dkk., 2017) Selanjutnya (2) Batasan privat, dimana manusia menguasai informasi pribadi tentang dirinya sendiri terhadap aturan yang mereka buat sendiri. Ini membahas tentang sempadan yang menjadi tembok antara pribadi dengan publik (Lianto, 2017).

Poin (3) *control dan kepemilikan*, di mana dalam CPM berasumsi informasi pribadi merupakan hak miliknya pribadi, yang mana dapat mereka kontrol dan membuat mereka merahasiakan informasi dan memberikan informasi tentang dirinya kepada orang lain. Ketika seorang individu memberikan jalan untuk dapat mengetahui tentang informasi pribadi orang lain, maka orang lain tersebut dapat dikatakan pemilik kedua dari sebuah informasi tadi. Karna

sebuah informasi pribadi milik seorang individu, maka individu tersebut dapat menentukan siapa yang ingin diberitahu. (Lianto, 2017) Poin selanjutnya (4) Sistem manajemen berdasarkan aturan, ini merupakan aturan keempat pada teori CPM yang mana sistem ini membahas tentang bagian dari pemahaman keputusan tentang orang lain dalam ruang lingkup privasi. Terakhir, (5) *Dialektika manajemen*, di mana asumsi ini berfokus pada kemauan untuk mengungkapkan informasi pribadi dengan keinginan menutupi informasi pribadi. (Ievansyah & Sadono, 2018)

Berdasarkan pada hasil kajian yang dilakukan (Johana dkk., 2020), penggunaan fitur *Instagram Story* digunakan sebagai media pengungkapan diri berdasarkan pada berbagai konsep pada diri sesuai dengan apa yang mereka butuhkan pada fitur cerita sebagai tempat untuk bercerita. Sama halnya penelitian tentang pendalaman sikap privasi pada remaja oleh (Aprilia & Angelina, 2022) yang menjelaskan bahwa remaja SMA di Yogyakarta masih kurang memperhatikan permasalahan mengenai penyebaran privasi pada media sosial. Sependapat, (Aini & Alamiyah, 2022) memaparkan performa tentang manajemen privasi pada pengguna instagram dengan tujuan untuk mengetahui pengelolaan manajemen privasi oleh pengguna instagram.

Penggunaan manajemen privasi telah dibahas sebelumnya oleh (Prinsloo & Slade, 2015) tentang mengeksplorasi masalah seputar persetujuan tentang privasi milik mereka. Kemudian, bagaimana institusi pendidikan tinggi dapat bekerja menuju pendekatan yang melibatkan dan memberi pemahaman siswa secara lengkap tentang implikasi analisis pembelajaran pada informasi pribadi miliknya. Ditambahkan oleh (Saidah, 2021), yang menjelaskan mengenai pendalaman pertimbangan mengenai manajemen informasi pribadi dengan hubungan pada pertemanan di mana tidak adanya kesepakatan dalam menjalin sebuah pertemanan di era digital dan setiap orang mempunyai pilihan mengenai informasi pribadi pada dirinya.

Semakin banyaknya fitur tambahan yang dihadirkan *instagram stories* semakin meningkat pula penggunaannya, terkhusus pada kalangan mahasiswi. Artikel ini membahas mengenai kalangan mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN Suska Riau sebagai subjek penelitian, karena penulis mengetahui secara langsung bahwa banyak dari mereka yang menggunakan *instagram stories* sebagai wadah untuk bebas berekspresi dengan membagikan foto dan video yang bersifat pribadi sekaligus, hingga menyinggung pada tindakan privasi di mana dihadapkan pada pilihan untuk mempublikasikan atau menahan diri untuk tetap mempertahankan informasi tentang dirinya.

Hasil survey yang dilakukan perusahaan research market dunia yakni TNS (Taylor Nelson Sofres) tahun 2016 menyatakan bahwa mayoritas pengguna Instagram dengan jenis kelamin perempuan mencapai 63% sedangkan laki laki sebanyak 37% dalam artian pengguna perempuan cenderung lebih sering menggunakan instagram dibanding laki-laki. (Yusra, 2016). Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari tau bagaimana penerapan manajemen privasi komunikasi yang dilakukan mahasiswi program studi ilmu komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dalam mengontrol keterbukaan diri melalui fitur *instagram stories*.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang mana dalam hal ini menjelaskan suatu fenomena, dengan

mendeskripsikan masalah secara spesifik dan mendalam berdasarkan data yang diperoleh tanpa mengutamakan banyaknya populasi atau *sampling*. Penelitian ini lebih ditekankan pada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Subjek dalam penelitian ini ialah mahasiswi UIN Sultan Syarif Kasim Riau program studi Ilmu Komunikasi dengan melakukan teknik wawancara dengan jumlah informan sebanyak sepuluh orang dimana mereka berasal dari angkatan 2020, 2021 dan 2022.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan zaman mengakibatkan adanya perubahan yang lebih maju, cara dari mahasiswi tidak hanya lagi dilakukan dengan berinteraksi secara langsung tetapi mereka juga melakukannya melalui media sosial yang mana disana mereka dapat membagi video maupun foto, berbagi berbagai informasi, melakukan chattingan dan kegiatan lain pada media sosial terutama instagram. (Nurbaiti & Anshari, 2019). Seiring berjalannya waktu dalam pemakaian media sosial Instagram terciptanya ruang lingkup yang menyangkut privasi. Kesepadanan antara privasi dan publikasi memiliki arti sangat istimewa menyangkut cara individu memajemen hubungan dan proses branding diri. (Ardiyanti dkk., 2018). Maka saat ini tersedia menggunakan fitur mengunci pada akun atau yang kita dapat mengetahuinya dengan sebutan fitur private pada akun. Jika menggunakan fitur ini, telah kita lakukan pada instagram kecuali jika public mengikuti orang lain tidak bisa mengetahui apa saja yang telah kita bagikan terkecuali kita telah mengikuti orang tersebut. (Satria & Kusumaningtyas, 2021). Melalui fitur instagram stories, peneliti melakukan pengamatan dan mengurai bagaimana wujud informan menggunakan fitur yang ada pada instagram stories. Penelitian yang dilaksanakan berfokus pada pemahaman para informan mengenai manajemen privasi komunikasi penggunaan dari *Instagram stories*.

Tabel 1. Hasil Wawancara Kepada Responden

Asumsi CPM	Pertanyaan	Jawaban Mahasiswi		
		Informan Akt 2020	Informan Akt 2021	Informan Akt 2022
Informasi Privat	Konten	Aktivitas menyangkut kegiatan pribadi dan foto	Foto	Aktivitas pribadi dan foto
Batasan Privat	Konten layak/tidak untuk di konsumsi public	Ya	Ya	Ya
Kontrol dan kepemilikan	Membatasi konten Akun di kelola secara pribadi / beberapa orang	Tidak dan ya Pribadi	Tidak dan ya Pribadi	Tidak dan ya Pribadi
	Menyadari akun lain yang meng- <i>stalk</i>	Pernah	Pernah dan tidak	Pernah dan tidak
	Pernah memblokir pengguna lain	Pernah dan merasa terganggu	Pernah, dan membuat rishi	Pernah dan bersifat negative
Sistem manajemen berdasarkan aturan	Fitur privat dan terjadi kebocoran informasi pada instagram stories	Pernah dan Tidak	Pernah dan Tidak	Tidak

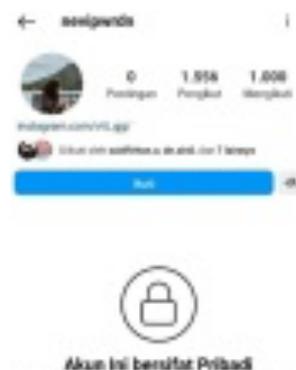
	Mendapatkan masalah dari instagram stories	Tidak	Pernah	Tidak
Dialektika manajemen	Waspada terhadap konten instagram stories	Ya	Sangat hati-hati	Ya
	Memperhatikan momen	Tidak sering	Kadang	Sering

Sumber: Hasil wawancara tentang Manajemen Privasi Komunikasi Pada Instagram Stories Dikalangan Mahasiswi Prodi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Tabel 1 dengan pembukaan menggunakan asumsi CPM di mana dapat diterangkan dari beberapa informan yang merupakan mahasiswi dari angkatan 2020-2022. Di lihat berdasarkan jawaban informan penulis mengartikan bahwa dalam penggunaan instagram stories informan lebih sering membagikan konten berupa foto yang mana konten tersebut bagi mereka layak untuk di konsumsi publik, akan tetapi tidak semua informan menggunakan fitur privat sehingga beberapa informan pernah mengalami kebocoran informasi.

Fitur instagram stories merupakan sebuah bentuk penyediaan yang disediakan oleh instagram untuk berbagi moment dan sebuah karya dalam bentuk video maupun foto. Bahkan beberapa dari informan menggunakan fitur ini sebagai media promosi hingga personal branding. Terdapat juga beberapa dari mereka menggunakan fitur ini sebagai media pengarsipan kenangan yang telah mereka alami pada kesehariannya. Dalam pembuatan instagram stories para informan setuju bahwa mereka membuatnya kadang-kadang saja dan tergantung moment yang mereka hadapi.

Berdasarkan keterangan informan Maulaya, Instagram Stories itu tujuannya untuk *personal branding*. Sama halnya dengan kutipan wawancara dengan Sabna, “*Iya, selain untuk membagikan foto pribadi, teman dan keluarga. Saya juga make untuk personal branding sih*”



Sumber: www.instagram.com

Gambar 1. Pengguna fitur privat pada instagram (Sumber: www.instagram.com)

Dari data yang telah diteliti, terdapat delapan dari sepuluh akun yang menggunakan fitur privat pada instagram mereka. Fitur privat pada instagram memudahkan pengguna dalam mengontrol dan mengatur akun mereka agar yang tidak berteman pada akun mereka tidak bisa melihat apa postingan yang telah mereka unggah. Dari kegiatan ini kita dapat melihat, pengguna dapat mengontrol informasi tentang diri mereka. Tetapi dari sepuluh informan tersebut, terdapat juga dari mereka yang tidak menggunakan fitur privat pada akunnya pribadinya.

Berdasarkan ungkapan salah satu informan Zahra “*saya tidak menggunakan fitur privat dikarenakan tidak ada hal yang istimewa dan yang sangat butuh orang tau mengenai saya seperti apa, semua saya share sudah dengan kehati-hatian dan memfilterisasi.*”

Hal ini mereka lakukan karena menganggap bahwa pada akunnya tidak ada hal penting dan perlu di khawatirkan untuk diketahui oleh public secara luas. Mereka juga pernah mendapatkan spam message dari orang yang tidak di ketahui yang membuat mereka merasa tidak nyaman dan risih. Dari seluruh informan yang telah di wawancarai mereka semua pernah kedapatan melihat akun yang tidak jelas melihat instagram stories mereka.

Perbedaan sikap dalam pengungkapan diri memberikan pertanda bahwa mahasiswa lebih dapat melindungi privasi dirinya dibandingkan mahasiswi. Hal tersebut tampak pada perilaku informan dari instagramnya masing-masing. Sebuah penelitian menyimpulkan bahwa mahasiswi lebih sering melakukan pelanggaran privasi pada diri sendiri dan membagikan foto dirinya pada media sosial dibandingkan mahasiswa. (Utami & Arini, 2013). Dalam peneliti mendapatkan beberapa masalah yang menjadi alasan mahasiswi mengungkapkan Privasi di media sosial instagram terutama fitur instagram stories.(Indriyani & Sulihyantoro, 2021) yaitu Kurangnya pemahaman mahasiswi terhadap privasi, akibatnya mahasiswi dengan kepercayaan dirinya mengungkapkan apa saja (termasuk hal-hal yang berhubungan dengan privasi) di instagram stories tanpa memikirkan resikonya. Kemudian kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi diri juga merupakan alasan mahasiswi mengungkapkan privasinya di instagram stories.

Seperti pada keterangan yang diungkapkan oleh informan Putri *“motivasi saya buat IG storis untuk personal branding dan sebagai media share informasi kepada yang lain”*

Pada kalangan mahasiswi, tampil eksis menjadi sebuah kebutuhan agar diakui dan disegani keberadaannya. Ketika mahasiswa merasa kurang eksis di kehidupan aktual, media sosial seperti instagram pada fitur instagram stories menjadi wadah bagi mahasiswi untuk menunjukkan eksistensi tersebut melalui postingannya, pada postingan tersebut mahasiwi sering kali membagikan informasi-informasi yang bersifat pribadi tanpa memikirkan konsekuensinya. Tindakan yang menyangkut perluasan informasi pribadi sebenarnya tidak menjadi masalah karena pemliki akun social media yang mempunyai kendali pada akunnya. Kita menyadari bahwa manusia pada dasarnya ingin diakui yang berhubungan dengan eksistenasinya disetiap keberadaannya. (Soraya, 2019).



Sumber: www.instagram.com

Gambar 2. Tangkapan layar unggahan yang di bagikan oleh para informan pada instagram stories (Sumber: www.instagram.com)

Dari gambar di atas, masih terdapat mahasiswi yang membagikan informasi secara real time dan berhubungan dengan privasi mereka. Seperti salah satu informan yang di ditemui, pada postingan instagram stories informan tersebut masih menggunakan tag lokasi saat mengunjungi

suatu tempat dengan waktu yang bersamaan saat dia sedang berada disana. Remaja biasanya memakai media sosial untuk ketenaran belaka, dimana akhirnya mengakibatkan informasi pribadi tidak semua diperhatikan keamanannya. (Hidayati & Irwansyah, 2021). Kebanyakan mahasiswi membagikan data pribadinya pada media sosial. Contohnya nama belakang, nama depan, nama tempat dia menempuh pendidikan atau sebuah instansi. (Widiyaningsih, 2018). Namun adakalanya informan membagikan aktifitasnya karena dengan membagikan aktifitas yang sedang dijalankan dan memberitahukan nama tempat yang sedang tren pada masa sekarang contohnya seperti gambar diatas pada gambar foto ke dua terdapat informan sedang membagikan aktifitasnya yang sedang minum di cafe. Mungkin membagikan aktifitas apa yang sedang dijalankan dan dimana kita sedang berada ada sisi negatifnya tapi ada juga sisi positifnya. Kecenderungan mahasiswi untuk berbagi informasi di media sosial untuk mudah memberikan informasi diri, perasaan-perasaan apa yang dirasa hingga kegemaran mengunggah foto dirinya memperlihatkan ketidakpedulian terhadap privasi dirinya. (Utami & Arini, 2013). Sehingga tidak menutup kemungkinan terjadinya kebocoran privasi.

Banyaknya kasus kebocoran informasi pribadi ke publik juga dapat terjadi pada mereka yang menggunakan pengaturan privat dikarenakan kelalaian bagi pengguna dalam mengkonfirmasi pertemanan di instagram. Banyak cara yang dilakukan seseorang dalam membocorkan informasi orang lain bahkan orang yang kita kenal sekalipun. Kemudian kebocoran informasi juga dapat terjadi pada fitur close friend. Walaupun sudah menggunakan fitur close friend, mungkin ada juga beberapa dari followers Instagram kita yang tidak bisa menjaga privasi. Tidak menutup kemungkinan orang-orang terdekat yang ada di list followers kita akan berbuat merugikan dengan menyebarkan informasi pribadi yang kita upload di Instagram Story. Walau demikian, dari beberapa kasus-kasus yang telah terjadi bisa membuat kita sadar dan lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial. Privasi merupakan salah satu faktor yang penting untuk diperhatikan. Meski telah tersedianya fitur close friend, masih terdapat banyak kasus kebocoran privasi atau informasi pribadi yang terjadi dengan tersebarnya bukti screenshot atau screen record salah satu penonton stories close friend mereka. Menurut informan Dina dalam ungunannya mengenai instagram stories *“saya buat istagram stories untuk media kenangan karena disana kita bisa mengetahui kapan kita buatnya.”*

Instagram stories tidak hanya digunakan untuk mengisi waktu luang saja tetapi juga digunakan sebagai media penguatan diri seseorang. Pastinya terdapat banyak informasi-informasi terahasiakan pada manusia yang tidaklah gampang untuk didapat ketika berinteraksi secara langsung. Namun disebagian kelompok orang fitur instagram stories dijadikan sebagai media strategis untuk mengungkapkan beberapa informasi pada individu tidak diketahui oleh orang lain. (Mawarsari, 2022). Keamanan sama saja seperti aset, maka aset tersebut harus dilindungi dengan melakukan langkah pertama yaitu menentukan melindungi dari aset yang ingin dilindungi maksudnya disini adalah informasi pribadi pada diri sendiri.

Teori CPM atau bisa disebut juga sebagai teori *Communication Privacy Management* memiliki anggapan dasar, yakni manusia yang membuat pilihan, Manusia merupakan pencipta dan pelaksana dari aturan, dan aturan yang dibuat manusia berdasarkan pada pertimbangan. Teori ini mengungkapkan setiap manusia memiliki pola dalam menetapkan keputusan sebuah informasi yang baik untuk dikonsumsi oleh public ataupun yang lebih baik dijaga untuk dirinya sendiri. Berlandaskan hasil wawancara kepada sepuluh informan, bisa ditinjau dan disimpulkan

peneliti yang mana ada sebagian informan yang masih belum dapat memperhatikan bagaimana sebenarnya bentuk privasi pada diri sendiri. Akan tetapi ada juga beberapa informan yang sudah paham akan pentingnya mengontrol privasi tentang diri sendiri di media social mereka bisa memilah mana yang layak untuk di upload pada media sosial dan mana yang tidak layak dan memungkinkan terciptanya sebuah masalah. Sementara itu, ada juga sebagian dari para informan yang menurutnya itu tidak dalam konteks sebuah privasi seperti membagikan informasi pribadi, tentang keluarga mereka, tempat tinggal, pendidikan, asmara pada bio instagram, ataupun kejadian yang sedang mereka hadapi.

Berasaskan hasil wawancara dan menyatakan pada 5 asumsi asumsi dasar Communication Privacy Manajement (CPM) dapat ditinjau bahwa: Asumsi pertama yaitu berupa *Informasi Privat*. Pada asumsi pertama ini, para informan menyadari konten berjenis apa yang biasanya sering mereka upload. Terdapat lima informan yang memberikan jawaban bahwa konten yang sering mereka unggah adalah jenis konten yang bersifat aktifitas pribadi maupun dengan orang terdekat sedangkan lima lainnya memilih kepada foto. Pada narasumber yang bernama sepia ia memlih semua nya seperti aktivitas bersama keluarga, foto, aktivitas anda sendiri. Dari akun informan terdapat beberapa katagori bagaimana cara mereka mengontrol informasi pribadi mereka sepeti tidak menggunakan username nama asli yang lengkap, individu menyebarkan atau memberi informasi pada model data diri yang tercantum pada penjelasan tulisan di informasi profil. (Widiyaningsih, 2018), foto profil tidak semua dari mereka yang menampilkan wajah.

Asumsi kedua, *Batasan Privat*. Para informan pada asumsi ini mereka sangat menyadari dan mengetahui bagaimana konten yang mereka sajikan pada instagram stories layak atau tidaknya dijadikan sebagai konsumsi public. Akan tetapi terdapat tiga informan yang tidak membatasi konten yang memperlihatkan informasi pribadi tentang mereka sehingga mereka terlalu mempublish informasi baik pada diri informan maupun yang bersangkutan dengan mereka. Lain dengan ketujuh informan yang memang memperhatikan apa yang akan mereka tunjukkan pada public. Mereka memang sangat sadar bahwa terdapat batasan boleh dan tidak untuk di tampilkan pada media sosial. Seperti informasi tentang keluarga yang mereka tidak menginginkan terekspos tentang hal tersebut. Yang mana bisa berdampak pada hal yang tidak diinginkan terhadap privasi mereka.

Asumsi ketiga, *Kontrol Dan Kepemilikan*. Para informan mengontrol akun mereka secara pribadi, yang mana akun tersebut memang benar-benar milik mereka. Mengenai terdapat pengguna yang ketahuan stalking kepada akun Informan, mereka rata-rata pernah mengalaminya hanya saja informan yang bernama shilla, sepia dan putri belum pernah mendapati kejadian seperti itu. Stalking adalah sebuah perumpaan untuk penyebutan pada tindakan mencari, melihat atau mengumpulkan berbagai jenis informasi tentang informasi orang lain pada jejaring sosial. (Nurbaiti & Anshari, 2019).

Pada asumsi ini, informan pernah kedapatan mendapatkan *spam message* yang membuat mereka risih akan tindakan tersebut. Yang akhirnya mereka memutuskan untuk memblokir dan mensortir akun-akun yang melewati batas dan mereka rasa mencurigakan untuk di pertahankan sebagai teman pada media sosial. Ada banyak berbagai alasan kenapa informan melakukan tindakan pemblokiran seperti merasa risih, menganggap akun tersebut tidak bermanfaat, tidak mengenal pengguna hingga berhubungan dengan hal yang negatif. Untuk Maulaya dan Shilla

mereka berdua memberikan pilihan tidak selalu memperhatikan siapa saja yang melihat instagram stories mereka, namun pada informan lain memiliki jawaban selalu melihat siapa saja viewersnya. Sebagian informan beranggapan dengan melihat penonton dari instagram stories mereka bisa melihat seberapa aktif followers pada akun mereka. Akan tetapi untuk Sabna hal tersebut dia lakukan untuk kepentingan bisnis yang mana dia bisa mengirakan berapa target pasar yang telah melihat konten promosi yang dia buat pada *instagram stories*.

Asumsi keempat yaitu *Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan*. Pada asumsi ini, peneliti sepakat bahwa media sosial dapat dijadikan sarana sebagai personal branding yang tepat. Yang mana audio dan visual sangat cepat mempengaruhi manusia dan pengguna instagram saat ini sangat banyak dari dewasa hingga orang tua. Pada sistem manajemen akun instagram sebagian dari mereka membatasi penonton dari konten instagram stories yang mereka buat yaitu kadang-kadang hanya boleh ditujukan untuk perempuan saja. Pada informan Sabna, Maulaya dan Dina sajalah yang tidak sadar untuk melakukan batasan tersebut. Tidak seluruh informan menggunakan fitur privat pada instagramnya, mereka menuturkan berbagai macam alasan. Seperti Maulaya, dia tidak mengunci akun di instagramnya dikarekan untuk keperluan promosi bisnis jilbabnya yang mana sudah ditinjau oleh peneliti. Sedangkan pada informan Dina juga tidak menggunakan fitur tersebut, dia menilai tidak ada yang istimewa pada akun pribadinya tersebut. Pada informan Sepia dan Nevi mereka tidak memberikan argumen terhadap jawabannya. Dari sepuluh informan terdapat dua orang yang pernah mengalami masalah kepada pengguna lain dari apa yang mereka share pada instastory yaitu pada Nabila dan Isna. Mereka berdua pernah mengalami kejadian kebocoran informasi yang mengakibatkan sebuah konflik terhadap postingannya. Biasanya masalah seperti ini muncul akibat ketidakhati-hatian pada pengguna dalam menyajikan suatu konten yang bisa dinikmati seluruh penonton instagram storiesnya. Sejauh ini informan mengakui bahwa merasa terganggu oleh adanya spam message yang mereka terima dari pengguna lain. Terhadap citra yang ingin mereka dapatkan pada sosial media istagram mereka rata-rata setuju menggunakan instagram untuk *personal branding*.

Asumsi terakhir yakni *Dialektika Manajemen*. Secara garis besar, para informan mengaku berhati-hati dalam menyajikan sebuah konten, sedangkan terdapat empat informan memberi jawaban bahwa mereka sangat hati-hati dalam menyajikan sebuah hal yang dapat digunakan sebagai konsumsi publik dari instagram storiesnya. Jadi, mereka tidak hanya sekedar menyajikan sebuah konten tanpa memfilternya terlebih dahulu, tetapi mereka juga memikirkan apa yang mereka buat dapat diterima oleh netizen. Dalam proses pengunggah ada beberapa dari informan cukup memperhatikan momen data proses penayangannya yang dianggap mereka penting atau bisa disebut *part time*. Yang menurut peneliti termasuk dalam kategori bahaya dari asumsi ini adalah terdapat dua informan yang sering mengambil tindakan memberi tag lokasi dan jam yang sama saat mereka membuat konten pada instagram stories. Hal ini bisa mengakibatkan dampak negative untuk para pengguna.

Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan penulis dengan subjek mahasiswi prodi ilmu komunikasi UIN Suska Riau angkatan tahun 2020-2022 dapat dipaparkan bahwa gambaran

asumsi pada informasi privat, kebanyakan menggunakan *username* yang sesuai dengan nama mereka dan mayoritas mahasiswi menggunakan fitur privat. Pada tingkatan batasan privat, mahasiswi menyatakan bahwa mereka membatasi konten yang akan di bagikan pada instastory tetapi terkadang mereka juga masih menyinggung tentang privasi dirinya. Pada bagian kontrol kepemilikan, rata-rata akun mahasiswi dikelola oleh dirinya sendiri, sehingga sadar keberadaan akun stalking. Para informan juga pernah memblokir pengguna lain pada instagram mereka dikarenakan ada berbagai alasan yang menyinggung pada diri informan. Sedangkan pada sistem manajemen berdasarkan aturan, dari mereka paham akan adanya batasan gendernya. Namun beberapa Informan mengaku adayang pernah mengalami kebocoran informasi dari instagram. Terakhir dialetika menejemen, mahasiswi waspada dalam menampilkan kontennya. Tidak semua diantara mereka memperhatikan moment untuk mentag lokasi kecuali itu memang moment yang spesial.

Referensi

- Ahmadi, R., & Rose, K. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Aini, A. P. N., & Alamiyah, S. S. (2022). Privacy Management on Instagram Users (Qualitative Descriptive Study of Surabaya's Early Adults in Security Management). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(2).
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *SAGE Journals, Volume* 3(1).
- Andu, C. P., Bahfiarti, T., & Farid, M. (2017). Penggunaan Media Grindr Di Kalangan Gay Dalam Menjalin Hubungan Personal. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 6(1), 206–2014.
- Aprilia, M. P., & Angelina, S. (2022). Manajemen Privasi Komunikasi pada Instagram Stories Remaja di Yogyakarta. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–14.
- Ardiyanti, H., Hadyanto, D. T., & Krislamawaty, D. (2018). Swafoto: Sebuah Pendekatan Teori Manajemen Privasi Komunikasi. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 9(1), 103–119.
- Belanche, D., Cenjor, I., & Pérez-Rueda, A. (2019). Instagram Stories versus Facebook Wall: An advertising effectiveness analysis. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(1), 69–94.
- Daniya, V. (2021). Management Privacy dalam Penggunaan Fitur “Close Friend” di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 249.
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh tipe kepribadian terhadap self-disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial instagram di Kota Bandung. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), 151–160.
- Hidayati, F. R., & Irwansyah, I. (2021). Privasi “Pertemanan” Remaja di Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, 3(1), 78–91.
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149–162.
- Indriyani, N., & Sulihyantoro, A. B. (2021). Manajemen privasi di new media. *Jurnal Komunikasi Massa*, 20.
- Johana, K., Lestari, F. D., & Fauziah, D. N. (2020). Penggunaan Fitur Instagram Story Sebagai Media Self Disclosure dan Perilaku Keseharian Mahasiswi Public Relations Universitas Mercu Buana. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 280–289.

- Junior, K. G. (2021). *Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Aplikasi Kencan Online "Tinder" di Kalangan Mahasiswa UNS*.
- Karimkhani, C., Connett, J., Boyers, L., Quest, T., & Dellavalle, R. P. (2014). Dermatology on Instagram. *Dermatology Online Journal*, 20(7).
- Krisnawati, E. (2016). Mempertanyakan Privasi Di Era Selebgram: Masih Adakah? *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 179–200.
- Kusuma, R. S. (2017). Penggunaan Internet Oleh Dosen Berdasar Gender Dan Generasi. *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 8(1), Article
- Lianto, D. H. C. (2017). Communication Privacy Management Gay Kepada Sahabat Dan Rekan Kerja Tentang Orientasi Seksualnya. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(2).
- Mawarsari, D. (2022). Pengelolaan Privasi Informasi dalam Akun Kedua Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Massa*.
- M.I.Kom, C. P. A., & M.A, T. H. P. (2017). *Penggunaan Media Grindr Diik kalangan GAY Dalam Menjalin Hubungan Perosnal (Suatu Studi Fenomenologi)*. Penerbit K-Media.
- Natalia, I. W. (2018). *Communication Privacy Management (Manajemen Komunikasi Privasi) tentang Hubungan Seks Pranikah yang telah dilakukan oleh Remaja*.
- Nurbaiti, A., & Anshari, I. N. (2019). *Manajemen Privasi di Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Penggunaan Finstagram untuk Voyeurisme Termediasi)*.
- Prinsloo, P., & Slade, S. (2015). *Student privacy self-management: Implications for learning analytics*. 83–92.
- Saidah, M. (2021). Manajemen Privasi Komunikasi di Era Transparansi Informasi (Studi Pada Pelanggaran Privasi Dalam Hubungan Pertemanan). *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2).
- Saifulloh, M., & Siregar, M. U. (2019). Pengungkapan Diri Gofar Hilman Sebagai Influencer Melalui Media Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(2), 167–180.
- Satria, D. A., & Kusumaningtyas, R. (2021). Manajemen Privasi Akun Model Hijab di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 1(2), 67–81.
- Savitri, S., & Irwansyah, I. (2021). The Use of Instagram Stories at the Age of COVID-19 Pandemic. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1).
- Sholihah, M., Kusuma, R. S., & Kom, S. K. M. (2020). *Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Instagram Dewasa Dalam Menggunakan Fitur Instastory*.
- Soraya, D. (2019). *Pengaruh Tingkat Kesadaran Privasi Terhadap Perilaku Perlindungan Informasi Pribadi (Studi Kuantitatif Eksplanatif Uji Model Antecedents-Privacy Concerns-Outcomes (APCO) di Media Sosial oleh Mahasiswa Universitas Airlangga)*.
- Utami, F. N. T., & Arini, A. T. (2013). Perbedaan Sikap Terhadap Privacy Di Situs Jejaring Sosial Antara Remaja Laki-Laki Dan Perempuan. *Jurnal Penelitian*, 17, 61-68 halaman.
- Widiyaningsih, Y. (2018). *PERILAKU PERLINDUNGAN PRIVASI PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI KALANGAN SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS KOTA SURABAYA*.
- Yusra, Y. (2016). Riset TNS: Generasi Terpelajar Dominasi Pengguna Instagram di Indonesia. Retrieved Juli, 25, 2019.