

Analysis Of Communication Privacy On Instagram

Alfiansyah Anwar

IAIN Parepare

ABSTRAK

Masalah dalam penelitian ini terkait analisis komunikasi privasi di Instagram. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hasil analisis artikel pada jurnal. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa penelitian pada artikel pertama diperoleh fakta bahwa situasi ini masih terjadi di kalangan siswa sekolah menengah di Yogyakarta. Penelitian pada artikel kedua diperoleh tiga dari lima informan menunjukkan bahwa fitur ini memungkinkan mereka untuk mengungkapkan cerita yang terlalu pribadi. Penelitian pada artikel ketiga diperoleh konteks materi yang mereka unggah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Pengguna Instagram memiliki opsi untuk mempublikasikan informasi yang ingin mereka bagikan dan tidak.

ABSTRACT

The problem in this research is related to the analysis of privacy communication on Instagram. The purpose of this study was to find out the results of the analysis of articles in journals. In this study used qualitative methods. The results of the analysis show that the research in the first article obtained the fact that this situation still occurs among high school students in Yogyakarta. Research in second article obtained three out of five informants indicating that this feature allows them to reveal stories that are too personal. Research on the third article obtained the context of the material they uploaded. It can be concluded that Instagram users have the option to publish the information they want to share and not



Correspondence Email:
alfiansyahanwar@iainpare.
ac.id

Keywords: Analysis,
Privacy Communications,
Instagram

PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang banyak terjadi Kehadiran Instagram di media sosial telah mengubah banyak cara berpikir, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan orang jauh dan luas. Namun, kehadiran media sosial Instagram mendorong pengungkapan informasi pribadi yang dapat berdampak buruk bagi penggunanya. penggunaan aplikasi media sosial, seperti, Instagram, menjadi semakin populer karena menyertakan postingan tentang aktivitas sehari-hari (Khan et al., 2017).

Perkembangan teknologi media digital telah menghasilkan fenomena media sosial, khususnya Instagram, yang berfungsi sebagai platform bagi berbagai kalangan untuk pertukaran informasi dan memenuhi kebutuhan komunikasi sosial (Sakinah, 2021). Hasil survei menunjukkan bahwa di Indonesia, mayoritas pengguna Instagram adalah remaja berusia antara 18 hingga 24 tahun. Instagram berperan sebagai alat bagi mereka dalam membentuk citra diri, mengekspresikan eksistensi, dan berkomunikasi dengan pengungkapan diri (Varlina & Duma, 2022). Namun, perlu diperhatikan bahwa pengungkapan privasi oleh remaja dalam lingkungan digital ini menimbulkan risiko dan dampak negatif yang signifikan. Beberapa risiko tersebut meliputi potensi terjadinya provokasi, manipulasi data, serta berbagai kejahatan dunia maya lainnya. Oleh karena itu, penting bagi para pengguna remaja dan para pemangku kepentingan terkait untuk meningkatkan kesadaran tentang keamanan digital dan penerapan praktik yang lebih aman dalam menggunakan media sosial, termasuk Instagram.

Media sosial dapat memberikan sesuatu yang positif maupun negatif. Namun, terdapat banyak perilaku menyimpang yang terjadi akibat kekeliruan dalam pengungkapan privasi dalam menggunakan media sosial. Jejaring sosial telah menjadi sarana utama dalam memfasilitasi komunikasi antara individu di era digital ini. Pengguna jejaring sosial cenderung mengakses platform tersebut berulang kali sepanjang hari, karena berbagai alasan seperti berinteraksi dengan teman, keluarga,

atau komunitas, berbagi konten, mendapatkan informasi terkini, atau sekadar mengisi waktu luang.

Dalam proses berinteraksi dengan jejaring sosial, pengguna sering kali menyimpan data pribadi mereka di dalam sistem tersebut (Viana et al., 2020). Data ini mencakup berbagai informasi, seperti nama, alamat, tanggal lahir, preferensi, aktivitas, dan lain-lain. Penyimpanan data ini di sistem jejaring sosial memungkinkan pengguna untuk mengelola profil mereka, berpartisipasi dalam berbagai aktivitas, dan menjaga jejak komunikasi mereka. Namun, penting untuk diingat bahwa penggunaan jejaring sosial juga membawa implikasi terhadap privasi dan keamanan data. Oleh karena itu, pengguna harus mengambil langkah-langkah untuk melindungi informasi pribadi mereka dengan menjaga pengaturan privasi, menggunakan kata sandi yang kuat, dan menghindari berbagi data yang sensitif dengan orang asing atau pihak yang tidak terpercaya. Selain itu, operator jejaring sosial juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga keamanan data pengguna dan memberikan transparansi mengenai penggunaan data tersebut. Kesadaran dan langkah-langkah pencegahan ini akan membantu menciptakan pengalaman yang lebih aman dan positif bagi pengguna jejaring sosial.

LANDASAN TEORETIS

Pengertian Analisis

Komaruddin mendefinisikan analisis sebagai tindakan berpikir untuk membedah keseluruhan menjadi komponen-komponen penyusunnya guna mengidentifikasi gejala bagian-bagian komponen, keterkaitannya, dan fungsi masing-masing dalam satu kesatuan yang utuh. Halahap mendefinisikan analisis sebagai proses membongkar atau membagi suatu keseluruhan menjadi bagian-bagian komponennya. Dari definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa analisis adalah proses yang digunakan untuk mendefinisikan atau menyelesaikan suatu masalah dari komponen terbesar hingga terkecil (Septiani et al., 2020).

Pengertian Komunikasi

Komunikasi dapat terjadi ketika pengirim dan penerima pesan dekat satu sama lain. Komunikasi tidak akan berlangsung jika tidak ada kemiripan antara komunikan dan komunikator, yaitu jika komunikator tidak memahami pesan yang diterima. Atau, keadaannya tidak komunikatif (Effendi, 1993). Selain itu, komunikasi juga adalah proses interaktif pertukaran simbolik. Simbol juga disebut huruf, kode, atau simbol lainnya. Manusia, tidak seperti makhluk hidup lainnya, selalu menggunakan dan menggunakan simbol. Manusia menafsirkan tanda menggunakan dan menggunakan simbol. Manusia menafsirkan tanda (Komala, 2009)

Manajemen Privasi Komunikasi

Dalam bidang ilmu komunikasi, privasi memiliki teori yang disebut teori manajemen privasi komunikasi. Teori CPM, yang dilaporkan oleh Oxford Academy, adalah teori yang membatasi informasi pribadi seseorang. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Petronio pada tahun 2002. Petronio percaya seseorang mengendalikan apa yang dikatakan. Pengungkapan mungkin tidak dapat dilakukan karena berbagai keadaan. Faktor latar belakang budaya, jenis kelamin, dll. Faktor-faktor inilah yang dipertimbangkan orang saat mendeskripsikan tentang diri mereka sendiri contohnya di media sosial (Zakiah, 2022).

Hasil menarik lainnya adalah penelitian tentang *Communication Privacy Management (CPM theory)* yang mencoba menjelaskan proses negosiasi masyarakat terkait pengungkapan informasi pribadi. Teori CPM mengkaji bagaimana orang menciptakan celah melalui sistem berdasarkan aturan, termasuk aturan yang membatasi informasi yang diterapkan secara kolektif. Sebagai contoh: dalam kelompok orang tersebut termasuk atau milik kelompok (Sagiyanto & Ardiyanti, 2018).

Media Sosial

Media sosial adalah platform internet yang memungkinkan orang untuk terlibat, berbagi, dan menghasilkan informasi dengan mudah. Kita dapat menggunakan blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan internet sebagai contoh media sosial. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah jenis media sosial paling populer di kalangan pengguna di seluruh dunia. Manfaat media sosial antara lain dapat berinteraksi dengan banyak orang, memperluas jaringan, menghilangkan hambatan yang disebabkan oleh jarak dan waktu, memudahkan untuk mengekspresikan diri, memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat, dan memangkas biaya. Sementara media sosial menjauhkan mereka yang dekat satu sama lain, kontak tatap muka cenderung menurun, menyebabkan kecanduan internet, menimbulkan konflik, menciptakan masalah privasi, dan membuat orang terpapar pelaku kriminal (Cahyono, 2016).

Aplikasi Instagram

Nama Instagram terdiri dari istilah "insta" dan "gram". Seperti halnya kamera Polaroid yang pada saat itu lebih dikenal dengan sebutan "foto instan", kata "insta" berasal dari kata "instan". Instagram juga dapat secara instan menampilkan foto dengan tampilan seperti polaroid. Sedangkan kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara cepat kepada individu lain. Mirip dengan telegram, *Instagram* memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan dan mengirimkan foto secara instan (Ardiyanti & Hadyanto, 2018).

Salah satu platform media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia adalah Instagram. Setelah YouTube, Instagram menempati posisi keempat dengan 79% pengguna media sosial di Indonesia. Per November 2019, Pertiwi melaporkan ada 61.610.000 pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia. Setidaknya itulah yang dikatakan oleh penelitian terbaru dari Warsawa, NapoleonCat yang berbasis di Polandia, sebuah firma analis pemasaran media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa

22,6% penduduk Indonesia, atau lebih dari seperempatnya, menggunakan Instagram (Mawarsari & Utari, 2022)

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah meta analisis, yaitu proses penelitian yang dapat dilakukan dengan kegiatan merangkum, mereview, dan menganalisis data penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti lain (Dachi, 2017). Peneliti menggunakan meta analisis sebagai desain penelitiannya, dengan menganalisis penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya guna menemukan besarnya efek penerapan suatu model/metode/strategi menggunakan sebuah penelitian.

Populasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah artikel publikasi ilmiah berupa jurnal berskala nasional di Indonesia yang relevan dengan penelitian ini. Setelah melalui proses penyaringan, peneliti menentukan tiga penelitian yang dijadikan sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang Dilakukan oleh Stella Angelina dan Monika Pretty Aprilia (2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Stella Angelina dan Monika Pretty Aprilia dengan judul “Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena *Instagram Stories* Remaja di Yogyakarta” (Aprilia & Angelina, 2022).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana siswa SMA di Yogyakarta menggunakan komunikasi manajemen privasi untuk membatasi pengungkapan diri menggunakan fungsi teman dekat di *Instagram Stories*. penelitian ini digunakan metode kualitatif dan tipe deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa SMA di Yogyakarta cenderung kurang peduli dengan isu pembocoran informasi pribadi, menurut temuan penelitian yang telah dilakukan tentang privasi komunikasi di *Instagram stories*. Saat menggunakan opsi teman dekat, keputusan informan untuk mengatur ulang privasi didasarkan pada berbagai faktor, termasuk risiko dan imbalan. Alasan mereka mengungkapkan atau menahan informasi pribadi juga dipengaruhi oleh jenis

kelamin. *Instagram stories* digunakan oleh remaja untuk melaporkan kebiasaan *online* mereka kepada orang tua mereka.

Penelitian yang Dilakukan oleh Vicky Dianiya (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Vicky Dianiya dengan judul “*Management privacy* dalam penggunaan fitur “*close friend*” di Instagram (Dianiya, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai *communication management privacy* yang dilakukan pada media sosial dengan menggunakan fitur *close friend* di Instagram.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Pada desain penelitian, penelitian ini menggunakan desain penelitian strategi etnografi. Teknik yang digunakan penulis pada kasus ini yaitu dengan melakukan wawancara dengan subjek sebanyak lima orang informan. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. pada tahap analisis data yaitu peneliti membangun pola, kategori, dan tema informan dari bawah ke atas, dengan mengatur data yang didapatkan melalui wawancara menjadi sebuah komponen yang informatif.

Berdasarkan temuan elaborasi langsung dalam wawancara dengan kelima informan, penulis menyimpulkan bahwa hal ini sejalan dengan tujuan dari lima asumsi dasar mengenai teori privasi komunikasi. Pertama, ditemukan bahwa komunikator (semua informan) dapat mengungkapkan informasi pribadi yang ingin diungkapkan dan sebaliknya dapat menyembunyikan informasi yang tidak ingin diungkapkan; kedua, ditemukan bahwa komunikator (semua informan) dapat mengungkapkan informasi pribadi yang ingin diungkapkan; ketiga, adanya kepemilikan dan kontrol oleh komunikator (semua informan) dan orang lain yang termasuk informan dalam daftar teman dekat memiliki kontrol atas informasi yang dimiliki masing-masing orang tentang dirinya; keempat, Saat membuat penilaian dan mengelola privasi mereka, komunikator (semua informan) dipandu oleh sistem manajemen berbasis aturan. Misalnya, mereka tahu kepada siapa dan dalam kondisi apa mereka akan mengungkapkan privasi mereka.; dan kelima, adanya dialektika manajemen pada sejumlah informan, khususnya informan dua dan empat sebagai

komunikator karena keyakinan mereka terhadap daftar yang mereka pilih, namun mereka masih merasa tidak nyaman untuk berbagi informasi sensitif atau rahasia. Oleh karena itu, jika digunakan dalam penggunaan media sosial, adanya sikap selektif terkait teori privasi manajemen komunikasi bagi komunikator justru menguntungkan karena sebagai komunikator atau pemilik akun, Anda bisa memilih komunikasi mana saja yang bisa melihat cerita dan cerita. menjaga hubungan sosial, terutama dalam persahabatan yang juga terkait satu sama lain. setiap pembicara di dunia nyata.

Penelitian yang Dilakukan oleh Ferisa Nurul Kamilah (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Ferisa Nurul Kamilah dan Sri Budi Lestari dengan judul “Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram.” (Kamilah, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana seseorang melakukan pengelolaan informasi - informasi privasinya di media sosial Instagram.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian ini merujuk pada paradigma interpretif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *indepth interview*, dengan jumlah informan sebanyak 5 orang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Communication Privacy Management Theory* yang dikemukakan oleh Sandra Petronio.

Menurut temuan penelitian, orang menggunakan Instagram untuk membangun kesan, minat, koneksi, dan memposting gambar. Pengguna juga tunduk pada berbagai pembatasan informasi terkait privasi. Ditemukan melalui gagasan Manajemen Privasi Komunikasi bahwa pengguna Instagram memiliki standar peraturan yang harus mereka perhitungkan saat berbagi informasi di platform Instagram Faktor budaya seperti tradisi pengguna, adat istiadat sosial, dan keyakinan agama; faktor gender seperti pakaian dan ekspresi gender; faktor motivasi seperti dorongan dan kesenangan; faktor konteks seperti hal-hal yang menguntungkan, tidak menyinggung orang lain, dan faktor lingkungan; faktor risiko seperti manfaat, khususnya perbandingan berapa banyak uang yang akan dihasilkan atau hilang setelah membuat keputusan. Dalam penelitian ini, metode

individu untuk mengontrol privasi Instagram mereka termasuk memilih untuk tidak mengungkapkannya sama sekali atau membuat akun Instagram terpisah (akun ke-2). Pengguna merasa lebih bebas mengungkapkan privasinya di akun kedua karena hanya diikuti oleh orang yang dikenal dan dipercaya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari tiga jurnal yang diteliti oleh Stella Angelina dan Monika Pretty Aprilia, Vicky Dianiya, dan Ferisa Nurul Kamilah dan Sri Budi Lestari maka dapat disimpulkan bahwa Informasi pribadi yang dibagikan ke dalam media sosial, Jika Instagram tidak digunakan dengan tepat dalam situasi ini, tidak diragukan lagi ada kemungkinan pelanggaran privasi yang signifikan. Pengguna Instagram memiliki opsi untuk mempublikasikan informasi yang ingin mereka bagikan dan menyembunyikan informasi yang tidak ingin mereka bagikan. Sebagai komunikator atau pemilik akun, kita dapat memilih komunikan mana saja yang dapat melihat cerita dan menjaga hubungan sosial, terutama dalam pertemanan yang juga terkait dengan masing-masing komunikator di kehidupan nyata. Sikap selektif terkait teori privasi manajemen komunikasi bagi komunikator ini sebenarnya bermanfaat jika diterapkan dalam penggunaan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, M. P., & Angelina, S. (2022). Manajemen Privasi Komunikasi pada Instagram Stories Remaja di Yogyakarta. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–14.
<http://jpii.upri.ac.id/index.php/connected/article/view/44>
- Ardiyanti, H., & Hadyanto, D. T. (2018). Swafoto: Sebuah Pendekatan Teori Manajemen Privasi Komunikasi. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 9(1), 101–117.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal PUBLICIANA*, 9(1), 140–157.
- Dachi, R. A. (2017). *Proses dan Analisis Kebijakan Kesehatan (Suatu Pendekatan Konseptual)*. CV. Budi Utama.
- Dianya, V. (2021). Management Privacy dalam Penggunaan Fitur “Close Friend” di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 249 – 266. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2652>
- Effendi, O. U. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Kamilah, F. N. (2020). Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 9(1), 98–108.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/29574>
- Khan, S. M., Ngo, L. B., Morris, E. A., Dey, K., & Zhou, Y. (2017). Social Media Data in Transportation. In *Data Analytics for Intelligent Transportation Systems* (pp. 263–281). <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809715-1.00011-0>
- Komala, L. (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks*. Widya Padjadjaran.
- Mawarsari, D., & Utari, P. (2022). *Pengelolaan Privasi Informasi dalam Akun Kedua Instagram di Kalangan Mahasiswa*. [digilib.uns.ac.id](https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/85975/).
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/85975/>
- Sagiyanto, A., & Ardiyanti, N. (2018). Self Disclosure Melalui Media Sosial

Instagram (Studi Kasus Pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak (Journal of Communication)*, 2(1). <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i1.687>

Sakinah, S. (2021). Analysis of the Use of Close Friend Feature on Instagram as a Social Networking Site Using Communication Privacy Management Theory. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(2), 95–104. <https://doi.org/10.25008/jpi.v3i2.85>

Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrahman Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrahman Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143. <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>

Varlina, V., & Duma, T. L. K. (2022). Privacy Crisis on Instagram: a Factor Analysis Approach on Motivation Behind Privacy Disclosure in Adolescents. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1), 176–186. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i1.613>

Viana, G. T., Maciel, C., de Souza, P. C., & de Arruda, N. A. (2020). Analysis of Terms of Use and Privacy Policies in Social Networks to Treat Users' Death. *Communications in Computer and Information Science*, 60–78. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46130-0_4

Zakiah, R. (2022). *Teori Communication Privacy Management*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/16/180000769/teori-communication-privacy-management?page=all>