

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2023 ini dunia mengalami perubahan yang sangat signifikan disebabkan oleh hadirnya berbagai macam teknologi. Teknologi adalah salah satu aspek yang mengalami perkembangan pesat seakan tidak akan pernah ada habisnya. Salah satu teknologi yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari manusia sekarang adalah teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi ini erat kaitannya dengan internet. Indonesia adalah salah satu negara yang menjadi contoh bahwa internet mengalami perkembangan yang cukup besar.

Selama beberapa tahun terakhir internet meningkat dengan puncak angka penetrasi internet di Indonesia mencapai 78,19% di tahun 2023 yaitu dengan rincian 215.626.156 jiwa dari total jumlah populasi sebesar 275.773.901 jiwa (APJII, 2023). Peningkatan ini terus terjadi konsisten setiap tahunnya dengan penambahan angka dengan jumlah yang sangat besar. Hadirnya internet diikuti juga dengan hadirnya berbagai media-media baru yang mulai mendominasi dan mulai untuk menggantikan media-media konvensional.

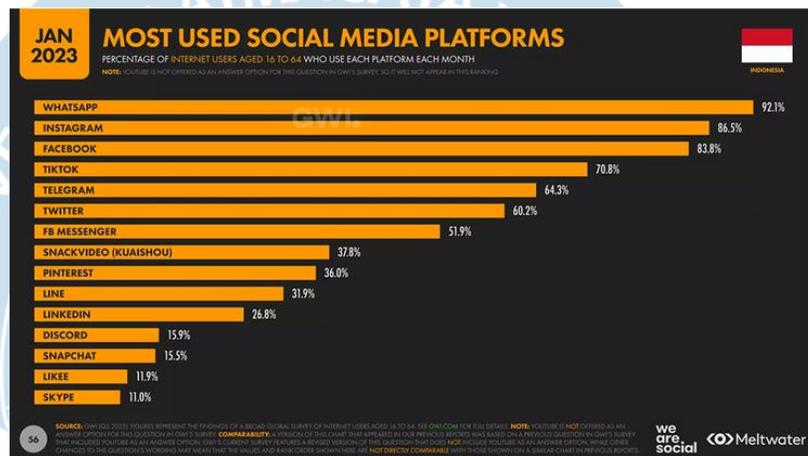
Menurut Ginting & dkk (2021) media baru merupakan macam-macam media yang memanfaatkan internet dengan dasar teknologi secara daring,

bersifat fleksibel, memiliki kemungkinan adanya interaksi, dan fungsinya dapat secara privat atau publik. Dari penelitian yang dilakukan oleh Puspita (2015) menyimpulkan bahwa keberadaan dari new media memiliki dampak positif dan juga negatif. Dampak positif yang dimaksudkan adalah adanya kemudahan bagi pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi, serta dalam kehidupan sehari-hari pengguna menjadi lebih mudah untuk mencari informasi-informasi yang dibutuhkannya.

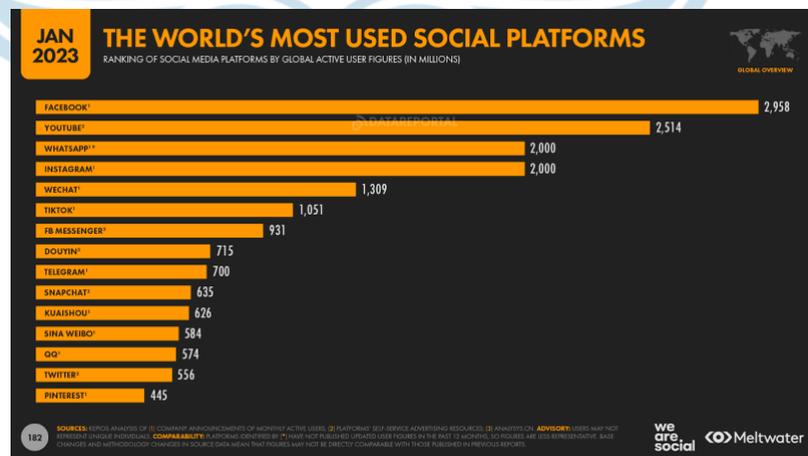
Terlepas dari dampak positifnya adapun dampak negatif yang dihasilkan yaitu ketergantungan dan sulitnya melakukan filtrasi disebabkan oleh adanya kemungkinan untuk terjadinya aktivitas komunikasi secara global. Dari situ akan terjadi pertukaran nilai-nilai, norma, budaya, maupun tata cara hasil dari aktivitas komunikasi, itu dapat menjadi ancaman karena jika tidak diterima oleh pengguna dengan bijak bisa saja itu berdampak buruk bagi budaya maupun tata cara lokal. Masyarakat mengalami perubahan dari awalnya selalu melakukan interaksi secara langsung dalam ruang yang nyata dan secara tatap muka menjadi dapat berinteraksi secara virtual tanpa batasan ruang dan waktu (Sugihartati, 2014). Interaksi yang dilakukan dilakukan pada berbagai macam media salah satu contohnya adalah media sosial.

Media sosial tentu sudah tidak asing lagi kita dengar. Bagaikan makanan sehari-hari, media sosial yang memiliki fungsi yang sangat dibutuhkan oleh manusia sekarang. Ragam dari media sosial adalah *Facebook*, *Twitter*, *LINE*, *Whatsapp*, *Telegram*, *LinkedIn*, *Snapchat*, *Instagram* dan

berbagai media sosial lainnya. Laporan We Are Social (dalam Saskia, 2023) menunjukkan bahwa platform paling media sosial yang paling sering dipakai dengan usia 16-64 tahun adalah Whatsapp dengan persentase 92,1 %, disusul dengan Instagram dengan persentase 86,5%, Facebook sebesar 83,8%, Tiktok sebesar 70,8%, dan berbagai media sosial lainnya.



**Gambar 1.1. Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai oleh Masyarakat Indonesia**  
Sumber: We Are Social (2023)



**Gambar 1.2. Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai oleh Masyarakat Dunia**  
Sumber: We Are Social (2023)

Dengan negara yang berbeda maka juga penggunaan sosial medianya dapat berbeda pula. Dikutip dari laporan digital oleh We Are Social (2023) bahwa di seluruh dunia pengguna paling banyak pada media sosial adalah pada platform Facebook di urutan pertama dengan pengguna sekitar 2.9 miliar, platform Youtube di urutan kedua dengan pengguna 2,5 miliar, platform Whatsapp dan Instagram di urutan selanjutnya dengan 2 miliar pengguna dan beberapa media lainnya yaitu WeChat, TikTok, FB Messenger Douyin, Telegram dan lain-lain. Adanya perbedaan dengan Indonesia dapat dikarenakan adanya perbedaan budaya dan perkembangan dalam pemanfaatan aplikasi di masyarakat.

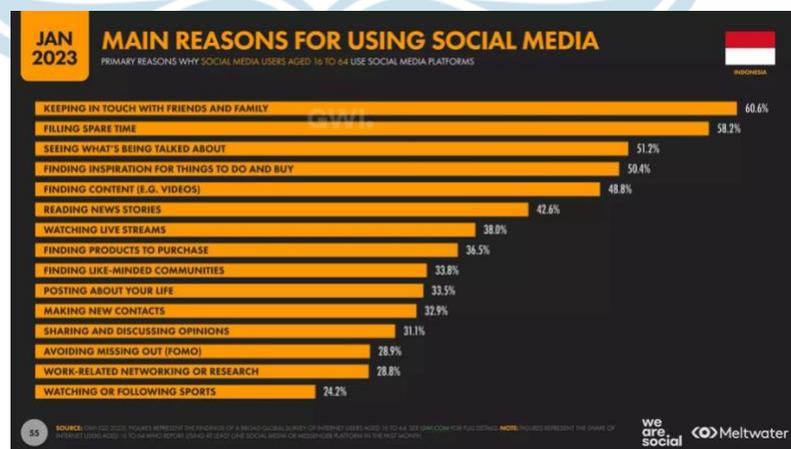
Pemanfaatan berbagai aplikasi ini dibagi menjadi beberapa kategori yaitu media untuk jejaring sosial yang berguna untuk menjalin relasi (Facebook, Whatsapp, Path, dll), media blog/mikroblog yang memberikan kegunaan untuk menulis dan publikasi aktivitasnya (Twitter, Wordpress, Tumblr, dll), media berbagi foto/video yang digunakan untuk menyebarkan berbagai jenis foto/video (Instagram, Facebook, Youtube, TikTok), media konten bersama atau wikipedia yang berbeda dengan media lainnya karena ada kolaborasi antara banyak individu untuk mengisi konten dalam situs ini (Liedfray et al., 2022; Setiadi, 2016). Semua media ini memungkinkan untuk terjadinya komunikasi, baik dengan orang yang dikenal sampai seseorang yang tidak dikenal sekalipun dapat berpartisipasi pada berbagai aktivitas komunikasi/interaksi yang dilakukan antar pengguna.

Interaksi dapat dikatakan tidak dapat dihindari ketika kita sedang berada di ruang publik. Interaksi yang dimaksudkan adalah dalam bentuk aktivitas komunikasi pada berbagai level komunikasi. Dimulai dari level komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi massa (Watie, 2011). Bahkan untuk media sosial karakteristik baru terbentuk yaitu disebut dengan *mass-self communication* atau gabungan komunikasi interpersonal dan komunikasi massa, karena dapat menjangkau sangat banyak khalayak secara menyeluruh sehingga disebut massa tetapi memungkinkan untuk terjadinya respon secara personal sehingga dapat dikatakan sebagai komunikasi interpersonal (Utari, 2011). Secara garis besar komunikasi dilakukan dengan berbagai macam tujuan dan kebutuhan, beberapa tujuan dan kebutuhan itu menurut (Dimbleby & Burton, 2020), yaitu *survival, personal needs, relationships, persuasion, power, social needs, information, making sense of the world, dan self-expression*.

Pada kesimpulannya tujuan dari komunikasi memperlihatkan bahwa sebagai manusia kita tidak dapat hidup sendiri dan komunikasi dapat dimanfaatkan untuk dalam berbagai aspek kehidupan salah satu contohnya adalah untuk berelasi. Proses komunikasi pada awalnya terjadi secara nyata di ruang nyata, artinya bahwa interaksi ini tidak terpisah secara fisik atau tidak memiliki perantara alat teknologi dan dapat dirasakan dengan menggunakan penginderaan (Mahyuddin, 2019).

Dengan hadirnya media baru kemudian mengubah segala interaksi yang dilakukan menjadi interaksi secara maya atau interaksi antara masyarakat maya (*cybercommunity*). Tidak jarang juga bahwa masyarakat memilih untuk menggunakan jaringan komputer untuk mendapatkan kehidupan sosialnya sendiri. Kehidupan sosial yang dimaksudkan tentu mencakup lebih dari satu orang, ini dapat disebut sebagai relasi atau pertemanan dunia maya.

Membangun pertemanan pada dunia maya merupakan hal yang biasa dilakukan oleh masyarakat maya. Banyak orang yang sering menggunakan sosial media untuk mencari dan mendapatkan *social support* (Ellison et al., 2011). Pada ranah interpersonal salah satu motivasi pemanfaatan sosial media adalah untuk kebutuhan relasi (Chen & Kim, 2013). Kebutuhan relasi ini dipenuhi dengan membangun relasi-relasi dengan orang-orang yang terhubung secara internet.



**Gambar 1.3. Alasan Utama Pengguna Indonesia Memakai Media Sosial**  
**Sumber: We Are Social (2023)**

Salah satu alasan pemakaian internet terbesar ketiga di Indonesia adalah untuk tetap terhubung dengan relasi-relasi mereka baik relasi di dunia nyata maupun relasi yang berada di dunia maya. Pembangunan relasi ini dapat dilakukan dengan komunikasi yang dilakukan dua arah antara pengguna satu dengan pengguna lainnya. Dalam usaha untuk menjalin relasi dijelaskan pada teori penetrasi sosial bahwa orang-orang mengembangkan hubungan relasinya dari yang awam menjadi sangat intim dengan melakukan *self-disclosure* atau mengungkapkan informasi tentang diri sendiri (Derlega, dkk, 1933 dalam Carpenter & Greene, 2016).

Pengungkapan diri dilakukan dengan kebiasaan verbal maupun nonverbal. Verbal mencakup pertukaran-pertukaran informasi, sedangkan nonverbal mencakup pemakaian anggota tubuh untuk mengekspresikan sesuatu seperti misalnya postur, ekspresi muka dan lain lain (Altman dan Taylor, 1973 dalam Lei et al., 2023). Jika membicarakan secara daring maka verbal adalah dengan menggunakan bahasa-bahasa lisan dan nonverbal merupakan bentuk-bentuk seperti misalnya foto, video, stiker, *emoji*, dsb. Walaupun memang dikatakan bahwa simbol-simbol nonverbal kurang banyak kita temui pada media sosial atau media daring maka penetrasi sosial pada media sosial dapat dikatakan sebagai proses pertukaran informasi dari awam hingga ke level personal.

Ketika *self-disclosure* dilakukan secara daring maka itu akan sangat memungkinkan bahwa audiens dari pengungkapan diri yang mereka lakukan

bukan hanya dari relasi di dunia nyata saja tetapi juga semua pengguna media sosial tersebut (Utz & Schmidt, 2012). Individu memanfaatkan media sosial untuk melakukan *self-disclosure* memberikan sedikit gambaran tentang perubahan-perubahan konsep dari *self-disclosure* itu sendiri. Perubahan konsep dari *self-disclosure* ini dilihat dari yang pada awalnya *self-disclosure* dilakukan dengan interaksi secara langsung (*face-to-face*) menjadi secara daring (*online interactions*). Dengan kemungkinan lebih banyak audiens membuat adanya perubahan dalam komunikasi privasi individu pada ruang virtual. Pengungkapan diri yang dilakukan dan komunikasi privasi adalah satu hal berjalan bersamaan dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain.

Privasi memiliki definisi sebagai suatu kemampuan untuk memilah informasi dan cara distribusi informasi tersebut kepada orang lain (Westin, 1973 dalam (Kamilah & Lestari, 2020). Pada zaman sekarang perihal privasi menjadi salah satu hal yang sangat krusial dikarenakan informasi privat yang diberikan pada media sosial dapat memberikan risiko terhadap pengguna itu sendiri. Alan Westin membagi privasi menjadi tiga level yaitu level individual, level kelompok dan level organisasi atau institusional (Margulis, 2011).

Pengungkapan diri secara daring umumnya terjadi pada level individual dan level kelompok tetapi tidak menutup kemungkinan untuk terjadi pada level organisasi atau institusional karena sifat komunikasi dari media sosial itu sendiri adalah *mass-self communication*. Untuk membantu menjelaskan fenomena ini peneliti memakai teori manajemen komunikasi yang dicetuskan

oleh Petronio yang memberikan penekanan terkait privasi yang merupakan suatu proses dialektika antara membuka maupun menutup diri dalam interaksi seorang individu dengan relasinya (Griffin, 2012). Setiap individu memiliki caranya tersendiri dalam melakukan komunikasi privasinya, ini bergantung pada karakteristik individu yang kemudian dipengaruhi oleh faktor-faktor diluarnya seperti misalnya faktor demografis.

Faktor demografis menurut Siswono (2015 dalam Bagaskoro et al., 2022) mengelompokkan penduduk dari ciri-ciri tertentu yaitu dari biologis (usia dan jenis kelamin), sosial (status pernikahan dan tingkat pendidikan), ekonomi (jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan), dan letak geografis (tempat tinggal dan budaya). Beberapa faktor-faktor ini punya peranan penting dalam mempengaruhi seseorang dalam komunikasi privasi yang mereka miliki, selain itu juga dalam melakukan komunikasi privasi pasti tidak dapat lepas dari *self-disclosure* atau pengungkapan diri yang juga dipengaruhi oleh faktor demografisnya.

Komunikasi privasi adalah suatu hal yang penting untuk diteliti dalam rangka menelaah lebih dalam tentang cara individu melakukan komunikasi privasinya. Perubahan media dari media konvensional menjadi new media juga menjadi salah satu alasan penelitian ini penting untuk dilakukan. Berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti mengenai komunikasi privasi dalam konteks pertemanan dunia maya terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat memberikan acuan bagi peneliti untuk meneliti fenomena

ini. Berikut adalah beberapa penelitian tentang *communication privacy management*:

Penelitian yang dilakukan oleh Tiyarestu (2014) dengan judul “*Perbedaan Communication Privacy Management di Media Sosial Twitter pada Remaja dengan Tipe Kepribadian Extravert dan Introvert*” meneliti terkait dengan perbedaan dari dua tipe kepribadian extrovert dan introvert remaja dalam mengelola komunikasi privasi pada media sosial Twitter. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian oleh Tiyarestu adalah bahwa fokus dari penelitian ini meneliti ke hubungan interpersonal pertemanan dunia maya secara luas bukan hanya sebatas di Twitter dan tipe kepribadian saja yaitu ekstrovert dan introvert tetapi berkaitan dengan adanya berbagai karakteristik individu yang dipengaruhi oleh faktor demografis. Dengan karakteristik berbagai media, hubungan yang berbeda, dan faktor-faktor demografis diharapkan hasil yang dihasilkan akan berbeda.

Selanjutnya, penelitian oleh Nurfalah (2015) dengan judul “*Perbandingan Pengaturan Privasi Komunikasi Pengguna Twitter dalam Konteks Romantic Relationship Berdasarkan Kategori Jenis Kelamin*” yang meneliti terkait dengan perbandingan pengaturan privasi pada media sosial Twitter dengan konteks relasi romantis dan perbandingan yang dilihat adalah berdasarkan kategori jenis kelamin. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian oleh Nurfalah adalah bahwa penelitian ini memiliki fokus pada media sosial yang berbeda yaitu dengan media maya secara terbuka untuk memperluas data

yang dapat diambil, hubungan relasi yang berbeda dan kategori yang berbeda juga yaitu pada media sosial Instagram pada relasi pertemanan dunia maya dan melihat pada karakteristik individu dipengaruhi oleh faktor demografis yang berbeda.

Terakhir, penelitian oleh Pamudji (2017) dengan judul “*Hubungan Friendship Quality (FQ) Dengan Communication Privacy Management (CPM) pada Remaja Akhir*” yang meneliti tentang korelasi *Friendship Quality* dan hubungannya dengan *Communication Privacy Management* pada remaja akhir. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh Pamudji adalah bahwa targetnya sama-sama kepada remaja akhir dan menggunakan teori CPM untuk menganalisis hubungan pertemanan, yang membedakan adalah bahwa pada penelitian Pamudji melihat ke arah kualitas pertemanan bukan pemaknaan informasi privat serta proses sistem dari manajemen komunikasi tersebut, selain itu juga tidak ada faktor-faktor diluar itu yang dipertimbangkan sedangkan dalam penelitian ini akan dilihat faktor-faktor diluar itu dengan menelaah lebih dalam lagi yaitu karakteristik dari individu.

Secara garis besar terdapat perbedaan dan pengembangan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan maksud untuk mengkaji lebih dalam terkait topik yang akan diangkat oleh peneliti. Penelitian ini akan melihat bagaimana komunikasi privasi dilakukan dalam rangka untuk membangun pertemanan di dunia maya dengan berbagai perbedaan faktor demografis. Ini diangkat berdasarkan beberapa masalah yang ditemukan yaitu pertama adalah

masalah teoritik yang menjelaskan bahwa ketika ada perubahan karakteristik komunikasi pasti perilaku dari aktor komunikasi tersebut akan berbeda juga. Dari sini akan digali terkait bagaimana pengembangan teori manajemen komunikasi privasi di era new media khususnya pada media sosial.

Selain masalah teoritik adapun masalah praktis yang ditemukan yaitu terkait dengan banyaknya orang melakukan self-disclosure pada media sosial tanpa mengetahui risiko dibaliknya sehingga ada jenis-jenis penipuan di era digital yang bermunculan seperti misalnya *catfishing* atau *false identity*. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul “*Komunikasi Privasi di Media Sosial pada Remaja Akhir Indonesia dalam Membangun Pertemanan Virtual*”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana informasi privat dan komunikasi privasi pada remaja akhir dalam pertemanannya di media sosial?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin diraih oleh peneliti yaitu untuk mengetahui pemaknaan informasi privat dan komunikasi privasi pada remaja akhir dalam pertemanan di media sosial.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan informasi dan pengetahuan terkait pemaknaan informasi privat setiap individu dalam rangka untuk membangun relasi di era *new media* dan proses dari komunikasi privasi remaja akhir di Indonesia. Di masa yang akan datang penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk dapat meneliti lebih dalam lagi terkait perubahan-perubahan kebiasaan manusia dengan berbagai karakteristik individu berdasar pada faktor demografis yang berbeda di era digital baik menggunakan variabel yang sama maupun berbeda.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk membantu pembaca mendapatkan pengetahuan tentang komunikasi privasi dan kaitannya dengan *self-disclosure* atau pembukaan diri ketika sedang membangun relasi di dunia maya. Harapannya juga adalah pembaca dapat lebih *aware* tentang risiko dari pertemanan dunia maya manapun dan adanya perbedaan pada berbagai pengguna di media sosial.

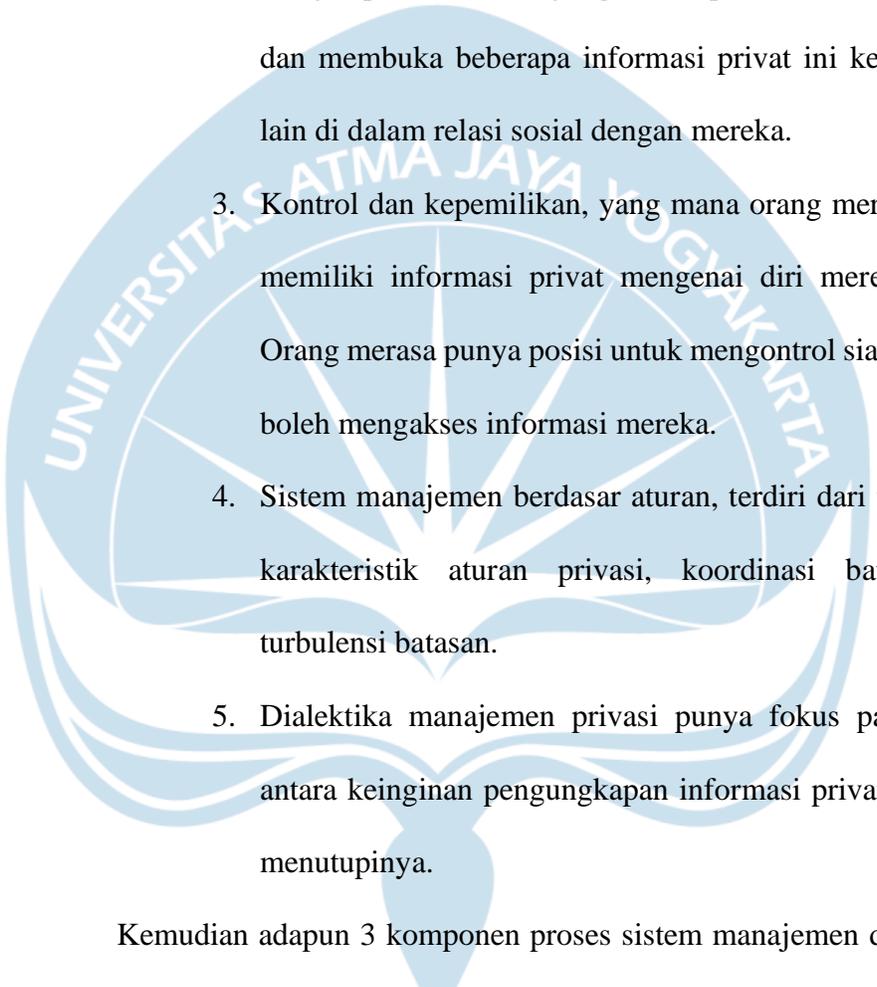
## **E. Kerangka Teori**

## **1. Privasi dan *Communication Privacy Management (CPM)***

Definisi privasi tidak terikat pada apa jenis informasi yang diungkapkan, tetapi tentang individu yang memiliki kendali terhadap siapa yang mengetahui informasi tentang individu itu sendiri (Livingstone, 2006). Giddens (2013) memiliki asumsi bahwa intimasi adalah bentuk lain dari privasi, dalam rangka untuk mempertahankan hubungan keintiman individu maka mereka harus membuka informasi personal yang mereka miliki. Dalam hal pembukaan diri (*self-disclosure*) kepada orang lain tentu akan ada banyak kaitannya dengan konteks privasi.

Konteks privasi sangat dipengaruhi oleh konteks sosial. Sandra Petronio menjelaskan terkait salah satu teori yang dapat menggambarkan terkait privasi komunikasi yaitu *Communication Privacy Management*. *Communication Privacy Management* adalah cara suatu individu mengetahui tentang informasi privat yang ia miliki dan hak yang dimiliki untuk mengatur/mengontrol informasi tersebut (Petronio & Child, 2020). Fokus dari teori ini adalah proses negosiasi pembukaan informasi-informasi privat yang dimiliki oleh seseorang. Teori CPM mengusulkan lima asumsi dasar (Petronio, 2002) yaitu:

1. Informasi privat merujuk kepada cara berpikir mengenai pembukaan diri yang orientasinya pada pengungkapan informasi privat.

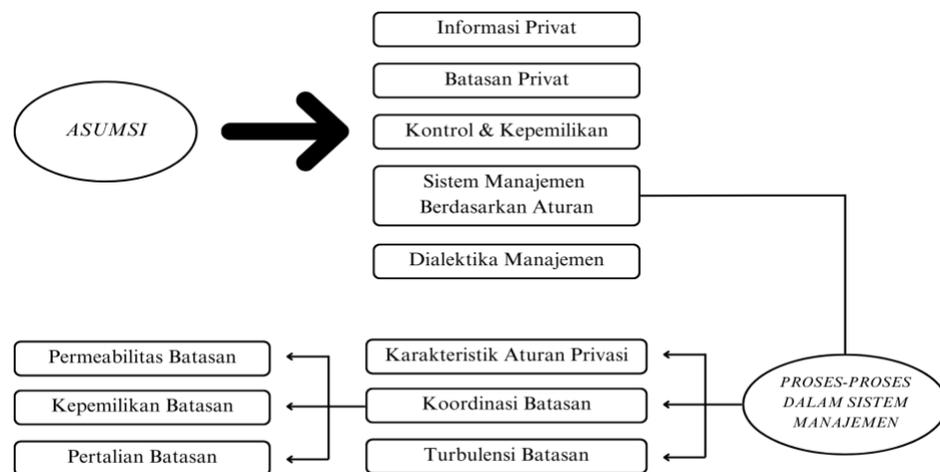
- 
2. Batasan privat (*private boundaries*), ada batasan antara sikap secara publik dan sikap privat. Manusia cenderung untuk menyimpan informasi yang dirasa privat untuk diri mereka dan membuka beberapa informasi privat ini kepada orang lain di dalam relasi sosial dengan mereka.
  3. Kontrol dan kepemilikan, yang mana orang merasa mereka memiliki informasi privat mengenai diri mereka sendiri. Orang merasa punya posisi untuk mengontrol siapapun yang boleh mengakses informasi mereka.
  4. Sistem manajemen berdasar aturan, terdiri dari tiga proses: karakteristik aturan privasi, koordinasi batasan, dan turbulensi batasan.
  5. Dialektika manajemen privasi punya fokus pada konflik antara keinginan pengungkapan informasi privat dan untuk menutupinya.

Kemudian adapun 3 komponen proses sistem manajemen dalam Teori CPM ini (Petronio, 2002) yaitu,

1. Kepemilikan privasi: komponen yang berisikan informasi personal yang hanya diketahui oleh diri sendiri.
2. Kontrol privasi: komponen ini melibatkan pembagian informasi dengan orang lain.

3. Turbulensi privasi: komponen ini muncul ketika pemilik informasi tidak setuju terhadap pengungkapan informasi yang menyangkut privasinya.

Dalam rangka untuk mendapatkan visualisasi yang lebih jelas terkait dengan hubungan asumsi dan komponen teori CPM dapat dilihat gambar bagan berikut:



**Gambar 1.4. Bagan Asumsi Dasar Teori CPM**

**Sumber: (Petronio, 2002) dalam West & Turner (2008, h.256), diolah oleh Peneliti**

### **1.1. Informasi Privat**

Informasi privat merupakan suatu metode untuk mendefinisikan substansi dari pembukaan informasi. Pada informasi privat terdapat dua indikator pengukur yaitu intimasi dan pembukaan diri (Petronio, 2002). Intimasi memiliki kaitan dengan pengetahuan satu individu terkait dengan individu lainnya seperti misal cara-cara secara fisik, psikologis,

emosional dan perilaku. Lalu pembukaan diri merupakan suatu proses pengungkapan isi dari informasi privat yang diberikan oleh satu individu pada individu lainnya.

## **1.2. Batasan Privat**

Batasan privat merupakan suatu batasan individu mengetahui batasan dan garis yang memisahkan sikap publik dan sikap privat mereka (West & Turner, 2008). Batasan privat ini dibagi menjadi dua indikator pengukur yaitu batasan kolektif dan batasan personal. Batasan kolektif merupakan informasi privat yang dibagikan pada relasi-relasi sosial, seperti misalnya informasi yang dibagikan lewat *chat* di media sosial. Batasan personal merupakan informasi privat yang tidak dibagikan karena sifatnya yang terlalu penting dan terlalu privat.

## **1.3. Kontrol & Kepemilikan**

Kontrol dan kepemilikan memiliki anggapan bahwa setiap individu memiliki hak yang sah sebagai pemilik informasi privat dan memiliki kontrol penuh atas informasi yang mereka miliki (West & Turner, 2008). Pada kontrol & kepemilikan ada dua indikator untuk mengukur yaitu kontrol (individu memiliki kontrol atas distribusi informasi-informasi privat yang dimiliki) dan kepemilikan (individu memiliki hak atas kepemilikan informasi privatnya).

## **1.4. Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan**

### **1.4.1. Karakteristik Aturan Privasi**

Karakteristik aturan privasi memiliki dua hal yang perlu diperhatikan yaitu adanya *privacy rule development* dan *privacy rule attribute*. Dalam pengembangan karakteristik aturan privasi (*privacy rule development*) ada lima aspek indikator yaitu budaya, gender, motivasi, kontekstual (lingkungan sosial dan latar belakang fisik), dan risiko-keuntungan. Kemudian, dalam atribut aturan privasi (*privacy rule atribut*) terdapat dua aspek indikator yaitu properti aturan (stabil tidaknya aturan privasi tersebut) dan cara mendapatkan properti aturan tersebut (proses sosial maupun negosiasi dengan individu lain dalam rangka menciptakan sebuah aturan atau memodifikasi aturan baru).

#### **1.4.2. Koordinasi Batasan**

Koordinasi batasan merupakan cara pengelolaan informasi yang dimiliki oleh individu dan distribusinya hingga akhirnya informasi tersebut dimiliki bersama. Petronio (2002) menjelaskan bahwa ada 3 indikator dari koordinasi batasan yaitu permeabilitas batasan, kepemilikan batasan dan pertalian batasan.

Indikator permeabilitas batasan merujuk pada hal apa saja dan jumlah suatu informasi dapat melewati batasan-batasan yang ada. Diasumsikan bahwa akses terhadap suatu informasi bisa sangat tertutup oleh individu pemilik informasi sehingga ini dapat disebut sebagai batasan tebal. Sebaliknya, jika suatu informasi sangat terbuka

dengan akses yang sangat mudah maka batasan tersebut dapat disebut sebagai batasan tipis.

Indikator kepemilikan batasan yang merujuk kepada cara individu mengelola informasi privat yang dia miliki tanpa melupakan adanya hubungan terkait hak-hak istimewa yang diberikan oleh pihak kedua dari informasi privat tersebut. Aturan dan kesepakatan antar individu harus jelas untuk mengurangi adanya turbulensi batasan.

Indikator pertalian batasan merujuk pada tahap terakhir dalam koordinasi batasan. Ini berkaitan dengan hubungan yang terbentuk hasil dari koordinasi batasan antarindividu. Individu bersama dengan pemilik informasi privat yang ia miliki (*co-owner*) membangun hubungan berdasar pada keterbukaan informasi privat yang dilakukan. Ini dapat dikaitkan dengan intimasi suatu hubungan dengan melihat sejauh mana informasi diberikan kepada *co-owner*.

#### **1.4.3. Turbulensi Batasan**

Turbulensi batasan menjelaskan adanya konflik yang terjadi akibat dari koordinasi batasan yang kurang jelas atau adanya pelanggaran terhadap aspek koordinasi batasan sehingga terjadi turbulensi batasan. Hasil dari konflik ini dapat menuju pada dua arah yaitu ke arah untuk memperbaiki turbulensi tersebut dengan melakukan penyesuaian atau mengakhiri hubungan dengan *co-owner* informasi privat individu tersebut.

### **1.5. Dialektika Manajemen**

Dialektika manajemen adalah konflik intrapersonal saat akan melakukan pengungkapan diri tentang informasi privatnya di media sosial. Fokusnya adalah terkait dengan ketegangan yang terjadi dalam diri individu dalam penentuan pengungkapan atau penutupan suatu informasi privat yang Ia miliki kepada orang lain atau publik.

Pada penelitian ini akan berfokus pada pemaknaan informasi privat dan juga proses dalam sistem manajemen dikarenakan keterbatasan waktu serta tenaga yang dimiliki oleh peneliti dalam mencari informasi terkait dengan seluruh asumsi yang dimiliki oleh teori manajemen komunikasi privasi. Selain itu, penelitian ini memiliki fokus untuk mencari makna dari informasi privat di era digital serta bagaimana penerapan sistem manajemen dari remaja akhir dalam pertemanannya di media sosial.

### **2. Pertemanan Dunia Maya**

Pertemanan dalam konteks penelitian ini dapat berbentuk banyak. Misal dengan adanya kategori pertemanan yaitu teman, teman dekat dan sahabat. Dalam Dewi & Minza (2016) menjelaskan bahwa ada teman adalah salah satu level paling bawah dalam hubungan pertemanan yang mana individu mengenal satu sama lain tetapi tidak mengetahui informasi satu dengan yang lainnya secara mendalam. Lalu, teman dekat (Miller, 2015 dalam Dewi & Minza, 2016) adalah hubungan pertemanan yang sudah memiliki kepercayaan, penghormatan, serta loyalitas kepada individu

lainnya, namun dari tingkat keintiman hanya pada tahap sedang. Jika dibandingkan dengan sahabat yang memiliki hubungan dengan tingkat keintiman yang tinggi untuk saling menolong, adanya kehadirannya selalu, dan kepercayaan sebagai landasan penting dari semua hal (Miller, 2015).

Sebuah hubungan pertemanan memiliki *rules* yang harus dipegang oleh kedua individu. *Rules* tersebut diantaranya adalah saling membela, memberikan informasi kepada satu dengan yang lainnya, mendukung secara emosional, mempercayai dan menawarkan bantuan, dan membahagiakan satu sama lain. Jika sebaliknya yang terjadi maka biasanya hubungan tersebut akan pudar atau tidak berlanjut ke tahap berikutnya.

Dunia maya membentuk beberapa platform-platform seperti misalnya adanya e-mail, website, dan media sosial yang kita kenal sampai saat ini (Istriyani & Widiana, 2019). Media sosial menjadi salah satu ruang maya yang menjembatani pengguna untuk saling berhubungan satu sama lainnya. Pada akhirnya pada ruang ini para pengguna dapat menciptakan berbagai jenis hubungan seperti contohnya adalah hubungan pertemanan di media sosial pada suatu ruang maya (*cyberspace*). Sehingga dapat disebut sebagai pertemanan di dunia maya.

Definisi dari pertemanan dunia maya adalah hubungan antar dua individu yang bertemu secara virtual baik terbentuk karena sudah pernah mengenal di dunia nyata maupun individu yang benar-benar asing baru ditemui pada dunia virtual itu (Helmi et al., 2017; Rahmayanti & Ediati,

2022). Pertemanan dunia maya hasil dari pertemanan di dunia nyata terjadi dalam rangka untuk menjaga hubungan antar individu, karena tidak ada batas waktu, jarak, jumlah, kapasitas, maupun kecepatan sehingga memudahkan untuk tetap terhubung satu dengan lainnya (Zahrani & dkk, 2021). Sedangkan orang yang benar-benar asing baru ditemui pada dunia virtual dapat ditemukan lewat media sosial itu sendiri dengan adanya fitur-fitur yang mendukung seperti *direct message*, *follow*, *like*, *reels*, dan berbagai fitur lainnya. Pertemanan dunia maya juga dapat terjadi akibat adanya kesamaan kesukaan antar individu misalnya adanya hal-hal populer yang disukai, hobi, *fanbase group* dan berbagai faktor lainnya (Soedarsono & Wulan, 2017).

Dengan adanya kemungkinan bahwa pertemanan terjadi lewat platform virtual dalam konteks penelitian ini yaitu media sosial, membuat jarak dan waktu bukanlah sebuah masalah yang besar. Ini membuat setiap pengguna dari media sosial menjadi bervariasi dan memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Seperti adanya pada penelitian dari Hermawansah (2022) yang menunjukkan persebaran yang cukup beragam pada berbagai faktor diantaranya yaitu jenis kelamin, usia, domisili, daerah asal, pendidikan terakhir, sektor pekerjaan, bidang pekerjaan, dan pendapatan bulanan. Berbagai karakteristik pengguna yang dipengaruhi oleh beberapa faktor ini memegang peranan penting dalam mempengaruhi komunikasi privasi yang dilakukan oleh pengguna itu dalam pertemanan dunia mayanya.

### **3. Karakteristik Individu**

Karakteristik individu dapat dipengaruhi oleh banyak hal salah satunya adalah lewat demografi dari penggunanya. Demografi dalam konteks penelitian ini merupakan karakteristik individu yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti adanya perbedaan secara biologis, sosial, ekonomi dan letak geografi Siswono (2015 dalam Bagaskoro et al., 2022).

#### **3.1. Faktor Biologis**

Faktor-faktor biologis meliputi usia dan jenis kelamin. Usia adalah rentang usia maupun adanya perbedaan generasi. Jenis kelamin adalah perbedaan laki-laki dan perempuan.

#### **3.2. Faktor Sosial**

Faktor-faktor sosial meliputi tingkat pendidikan dan status perkawinan. Tingkat pendidikan adalah adanya perbedaan pendidikan yang dibagi 4 tahap yaitu pendidikan usia dini (PAUD/TK), pendidikan dasar (SD/SMP), pendidikan menengah (SMA/SMK) dan pendidikan tinggi (Diploma, Sarjana, Magister, Spesialis, Doktor). Status perkawinan adalah lajang atau sudah menikah. Dalam penelitian ini status perkawinan akan dimodifikasi menjadi status hubungan untuk memperluas data yang dibutuhkan.

#### **3.3. Faktor Ekonomi**

Faktor-faktor ekonomi meliputi status atau jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan/uang saku. Status atau jenis pekerjaan adalah bekerja atau tidak bekerja dan macam-macam jenis pekerjaan yang berbeda. Menurut BPS (dalam Rakasiwi, 2021) klasifikasi pendapatan ada 4 ukuran yaitu pendapatan sangat tinggi lebih dari Rp.3.500.000 per bulan, pendapatan tinggi rata-rata Rp.2.500.000-Rp.3.500.000 per bulan, pendapatan sedang rata-rata Rp. 1.500.000- Rp.2.500.000 dan pendapatan rendah dibawah Rp.1.500.000.

#### **3.4. Faktor Letak Geografi**

Faktor letak geografi adalah tempat tinggal dan budaya yang berbeda. Tempat tinggal adalah perkotaan dan pedesaan, perbedaan kota asal, kota domisili. Budaya yang berbeda adalah perbedaan budaya tiap kota, provinsi, negara, dll.

#### **F. Kerangka Konsep**

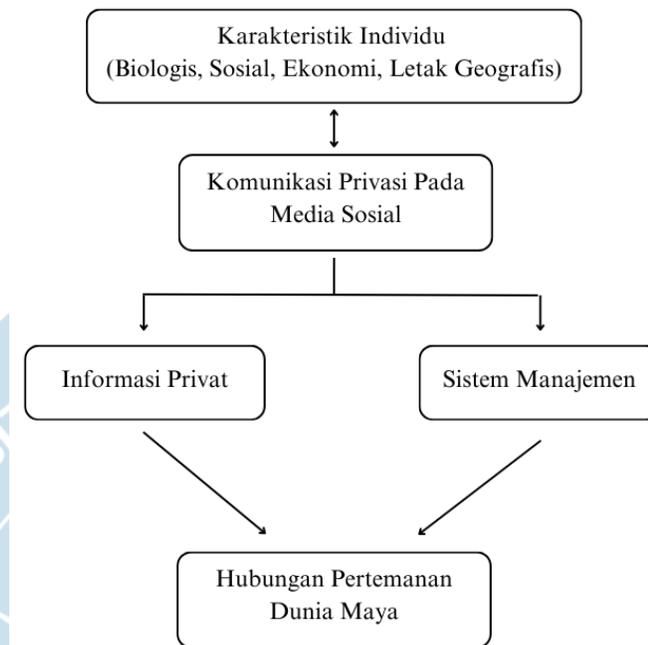
*Communication Privacy Management* adalah cara suatu individu mengetahui tentang informasi privat Ia miliki dan hak yang dimiliki untuk mengatur/mengontrol informasi tersebut (Petronio & Child, 2020). Dalam menjaga privasi (Petronio, 2002) dengan teorinya yaitu *Communication Privacy Management* memaparkan berbagai asumsi yang keseluruhannya menunjukkan bahwa pada dasarnya manusia adalah individu aktif yang selalu membuat keputusan serta membuat aturan terkait pembukaan diri yang akan Ia

lakukan. West & Turner (2008) juga memaparkan suatu ide gagasan bahwa akan selalu ada keterikatan satu individu dengan individu lainnya ketika sedang melakukan pengaturan terhadap privasi komunikasinya.

Dalam penelitian ini ada batasan yang peneliti ciptakan yaitu berfokus pada dimensi informasi privat dan dimensi sistem komunikasi privasi. Pada dimensi informasi privat akan menjelaskan terkait dengan pemaknaan informasi privat menurut remaja akhir dan pada dimensi komunikasi privasi akan mencakup dari tiga hal yaitu pertama ada karakteristik aturan privasi yang mencakup aturan privasi (budaya, gender, motivasi, kontekstual, dan risiko-keuntungan) dan atribut aturan privasi (aspek properti aturan serta cara mendapatkan aturan tersebut); kedua adalah koordinasi batasan yang mencakup 3 aspek yaitu permeabilitas batasan (hak menentukan seberapa luas, banyak akses dan jangkauan terhadap informasi privat kepada pihak ketiga), kepemilikan batasan (kontrol yang dimiliki terhadap informasi privat), dan pertalian batasan (menggambarkan relasi yang terbentuk dan batasan yang tercipta); terakhir yang ketiga adalah turbulensi batasan yaitu hambatan yang dialami dalam melakukan publikasi atau interaksi.

Penelitian ini dilakukan kepada remaja pengguna media sosial dengan rentang umur 18-24 di Indonesia, berjenis kelamin laki-laki atau perempuan, menggunakan media sosial, pernah maupun sedang menjalin hubungan pertemanan dunia maya dan memiliki pengalaman terkait privasi di media sosial. Penelitian ini akan dilakukan untuk melihat informasi privat dan sistem

dari komunikasi privasi tersebut di media sosial. Dalam penelitian ini ada faktor-faktor demografis yang akan digunakan untuk memberikan informasi lebih terkait karakteristik dari informan yang memiliki andil dalam komunikasi privasi yang dilakukan diantaranya adalah faktor biologis (usia dan jenis kelamin), faktor sosial (tingkat pendidikan, status hubungan), faktor ekonomi (tingkat pendapatan dan jenis pekerjaan) dan faktor letak geografi (tempat tinggal, tempat asal dan budaya yang dianut). Beberapa karakteristik individu ini dapat saling mempengaruhi proses definisi dari informasi privat yang dimiliki oleh individu itu. Dari pemaknaan informasi privat dan kaitannya dengan sistem manajemen dari komunikasi privasi akan memberikan gambaran terkait komunikasi privasi yang dilakukan individu. Gambaran ini adalah dalam rangka untuk membentuk atau mengembangkan hubungan pertemanan di dunia mayanya.



**Gambar 1.5. Kerangka konsep**

**Sumber: Data diolah Peneliti**

Berangkat dari konsep-konsep di atas, maka peneliti akan merumuskan matriks penelitian dalam bentuk tabel di bawah ini:

No	Konsep	Data yang dibutuhkan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1	<b>Karakteristik Individu</b>	a. Biologis: usia dan jenis kelamin. b. Sosial: tingkat pendidikan dan status hubungan. c. Ekonomi: jenis pekerjaan, dan tingkat penghasilan.	<b>Narasumber</b>  <b>Observasi :</b> Observasi dalam jangka waktu yang sama pada media sosial narasumber	Wawancara Mendalam, Observasi, Studi Dokumen

No	Konsep	Data yang dibutuhkan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
		d. Letak Geografi: domisili dan daerah asal.	<p><b>Dokumen:</b> dokumen berupa konten yang diupload maupun arsip pesan yang dikirimkan oleh narasumber. Selain itu juga membuka data-data di internet sebagai pedoman terkait dengan karakteristik individu.</p>	
2	<b>Pertemanan Dunia Maya</b>	<p>Mengetahui alasan penggunaan berbagai media sosial yang digunakan oleh ke 10 narasumber.</p> <p>Mencari media sosial yang digunakan untuk menjalin relasi pertemanan di dunia maya.</p> <p>Alasan penggunaan media tersebut dibandingkan media sosial lainnya.</p> <p>Menemukan keunikan</p>	<b>Narasumber</b>	Wawancara Mendalam

No	Konsep	Data yang dibutuhkan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
		<p>penggunaan media sosial untuk menjalin relasi. Menemukan kecenderungan pembentukan relasi pertemanan baru terbentuk secara virtual atau secara tatap muka.</p>		
3	<b>Informasi Privat</b>	<p>Mengetahui informasi yang termasuk privat menurut narasumber. Mengetahui latar belakang yang membuat narasumber memutuskan untuk memberikan informasi privat pada relasinya. Mengetahui perbedaan kategorisasi informasi privat yang dimiliki dari 10 narasumber.</p>	<p><b>Narasumber</b> <b>Observasi:</b> Melihat beberapa aspek-aspek pada media sosial narasumber seperti misalnya <i>profile, bio, following, followers, hashtag, like, privacy settings,</i> dan lain-lain.</p>	Wawancara Mendalam, dan Observasi
4	<b>Komunikasi Privasi</b>	<p>Mengetahui sistem manajemen dari komunikasi privasi yang diterapkan oleh narasumber meliputi karakteristik aturan privasi, koordinasi</p>	<p><b>Narasumber</b> <b>Observasi:</b> Melihat pada media sosial tentang kebenaran data</p>	Wawancara Mendalam

No	Konsep	Data yang dibutuhkan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
		batasan dan turbulensi batasan.	yang diberikan lewat wawancara.	

**Tabel 1. Matriks Penelitian**  
**Sumber: Data diolah peneliti**

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam rangka untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Abdussamad (2021) lebih mementingkan suatu proses dari sebuah fenomena dibandingkan hanya sekedar hasil maupun produk. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mendalami suatu masalah dan memberikan analisis tentang fenomena tersebut. Penelitian ini akan berdasar pada paradigma interpretif yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh, rumit, selalu berubah, bermakna, berhubungan yang timbal balik bukan sebab akibat dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain (Rahardjo, 2018).

Lalu, untuk menganalisis data dalam penelitian kualitatif ini akan digunakan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian deskriptif dilakukan dengan tidak menghubungkan maupun membandingkan satu variabel atau lebih (independen) dalam rangka

mengetahui suatu nilai variabel mandiri. Jenis penelitian deskriptif juga digunakan untuk memberikan gambaran terkait suatu fenomena terkait pengalaman individu dan dipaparkan lewat riset komparatif yang pada akhirnya memiliki tujuan untuk membuat komparasi antara variabel satunya dengan yang lainnya yang sejenis dan divisualisasikan secara statistik.

Metode deskriptif kualitatif dipilih untuk menjelaskan proses dari masing-masing informan dengan berbagai macam perbedaan melakukan komunikasi privasinya dalam konteks relasi pertemanan di dunia maya. Selain itu karena metode deskriptif kualitatif ini peneliti dapat memberikan deskripsi secara lengkap, mendalam dan juga terperinci sehingga dapat untuk memberikan gambaran seutuhnya terhadap data yang ada (Nugrahani, 2014).

## **2. Metode Penelitian**

Peneliti memilih untuk menggunakan metode fenomenologi. Studi fenomenologi digunakan untuk meneliti terkait pengalaman hidup seseorang atau metode untuk mempelajari bagaimana individu secara subjektif merasakan pengalaman dan memberikan makna dari fenomena tersebut. Tujuan dari pemakaian studi fenomenologi adalah untuk menginterpretasikan pengalaman yang dialami seseorang ketika melakukan *self-disclosure* dan komunikasi privasinya di era new media. Fenomenologi yang digunakan akan berfokus pada *textural description*. Menurut

Habiansyah (2008) *textural description* berfokus pada aspek objektif dari pengalaman subjek penelitian yaitu manusia itu sendiri. Aspek objektif ini diperoleh dari fenomena yang dialami seseorang melihat dari sudut pandang berbeda setiap individu subjek penelitian.

### **3. Subjek dan Objek Penelitian**

Menurut Arikunto (2010) subjek penelitian adalah tempat data untuk variabel penelitian diperoleh. Sedangkan objek penelitian menurut Sugiyono (2017) adalah sebuah atribut yang melekat, nilai, sifat atau suatu kegiatan dengan pola tertentu yang kemudian dianalisis dan tarikhlah kesimpulan dari sana. Pada penelitian ini ada kriteria subjek yang akan diambil adalah berjenis kelamin laki-laki atau perempuan dan usia 18-24 tahun dengan pertimbangan bahwa usia 18-24 tahun adalah rentang usia masa beranjak dewasa (*emerging adulthood*) atau remaja akhir dan pada masa ini pembentukan relasi sangatlah sedang berada pada tahap yang sangat intens (Arnett dalam Santrock, 2012). Subjek penelitian adalah seorang pengguna media sosial yang pernah dan sedang menjalin pertemanan dunia maya pada media sosial dan memiliki pengalaman terkait privasi pada media sosial.

Berikut adalah kriteria lengkap untuk subjek penelitian ini:

- a. Informan berusia 18 tahun - 24 tahun
- b. Informan berjenis kelamin laki-laki atau perempuan
- c. Informan adalah pengguna media sosial.

- d. Informan pernah dan sedang menjalin hubungan pertemanan dunia maya.
- e. Informan memiliki pengalaman terkait privasi dalam berteman di media sosial.

#### **4. Sumber dan Jenis Data**

##### **4.1. Data Primer**

Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumber dengan melakukan pengukuran lewat berbagai metode (Hardani et al., 2020). Dalam penelitian ini data primer didapatkan lewat wawancara mendalam dan observasi pada media sosial Instagram dari informan.

##### **4.2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung melainkan dari pihak lain (Hardani et al., 2020). Dalam penelitian ini data sekunder berupa isi akun media sosial dari informan.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

##### **5.1. Wawancara**

Wawancara adalah pertemuan dua orang sebagai seorang penanya dan penjawab dengan melakukan komunikasi dua arah lewat pertanyaan dan jawaban dari suatu topik tertentu yang sudah

ditentukan (Esterberg dalam Sugiyono, 2019). Ada 3 jenis wawancara yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur. Penelitian ini akan menggunakan *in-depth interview* sehingga peneliti akan menggunakan wawancara semi terstruktur agar memungkinkan untuk mendapatkan jawaban atas topik yang diangkat secara lebih terbuka, menyeluruh dan bebas.

### **5.2. Observasi**

Observasi menurut Sugiyono (2019) adalah metode yang digunakan dalam rangka ingin mengetahui peristiwa atau fenomena secara langsung. Maksud utama dari observasi ini adalah untuk menggambarkan keadaan yang diobservasi yang tidak diungkapkan dalam wawancara, menangkap hal yang bersifat rahasia dan menguji kepastian data yang didapat dari wawancara (Raco, 2010). Observasi dapat dilakukan secara terang-terangan yaitu dengan menginformasikan kepada informan atau secara tersamar atau diam-diam untuk mendapatkan data secara utuh dan lengkap.

### **5.3. Studi Dokumen**

Studi dokumen merupakan informasi yang tersimpan dalam bentuk foto-foto, arsip rekaman, jurnal, buku dan lain sebagainya yang dapat digunakan untuk menguatkan data primer yang telah didapat lewat wawancara dan observasi (Sugiyono, 2019).

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan melakukan pengurutan data dari berbagai sumber yang sudah didapatkan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti (Moleong, 2018). Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2017) ada beberapa tahapan untuk menganalisis data kualitatif yaitu:

### a. Pengumpulan Data

Data kualitatif dikumpulkan lewat beberapa teknik pengumpulan data yang sudah ditetapkan peneliti yaitu wawancara mendalam, observasi dan studi dokumen. Pada tahapan ini dilakukan secara sistematis agar mendapatkan data yang sesuai seperti yang dibutuhkan oleh peneliti.

### b. Reduksi Data

Data yang sudah diperoleh saat pengumpulan data akan direduksi dan difokuskan dengan mempertimbangkan kebutuhan data yang dianggap penting untuk diproses lebih lanjut. Data ini diharapkan adalah data yang dibutuhkan untuk disajikan lebih lanjut.

### c. Penyajian Data

Data kemudian disajikan dalam bentuk teks naratif dan dapat dibentuk dengan bentuk uraian-uraian singkat, bagan, hubungan kategori-kategori dalam penelitian, *flowchart*, tabel, dan lain-

lain untuk memudahkan peneliti memahami fenomena yang diteliti.

d. Kesimpulan dan Verifikasi Data

Terakhir, data disimpulkan dan kemudian diverifikasi. Kesimpulan awal akan bersifat sementara dan akan ada perubahan jika kedepannya tidak ditemukan bukti yang cukup kuat untuk mendukung kesimpulan tersebut pada tahap pengumpulan data berikutnya. Peneliti akan terus mengulang pengambilan data sampai pada akhirnya kesimpulan dapat dibuktikan dan menjadikan kesimpulan yang kuat serta kredibel.

Dalam proses verifikasi pengambilan data tersebut akan dilakukan teknik triangulasi data yang mana triangulasi ini memiliki tiga teknik yaitu triangulasi sumber, teknik dan waktu. Dalam penelitian ini triangulasi yang dipakai adalah triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber diartikan bahwa menggunakan teknik yang sama untuk memperoleh data yang berbeda melalui banyak sumber/informan. Selain itu, digunakan triangulasi teknik yaitu dengan mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda yaitu pada penelitian ini akan menggunakan wawancara mendalam, melakukan observasi pada media sosial dari informan dan dokumentasi pada informan.

