

**ANALISIS KETERBUKAAN DIRI MELALUI AKUN
TWITTER@MAHASISWAUMS**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Progam Studi Strata 1
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:

MILLENNIA RAMADHANI JANNATI SAPUTRI
L100180068

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS KETERBUKAAN DIRI MELALUI AKUN
TWITTER@MAHASISWAUMS**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

MILLENNIA RAMADHANI JANNATI SAPUTRI

L100180068

Telah Diperikasa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Vinisa Nurul Aisyah, M.I.Kom

NIK. 0609069001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS KETERBUKAAN DIRI MELALUI AKUN TWITTER
@MAHASISWAUMS

OLEH:

MILLENNIA RAMADHANI JANNATI SAPUTRI

L100180068

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji

Fakultas komunikasi & informatika

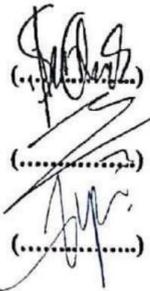
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Selasa, 2 Agustus 2022

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Vinisa Nurul Aisyah, S.I.KOM., M.I.Kom.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Yudha Wirawanda, S.I.KOM., M.A.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Palupi, S.SOS., M.A
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,




Nurgiyatna S.T. M.Sc. Ph.D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftarpustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 02 Agustus 2022

Yang menyatakan



MILLENNIA RAMADHANI

L100180068

ANALISIS KETERBUKAAN DIRI MELALUI AKUN TWITTER@MAHASISWAUMS

Abstrak

Fenomena akun anonim menjadi awal munculnya akun autobase yang digunakan oleh pengguna Twitter sebagai forum untuk mengirimkan *confess* yang akan mendapat *replay* dari pengguna lain di kolom komentar tanpa harus menunjukkan identitasnya. Seperti akun @MahasiswaUMS, dimana mahasiswa dapat mengirimkan pertanyaan atau keluhan yang akan mendapat perhatian dan jawaban dari followers lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen privasi dari pengikut autobase @MahasiswaUMS ketika melakukan keterbukaan diri dengan menggunakan teori *Communication Privacy Management (CPM)*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan teknik analisis data milik Miles dan Huberman dan menggunakan triangulasi sumber data untuk meningkatkan pemahaman dan menggali kebenaran dari informan melalui berbagai sumber data yang dikumpulkan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa informan melakukan proses manajemen privasi ketika melakukan keterbukaan diri pada autobase @MahasiswaUMS dengan menerapkan aturan-aturan privasi berdasarkan lima kriteria dalam Teori *Communication Privacy Manajemen (CPM)*. Informan membangun batasan privat dan kolektif untuk menjaga identitasnya tetap aman, meskipun autobase merupakan forum bersifat anonim semua informan memiliki kekhawatiran akan identitasnya, sehingga informan berupaya dengan melakukan pertimbangan sebelum melakukan keterbukaan diri dan memantau secara berkala tweet yang dikirimkan untuk menghindari dan meminimalisir konflik yang dapat timbul kapan saja.

Kata Kunci : Keterbukaan diri, Autobase, Communication Privacy Management

Abstract

The phenomenon of anonymous accounts is the beginning of the emergence of autobase accounts that are used by Twitter users as a forum to submit confessions that will get replays from other users in the comments column without having to show their identity. Like the @MahasiswaUMS account, where students can send questions or complaints that will get attention and answers from other followers. This study aims to determine the privacy management of autobase followers @MahasiswaUMS when conducting self-disclosure using the theory of Communication Privacy Management (CPM). This study uses a qualitative method with a qualitative descriptive type. The researcher uses Miles and Huberman's data analysis techniques and uses triangulation of data sources to improve understanding and explore the truth from informants through various sources of data collected. The results in this study indicate that the informants carry out the privacy management process when conducting self-disclosure on the @MahasiswaUMS autobase by applying privacy rules based on five criteria in the Communication Privacy Management (CPM) Theory. Informants build private and collective boundaries to keep their identities safe, even though autobase is an anonymous forum, all informants have concerns about their identity, so that informants try to do some consideration before doing self-disclosure and periodically monitor tweets sent to avoid and minimize conflicts that may arise. anytime.

Keywords: Self-disclosure, Autobase, Communication Privacy Management

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum twitter merupakan platform media sosial berbasis teks yang populer di Indonesia dan digunakan sebagai media komunikasi dengan batas maksimal 280 karakter untuk menulis pesan. Maraknya platform dengan fitur yang lebih modern telah menarik perhatian pengguna media sosial, sehingga popularitas twitter di Indonesia sempat menurun, namun hal tersebut tidak berlangsung lama karena banyak pengguna menganggap twitter lebih *up to date* mengenai perolehan informasi (Afifah & Maryani, 2020). Selain digunakan sebagai wadah untuk berkomunikasi dan bertukar informasi, twitter juga digunakan untuk berbagi ide dan menunjukkan kehidupan pribadi kepada orang lain. Menurut (Yunita, 2019) twitter memiliki fitur-fitur yang menarik dan bermanfaat untuk menjalin pertemanan dan menjaga hubungan dengan relasi, seperti *mention*, *direct message*, *hashtag*, berbagi foto atau video dan *trending topic* yang berisi topik yang sedang *viral*.

Beragam aktivitas di dalam twitter adalah bagian dari *Computer Mediated Communication* (CMC), proses dimana komunikasi melalui komputer yang melibatkan lebih dari satu orang yang saling berinteraksi dengan memanfaatkan media untuk tujuan tertentu (Nasrullah, 2016). Melalui *Computer Mediated Communication* (CMC) memungkinkan adanya sebuah anonimitas (Apriliani, 2020). Menurut (Chen et al., 2016) komunikasi dalam anonimitas dipandang sebagai salah satu fitur terpenting dari budaya internet. Dibandingkan dengan kehidupan nyata, orang akan cenderung mengekspresikan perasaan dan pikiran mereka yang sebenarnya secara online. Fenomena "*stranger on a train*" menjadi bukti bahwa anonimitas mendorong keterbukaan diri, di mana seseorang yang baru saja bertemu di kereta dapat dengan mudah mengungkapkannya kepada sesama penumpang (Hancock, 2016).

Umumnya, seseorang hanya akan melakukan keterbukaan diri melalui orang terdekat yang di percaya. Meningkatnya popularitas platform media sosial memunculkan jejaring sosial digital baru yang memberikan individu kenyamanan dan kecepatan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan mengungkapkan pendapat (Housley et al., 2018). Wealther (dalam Child et al., 2009) menunjukkan bagaimana karakteristik unik CMC memungkinkan pemeliharaan hubungan interpersonal dengan cara yang berbeda tetapi memiliki kepuasan yang sama dengan interaksi *Face to face*. Terbatasnya isyarat nonverbal, sebelumnya CMC dianggap

menghambat komunikasi interpersonal. Namun hal ini justru memberikan manfaat tersendiri bagi pengguna CMC, karena secara anonim memungkinkan pengguna CMC menunjukkan bagian lain dari diri mereka (Apriliani, 2020). Sehingga tidak khawatir mengenai reaksi non verbal orang lain seperti tanda-tanda penolakan ataupun kurangnya minat (Očadlíková, 2015).

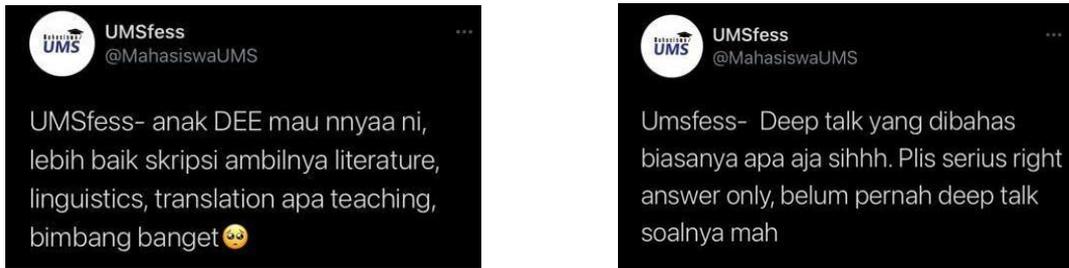
Anonimitas dalam internet dapat menghasilkan self-disclosure (Clark-gordon et al., 2019). Keterbukaan diri (*self disclosure*) adalah tindakan seseorang untuk berbagi informasi pribadi yang biasanya dirahasiakan. Tindakan pengungkapan diri bersifat sukarela dan disengaja terdiri dari tindakan verbal dan non-verbal, perasaan, pikiran, pengalaman, aspirasi, ketakutan, suka dan tidak suka, dan lain sebagainya (Chennamaneni & Taneja, 2015). Melalui identitas anonim ini pengguna media sosial merasa lebih leluasa ketika berinteraksi di dunia maya. Hal ini didukung dengan sifat media online yang di sisi lain memberikan ruang bebas seseorang dari identitas yang dimilikinya di dunia nyata (Rini & Manalu, 2020).

Akun autobase menjadi salah satu yang populer di twitter (Dwiwina & Putri, 2021). Akun autobase digunakan oleh pengguna Twitter sebagai wadah untuk mengirimkan pengakuan secara anonim dengan mengirimkan pesan langsung ke akun *autobase* sesuai aturan yang telah ditentukan (Khaerunnisa Syafitri et al., 2020). Melalui akun basis base ini, pengguna twitter dapat melakukan keterbukaan diri secara anonim tanpa perlu memperlihatkan identitasnya (Mardiana & Zi'ni, 2020). Pengguna twitter yang ingin melakukan keterbukaan diri dapat mengirimkan *direct message* yang otomatis muncul pada laman akun autobase dan menjadi sebuah *mention confess* yang dapat berupa keluh kesah ataupun pertanyaan yang kemungkinan mendapatkan respon atau balasan dari pengguna lain (Khaerunnisa Syafitri et al., 2020).

Autobase @MahasiswaUMS merupakan yang populer di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, digunakan sebagai forum untuk melakukan pengungkapan secara anonim dan berbagi informasi. Akun yang didirikan pada Juli 2012 itu memiliki 20.409 ribu pengikut dengan 75.205 ribu tweet. Pengikut autobase @MahasiswaUMS yang ingin mengirim *mention confess* cukup mengirimkan *direct message* dengan memasukkan *keyword* UMSfess atau [UMSfess] maka pesan tersebut akan muncul di laman akun twitter @MahasiswaUMS.

Pengirim dibolehkan untuk melakukan keterbukaan diri dengan tetap memperhatikan aturan yang telah ditetapkan. Pengikut akun autobase @MahasiswaUMS memanfaatkan akun base ini untuk mengirimkan pertanyaan atau keluhan apapun untuk mendapat perhatian dan

respon dari pengikut lain. Mulai dari topik mata kuliah, dosen, minta masukan, informasi kehilangan, beban terpendam, masalah keluarga, kekasih dan lain sebagainya.



Gambar 1. *sender* mengirim seputar kuliah dan pertanyaan umum pada akun @MahasiswaUMS.

Sumber gambar: twitter.com/@MahasiswaUMS



Gambar 2 pengirim menfess @MahasiswaUMS yang membagikan masalah pribadinya.

Sumber gambar: twitter.com/@MahasiswaUMS

Menfess tersebut bersangkutan dengan masalah pribadi, untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pengikut lain pengirim bersedia untuk berbagi masalah pribadinya dengan orang lain yang bahkan tidak memiliki kedekatan pribadi. Menurut (Mardiana & Zi'ni, 2020)

pengirim memiliki alasan yang jelas untuk mengambil langkah mengirim *menfess* terkait masalah pribadinya. Weiser menjelaskan membangun hubungan sosial secara online, berbagi pengalaman dan emosi pribadi, serta mengomunikasikan hal lain yang dapat dikatakan di jejaring sosial hanyalah beberapa fungsi dari media sosial untuk melayani kebutuhan individu (Fauzia et al., 2019).

Anonimitas online berperan penting dalam memberikan ruang gerak untuk berinteraksi dan berekspresi. Semakin tinggi tingkat anonimitas seseorang di internet membuat seseorang tersebut semakin merasa bebas dan berani dalam berekspresi dan berkomunikasi di ruang online (Rini & Manalu, 2020). Perasaan menjadi anonim menjadi masalah dalam komunikasi online ketika pengguna percaya bahwa mereka tidak dapat diidentifikasi. Risiko keterbukaan diri lebih tinggi ketika dilakukan didepan umum, karena kelompok lebih sulit dikendalikan dan harus mempercayai lebih banyak orang serta selalu ada kemungkinan dalam kelompok terdapat satu penerima yang tidak dapat dipercaya (Thon & Jucks, 2014). Sehingga ketika membuat keputusan mengenai menyembunyikan atau mengungkapkan informasi pribadi seseorang perlu melakukan pengelolaan privasi yang seimbang (Suh & Hargittai, 2015). Sehingga dengan itu individu yang melakukan keterbukaan diri pada media social terlebih *autobase* perlu melindungi diri dengan kontrol tertentu dengan memperhatikan batasan dan norma untuk meminimalisir resiko yang dapat terjadi.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lisa Mardiana dan Anida Fa'zia Zi'ni yang berjudul “Pengungkapan Diri Pengguna Akun Twitter *Autobase* @Subtanyarl”, menunjukkan bahwa alasan para pengirim pengungkapan diri di akun @subtanyarl adalah karena akun tersebut bersifat anonim sehingga ia bebas melakukan pengungkapan diri tanpa takut identitasnya diketahui dan bebas dari kekhawatiran dampak pengungkapan diri yang berupa penolakan interpersonal dan sosial, kerugian materi atau masalah intrapersonal.

Penelitian lainnya mengenai “Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna *Alter Ego* di Twitter” yang diteliti oleh (Saifulloh & Ernanda, 2018) menunjukkan hasil bahwa batasan privasi diterapkan oleh pengguna akun *alter ego*. Menutup sebagian foto wajahnya pada foto yang dibagikan sebagai batasan kolektifnya dan di ketahui motif yang timbul pada pemilik akun *alter ego* adalah motif identitas diri, motif hubungan dan motif hiburan.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa media social twitter terkhusus *autobase* menjadi salah satu media sosial yang dapat di manfaatkan oleh para penggunanya untuk mengungkapkan diri. Namun, terdapat berbagai risiko yang harus dihadapi oleh pengguna

Twitter ketika melakukan keterbukaan diri, salah satunya adalah kebocoran privasi yang jika disalah gunakan dapat merugikan para pengguna (Nugrahani, 2021). Dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui manajemen privasi dari pengikut autobase @MahasiswaUMS ketika melakukan keterbukaan diri. Teori *communication privacy management* (CPM) mengungkapkan bahwa individu memiliki kuasa untuk mengendalikan informasi pribadinya. Kepemilikan menunjuk pada “batas privasi” di mana individu memiliki kontrol untuk melindungi informasi pribadinya (Rahma Hidayati & Irwansyah, 2021). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen privasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta ketika melakukan keterbukaan diri melalui akun *autobase* @MahasiswaUMS?

1.2 Teori Terkait

1.2.1 Keterbukaan diri (*Self Disclosure*)

Menurut Devito keterbukaan diri merupakan bentuk dari komunikasi, dimana individu melakukan proses pengungkapan informasi privat yang seharusnya disembunyikan justru di komunikasikan ke khalayak (Mardiana & Zi’ni, 2020). Pengungkapan diri adalah proses mengungkapkan reaksi atau tanggapan seseorang terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi guna memahami suatu tanggapan terhadap orang lain dan sebaliknya (Tamaraya & Ubaedullah, 2021).

Keterbukaan diri adalah tindakan seseorang untuk berbagi informasi pribadi yang biasanyadirahasiakan. Keterbukaan diri memiliki hubungan dialektika dengan privasi yang perlu di atur. Orang memerlukan pertimbangan risiko dan manfaat untuk memutuskan apakah mereka akan mengungkapkan atau tetap menyimpannya (Misoch, 2015). Menurut Jang dan Stefanone (2011) proses keterbukaan diri adalah sarana dimana orang-orang memberikan informasi pribadinya kepada orang lain seperti halnya, pikiran, perasaan, dan kebutuhan mereka. Pandangan tersebut menekankan sifat interaktif keterbukaan diri dengan menekankan bagaimana seseorang mengelola kebutuhan mereka untuk berkomunikasi mengenai diri mereka

Menurut (Prihantoro et al., 2020) Pengungkapan diri yang baik membuat seseorang lebih sadar akan tindakannya. Keterbukaan diri dan privasi dalam pengungkapan memiliki dua karakteristik deskriptif dan evaluatif. Seseorang yang bersifat deskriptif berbagi fakta tentang dirinya yang tidak diketahui orang lain. Sementara pengungkapan diri bersifat evaluatif, mengenai seseorang berbagi pendapat dan perasaan pribadi mereka (Febyantari et al., 2019).

Menurut ekasari (2003) Seseorang dapat mengekspresikan pikiran, emosi, aspirasi, dan hal-hal lain melalui keterbukaan diri. Seiring berjalannya waktu, praktik keterbukaan diri tatap muka yang biasa berkembang menjadi semakin meningkat terjadi di media sosial (Fauzia et al., 2019). Salah satu bentuk keterbukaan diri yang terjadi di media social adalah curhat mengenai emosi pribadi, twitter menjadi salah satu media social yang dimanfaatkan untuk ajang curhat, sikap tersebut menunjukkan bahwa individu melakukan curhat di twitter untuk melepaskan serta melampiaskan kegeliasaha yang sedang dihadapi (Tamaraya & Ubaedullah, 2021). Dengan melakukan keterbukaan diri melauai tulisan orang dapat memahami perasaan dan pikiran mereka dan melihat seberapa besar masalah yang mempengaruhinya. Mengungkapkan diri melalui tulisan merupakan proses individu untuk meningkatkan kesadaran akan diri sendiri, perasaan dan pikirannya, serta proses *healing* dalam arti tertentu (Cetinkaya, 2020).

1.2.2 Computer Mediated Communication

Computer-Mediated Communication (CMC) merupakan praktik komunikasi melalui komputer melibatkan lebih dari satu orang yang saling berinteraksi (Laksana & Fadhilah, 2021). Dalam literatur, penggunaan internet sebagai metode komunikasi dikenal sebagai CMC, dan mengacu pada hubungan antarpribadi yang terjadi dalam jaringan internet (Christopherson, 2007). Saling terhubung dengan banyak orang melalui internet saat ini merupakan hal yang menarik, komunikasi lintas jejaring sosial menjadi suatu perubahan yang dibawa oleh internet (Panjaitan et al., 2020).

Pesatnya arus informasi dan beragam jenis interaksi manusia adalah dampak dari teknologi yang canggih dan konsisten mengalami perkembangan. Orang-orang saat ini lebih banyak terhubung atau berkomunikasi melalui dunia maya, yang berarti bahwa komputer secara langsung memfasilitasi interaksi antarpribadi (Laksana & Fadhilah, 2021). Wealter (dalam Child et al., 2009) menunjukkan bagaimana karakteristik unik CMC memungkinkan pemeliharaan hubungan interpersonal dengan cara yang berbeda tetapi memiliki kepuasan yang sama dengan interaksi *Face to face*. Pola komunikasi masyarakat telah berubah sebagai akibat dari *Computer Mediated Communication*, seperti pola komunikasi yang dilakukan secara *face to face* sekarang dimungkinkan melalui media jejaring social (Kapriadi, 2020).

Hasil utama dari komunikasi yang dimediasi komputer adalah keterbukaan diri atau pengungkapan informasi pribadi kepada publik. Scott mengungkapkan bahwa pengungkapan diri kepada orang asing merupakan hasil khas dari anonimitas karena orang akan membagikan informasi pribadi kepada orang lain ketika mereka percaya bahwa mereka tidak dikenal (Clark-gordon et al., 2019).

Dari jenis komunikasi yang terjadi CMC memiliki dua tipe, yaitu *synchronous communication*, dimana komunikasi dilakukan secara *real-time* dan *asynchronous communication*, komunikasi dilakukan secara tidak *real time* (Muffiddah, 2012). Dengan media sosial memungkinkan pengguna untuk menampilkan sisi lain diri mereka. Sifat *asynchronous* yang dimiliki CMC memungkinkan pengguna memiliki waktu untuk mengelola dan mengontrol informasi yang akan dibagikan ke publik (Apriliani, 2020). Keterbukaan diri di twitter merupakan jenis komunikasi *asynchronous* hal tersebut membuat pengikut *autobase* yang ingin melakukan keterbukaan diri memiliki waktu untuk mengontrol informasi seperti apa yang ingin dibagikan sebelum mengirimkan *direct message* pada akun @MahasiswaUMS.

1.2.3 Teori *Communication Privacy Management* (CPM)

Teori *Communication Privacy Management* (CPM) disampaikan oleh sandra petronio dalam bukunya "*Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*" (Rahma Hidayati & Irwansyah, 2021). Sandra Petronio (2002) mendefinisikan *communication privacy management* sebagai teori praktis "Dibuat sebagai penjelasan terhadap masalah komunikatif mengenai privasi yang dihadapi oleh individu dalam kesehariannya" (Robinson, 2017). Teori *communication privacy management* (CPM) dikembangkan untuk menjelaskan proses pengungkapan informasi yang dilakukan individu ketika memutuskan apakah akan menyimpan atau membagikannya kepada orang lain (Mobolaji, 2021).

Menurut Sandra Petronio (2002) individu memandang diri mereka sebagai pemilik informasi pribadi yang mereka kendalikan berdasarkan seperangkat aturan privasi yang rumit dan pribadi (Gendered et al., 2020). Dasar dari teori *communication privacy management* merupakan gagasan mengenai sebuah batasan privasi. *Communication privacy management* (CPM) membedakan dua jenis batas privasi informasi: non-disclosure dan informasi kolektif (yaitu, informasi yang disembunyikan seseorang dari orang lain) dan informasi pribadi (yaitu, informasi yang diungkapkan seseorang kepada orang lain) (Lin & Lin, 2013).

Teori *Communication Privacy Management* (CPM) merupakan lensa di mana para sarjana menganalisis mengenai individu dalam mengelola informasi pribadi mereka dan proses negosiasi untuk membagikan informasi pribadi kepada orang lain (Mobolaji, 2021). Berbeda dengan teori lain yang mengasumsikan bahwa mengungkapkan diri merupakan cara utama dalam mengembangkan keintiman. Sandra Petronio menjelaskan bahwa terdapat berbagai motif untuk mengungkapkan informasi pribadi misalnya, keinginan untuk meringankan beban, menyangkal kesalahan, mendapatkan kendali, atau hanya sebagai ekspresi diri (Griffin et al., 2019).

Mayoritas dari pengguna media social sadar bahwa informasi pribadi yang mereka

bagikan tidak lagi hanya dibagikan dengan orang yang dikenal tetapi juga diterima oleh orang lain. Dengan itu teori CPM tidak hanya digunakan untuk meneliti interaksi antar manusia tetapi juga manajemen batas privasi antara komputer dengan manusia (Chung et al., 2021). Teori *communication privacy management* (CPM) membantu peneliti untuk melihat bagaimana proses negosiasi kompleks individu dalam memutuskan apa yang ingin disimpan dan apa yang diungkapkan mengenai informasi privat yang dibagikan melalui akun *autobase* @MahasiswaUMS. Konsep pengungkapan informasi dan privasi berhubungan erat dan *communication privacy management* (CPM) mengemukakan bahwa keputusan mengenai informasi apa yang akan diungkapkan atau disembunyikan tidak selalu langsung, akan tetapi melewati tindakan penyeimbangan berkelanjutan yang mengakibatkan "ketegangan dialektis", di mana individu harus melakukan pertimbangan manfaat terhadap risiko dalam mengungkapkan dan menyembunyikan informasi dari orang lain (Mansour, 2021).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Saifulloh Dan Andi Ernanda mengenai “Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego di Twitter”. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengguna akun alter ego memiliki hak dalam mengatur orang lain yang dapat melihat tweetnya. Proses ketegangan dilewati pengguna akun alter ego dalam mempertimbangkan untuk membagikan informasi pribadinya atau tetap menyembunyikannya. Batasan privat diterapkan oleh pengguna akun alter ego dengan tidak sepenuhnya menampilkan wajah dirinya dalam foto yang dibagikan. Dan di ketau adanya motif identitas diri, interaksi dan hiburan adalah motif yang muncul pada pengguna akun alter ego.

Teori Manajemen Privasi Komunikasi menawarkan lima asumsi yang menjadi dasar ; Pertama, Informasi pribadi menjelaskan individu memiliki kuasa atas informasi pribadinya. Sandra Petronio mengungkapkan bahwa informasi pribadi yang dibagikan kepada orang lain bersifat impersonal, berupa informasi mengenai orang lain dan tidak hanya terkait diri sendiri (Griffin et al., 2019). Asumsi ini membantu peneliti dalam mengelompokkan hal-hal yang masuk dalam informasi pribadi. Kedua, batasan privasi mengacu pada aturan privasi digunakan untuk mengontrol informasi pribadi. Individu mengembangkan dan menggunakan aturan privasi berdasarkan kriteria sesuai kepentingannya (Waters & Ackerman, 2011). Ketiga, Kontrol kepemilikan, mengungkapkan bahwa informasi pribadi yang dibagikan kepada orang lain yang ditargetkan menjadikan informasi pribadi menjadi milik publik. ketika individu membagikan informasi pribadinya kepada orang lain melalui keterbukaan diri, informasi tersebut akan menjadi milik kolektif (Child et al., 2009). Keempat, Sistem manajemen aturan menjelaskan ketika informasi pribadi dibagikan, penerima informasi berhak melakukan

perundingan mengenai aturan privasi yang disepakati (Child et al., 2009). Kelima, Manajemen privasi dialektika menjelaskan bahwa ada ketegangan antar pribadi. Ketegangan dialektika terjadi ketika individu memutuskan informasi seperti apa yang akan diungkapkan dan yang tidak diungkapkan (Waters & Ackerman, 2011).

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif berupaya untuk mendapatkan pemahaman yang general dari pandangan individu mengenai kenyataan sosial. Pemahaman tersebut didapatkan setelah menganalisis peristiwa yang menjadi fokus dari penelitian (Hediana & Winduwati, 2020). Dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif untuk mendeskripsikan serta mengkonstruksikan hasil dari wawancara yang mendalam pada subjek penelitian. peneliti akan mendeskripsikan bagaimana manajemen privasi pengikut autobase @MahasiswaUMS ketika melakukan keterbukaan diri.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*, dengan menentukan informan berdasarkan kriteria yang ditentukan peneliti (Dewi & Delliana, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti mencari kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian. Kriteria yang harus di penuhi oleh informan dalam penelitian ini meliputi, mahasiswa yang berasal dari berbagai prodi, aktif mengikuti autobase @MahasiswaUMS, mengirimkan *menfess* berupa keterbukaan diri yang kemudian di posting pengelola akun twitter @MahasiswaUMS minimal sebanyak dua kali serta bersedia untuk di wawancara mengenai terkait keterbukaan diri di autobase dan manajemen privasi mereka.

Tabel 1. Data Informan

Nama	Jenis Kelamin	Program Studi	Melakukan keterbukaan diri sebanyak
A	Perempuan	Ilmu Keperawatan	3 kali
D	Laki-Laki	Teknik Inforamatika	4 kali
L	Perempuan	Ilmu Komunikasi	5 kali
U	Laki-laki	Psikologi	5 kali

Peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu data primer yang datanya diperoleh peneliti secara langsung dengan mengumpulkan data melalui observasi pada tweet dalam akun twitter @MahasiswaUMS dan wawancara mendalam mengenai keterbukaan diri di autobase @MahasiswaUMS dan manajemen privasi mereka dengan Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Psikologi, Ilmu Keperawatan, dan Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta yang mengikuti akun twitter @MahasiswaUMS dan melakukan keterbukaan diri melalui akun autobase tersebut. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui jurnal-jurnal, dan buku yang berkaitan erat dengan penelitian yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data milik Miles dan Huberman. Aktivitas analisis data dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan data. Mengkoordinasikan data, pada tahap ini memilih dan memfokuskan bagian-bagian yang penting kemudian data di kelompokkan sesuai kelompoknya serta membuat kesimpulan. Pada penelitian ini validitas data menggunakan triangulasi untuk menguji keabsahan data. Triangulasi merupakan pengumpulan data melalui macam-macam teknik pengumpulan data serta sumber data yang sudah tersedia (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data untuk meningkatkan pemahaman dan menggali kebenaran dari informan melalui berbagai sumber data yang dikumpulkan. Triangulasi sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi pada twitter autobase @MahasiswaUMS dan wawancara dengan empat mahasiswa dari program studi yang berbeda antara lain, Ilmu Komunikasi, Informatika, Ilmu Keperawatan, Psikologi dan jurnal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara dan observasi melalui empat informan yang merupakan pengikut autobase @MahasiswaUMS dari jurusan yang berbeda yaitu Ilmu Komunikasi, Informatika, Keperawatan dan Psikologi. Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi melalui informan, peneliti akan memberikan analisis pembahasan mengenai bagaimana manajemen privasi dari pengguna *autobase* @MahasiswaUMS ketika melakukan keterbukaan diri. Karena adanya tuntutan dari informan yang tidak ingin namanya diungkap, identitas para informan tidak bisa diungkapkan dalam penelitian ini. Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara melalui informan, peneliti akan memberikan kesimpulan dan memaparkan bagaimana manajemen privasi dari pengikut *autobase* @MahasiswaUMS ketika melakukan keterbukaan diri. Melalui wawancara yang dilakukan dengan keempat informan, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa meskipun autobase @MahasiswaUMS merupakan forum yang bersifat anonim, pengguna memiliki kekhawatiran ketika melakukan keterbukaan diri mengenai informasi yang mereka bagikan. Sehingga para informan melakukan proses manajemen privasi ketika

melakukan keterbukaan diri dengan menerapkan aturan-aturan privasinya. Berikut peneliti akan memberikan penjabaran mengenai hasil temuankedalam lima sub unit analisis secara induktif sesuai dengan teori *communication privacy management* (CPM) yang dikembangkan Sandra petronio yaitu, informasi privat, batasan privat, kontrol dan kepemilikan, sistem manajemen berdasarkan aturanserta manajemen dialektika.

3.1.1 Informasi privat

Menurut Petronio informasi privat tidak hanya mengenai diri sendiri melainkan dapat berupa informasi mengenai orang lain dan informasi yang bersifat impersonal (Griffin et al., 2019). Teori *communication privacy management* (CPM) sebagian besar berfokus pada pengungkapan privasi. Informasi privat disini merujuk pada hal-hal yang dianggap penting oleh informan (Zurbriggen et al., 2016).

Informan U dan D mengungkapkan melakukan keterbukaan diri dengan membagikan informasi privatnya mengenai perasaan yang sedang di rasakan melalui autobase @MahasisiwaUMS.

“Kalo pacar karna aku gak punya jadi biasanya aku gebetan gitu sih, kok orang yang aku deketin gini banget sih, apakah emang biasanya kayak gitu. sebagai orang apa gitu, karna aku kan suka zodiak juga kadang aku juga, ih cowok cancer kayak gini bgt sih gitu” (informan U) (wawancara dengan informan U pada, 29 desember 2021)

Sedangkan informan D mengatakan:

“Informasi pribadi itu kayak apa saja yang sedang kita rasakan saat ini mungkin misalnya masalah, hubungan dengan orang lain atau kayak kita lagi misalnya kita lagi sakit dengan gejala seperti ini terus apakah ini sakit yang lagi umum atau terjadi atau bagaimana begitu

...kadang ada masalah tentang percintaan kadang ada masalah kuliah kesehatan ataupun, isu-isu yang lagi rame yang bisa dibahas di base begitu... kita juga bisa mencurahkan pikiran kita atau pendapat kita di base begitu” (Informan D) (wawancara dengan informanD pada, 30 desesMBER 2021)



Gambar 3 *menfess yang dikirimkan informan D*

Screenshot tweet diatas merupakan sebagian *menfess* yang dikirimkan oleh informan D mengenai perasaan yang sedang ia rasakan dan menanyakan ke pengguna autobase lain apakah pernah merasakan hal sama. Informan D mengirimkan tweet tersebut berharap pengguna lain dapat memberikan dukungan atau saran yang dapat membuatnya lega.

Menurut informan U alamat tempat tinggal, jurusan, dan nomor induk mahasiswa merupakan Sebagian dari informasi privat yang tidak ingin ia bagikan ke publik karena masuk dalam batas personal yang ingin ia simpan. Sedangkan perasaan yang sedang di rasakan merupakan sebagian informasi privat yang ia bagikan ketika melakukan keterbukaan diri dalam autobase @MahasiswaUMS. Sedangkan menurut informan D, ia membagikan informasi privatnya berupa masalah-masalah yang sedang dihadapi, pikiran yang mengganggu, dan terkadang mengirimkan pertanyaan yang membutuhkan respon dari orang banyak, pada *real life* ia tidak mendapatkan jawaban dari pertanyaannya sehingga ia membawanya ke autobase.

Berdasarkan dengan data yang diperoleh melalui keempat informan peneliti dapat memahami bahwa informan membagikan sebagian informasi privatnya ketika melakukan keterbukaan diri di autobase @MahasiswaUMS. Informasi privat yang dibagikan adalah apa yang sedang dirasakan, dipikiran yang tidak ingin diungkapkan pada akun pribadi, masalah yang sedang dihadapi, hal- hal mengenai percintaan dan pertemanan. Informan juga membagikan pertanyaan-pertanyaan yang menurut mereka merupakan hal privat namun membutuhkan opini atau dukungan dari orang banyak.

Para informan menganggap *autobase* @MahasiswaUMS sebagai media untuk mengeluarkan unek-unek, sarana curhat mahasiswa dan wadah untuk mendapatkan informasi. Semua informan mengaku bahwa mereka juga melakukan keterbukaan diri pada akun twitter pribadi mereka.

“Keterbukaan diri justru seringnya di akun pribadi kau merasa di akun pribadi jadi tempat untuk aku berekspresi namun harus sesuai batasannya nah perbedaannya itu tadi karna *autobase* itu kan bakalan jadi konsumsi publik maksudnya karna followersnya banyak kalo di akun pribadi lebih fleksibel bisa lebih luwes kalo mau mengekspresikan diri”(informan A) (wawancara dengan informan A pada, 10 desember 2021)

Informan A mengaku lebih sering membagikan informasi pribadinya pada akun pribadi karena ia menganggap bahwa pada akun pribadinya dapat lebih mengekspresikan diri karena pengikut akunya sedikit, tetapi ketika ia ingin mendapatkan dukungan dari orang banyak maka ia akan memilih melakukan keterbukaan diri pada *autobase* @MahasiswaUMS. sedangkan informan D mengaku tidak pernah membagikan informasi privatnya ke akun twitter pribadinya.

“Keterbukaan diri di akun pribadi itu lebih ke hal-hal yang umum ya, ngak pernah ke hal sensitif jadi kayak konsumsi publik yang benar-benar aman dikonsumsi publik...milih ke *autobase* yang mana lebih aman untuk kesehatan mental walaupun dihujat orang gak langsung hujat ke kita ”(informan D) (wawancara dengan informan D pada, 30 desember 2021)

Yang menjadi perbedaan ketika melakukan keterbukaan diri pada *autobase* @MahasiswaUMS dan akun pribadi adalah konten yang dibagikan. Menurut informan D ia tidak pernah membagikan informasi privatnya pada akun twitter pribadinya karena ia merasa lebih nyaman untuk membagikan permasalahan pribadinya pada akun *autobase* @MahasiswaUMS. sedangkan menurut informan A, ia mengaku lebih sering melakukan keterbukaan diri pada akun pribadinya dibandingkan *autobase*. Ia mengungkapkan bahwa untuk membagikan permasalahan yang lebih spesifik ia lebih memilih untuk membagikannya di akun pribadi, sedangkan ketika ia membutuhkan apresiasi dan respon yang lebih banyak dan dapat membuat lega ia akan menggunakan *autobase* @MahasiswaUMS untuk melakukan keterbukaan diri. Pada penelitian (Hamzah & Putri, 2020) juga mengatakan bahwa pengakuan sosial berupa kata-kata pujian dari orang lain dapat memberikan rasa senang.

Dari pernyataan yang diberikan informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa informasi privat yang dibagikan informan ketika melakukan keterbukaan diri di *autobase* @mahasiswaums berupa masalah yang sedang dihadapi, perasaan, pikiran, hal-hal mengenai kebutuhan mereka, hubungan percintaan, dan pertemanan. Mereka memiliki kepercayaan dengan membagikan informasi pribadi melalui akun anonim, karena dengan akun anonim informan merasa dapat mengekspresikan dirinya, menampilkan sisi lain dari dirinya, tanpa rasa

takut dan malu dapat mengungkapkan perasaannya atau beban yang sedang dihadapinya untuk mendapat dukungan dan pendapat dari orang lain tanpa perlu memperlihatkan identitas pribadinya. Pada penelitian sebelumnya oleh (Saifulloh & Emenda, 2018) menjelaskan bahwa orang-orang cenderung memilih melakukan keterbukaan diri melalui akun anonim karena identitas mereka tidak di ketahui. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Mardiana & Zi'ni, 2020) bahwa suatu kepribadian dan sifat setiap individu tidak sama, terdapat individu yang mudah untuk membagikan perasaan serta pemikirannya ada juga orang-orang yang malu untuk membagikannya. Sehingga dengan melakukan keterbukaan diri pada akun anonim pengguna dapat merasakan kebebasan untuk membagikannya.

3.1.2 Batasan privat

Dalam *Communication Privacy Management* (CPM) privasi didefinisikan sebagai proses dimana individu membuka dan menutup batas dengan orang lain, batas privasi merujuk pada batasan personal dan batasan kolektif (Zlatolas et al., 2019). Dari data yang ditemukan ketika melakukan wawancara dengan informan, peneliti menemukan bahwa semua informan membentuk batasan privasi. Batasan privasi mengacu pada informasi yang ingin tetap disimpan dan informasi yang ingin dibagikan ke publik (Chung et al., 2021). Semua informan menganggap batas privasi menjadi hal penting untuk dilakukan ketika melakukan keterbukaan diri dalam autobase @mahasiswaums, karena meskipun autobase tersebut merupakan forum berbasis anonim informan memiliki kewaspadaan untuk menjaga identitasnya agar tetap aman. Informan A, L dan D mengaku merupakan seseorang yang memperhatikan batasan personal dan publik ketika melakukan keterbukaan diri di autobase @mahasiswaums.

“Kalo aku tetap memperhatikan itu ya meskipun itu menfess kita enggak ketahuan identitas diri namun menurutku hal-hal personal itu harus tetap dijaga gitu lho” (Informan A) (wawancara dengan informan A pada, 10 desember 2021)

Sedangkan informan D mengatakan:

“Yaitu kan tempat publik dan kita kan butuh pendapat tapi untuk batasan personal ya harus tetap dirahasiakan mungkin cuma pakai inisial jadi pastinya untuk merahasiakan personalnya itu tetap dirahasiakan jadi mungkin pakai inisial atau doiku atau apa gitu” (informan D) (wawancara dengan informan D pada, 30 desember 2021)

Di sisi lain informan L mengatakan:

“Iya bahkan mau ngirim itu aku pikir dua kali lah misal, eh aku pengen kirim ini, ini cocok enggak ya kalo dikirim, soalnya kan ini ngira-ngira jawaban mereka juga begitu lho” (informan L) (wawancara dengan informan L pada, 26 november 2021)

Jawaban berbeda diberikan oleh informan U

“Fifty-fifty kali ya kayak ada hal-hal yang enggak aku jabarin secara langsung kek identitasku, secara fokusnya kayak gimana, juga ada yg kayak menunjukanoh aku lagi di lokasi ini aku tinggalnya di daerah ini kaya gitu, tapi itu enggak menunjukan aku

gitu, cuman sebagai sender aja gitu, senderkan secara umum”(wawancara dengan informan U pada, 29 desember 2021)

Menurut petronio ketika seorang individu terlibat dalam keterbukaan diri maka informasi yang ia bagikan berubah dari milik pribadi menjadi milik bersama (Chennamaneni & Taneja, 2015). Informan U mengatakan bahwa informasi privat yang ia bagikan ke publik sudah milik bersama sehingga ia menganggap tidak memperlakukan ketika mengirimkan tweet yang berisi lokasi dimana dia berada akan tetapi tidak menjelaskan secara rinci.

Terdapat beberapa poin penting yang masuk dalam batasan privat yang dibentuk oleh keempat informan antara lain adalah, nama, nim, nama dosen, alamat rumah, dan wajah. ketika mengirimkan menfess, para informan tidak sedikitpun membagikan kiriman yang berpotensi terlihat siapa pengirimnya. Perasaan menjadi anonim dan merasa tidak dapat diidentifikasi menjadi suatu masalah dalam komunikasi online yang membawa mayoritas pengguna pada keyakinan yang salah bahwa membocorkan informasi pribadi secara online itu aman (Robinson, 2017). Hal tersebut menjadi kewaspadaan informan ketika melakukan keterbukaan diri sehingga perlu membangun batas privasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Indriyani et al., 2021) yang berjudul *Manajemen Privasi di New Media* menunjukkan bahwa batasan privat yang dimiliki informan berisi informasi privat yang tidak ingin dibagikan ke publik antara lain, masalah pribadi, keluarga, nomor hp, alamat email, dan status hubungan.

3.1.3 Kontrol dan kepemilikan

Teori *communication privacy management* (CPM) menyatakan kontrol privasi sangat penting bagi suatu individu, dimana pengguna memiliki opsi untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadinya ketika melakukan keterbukaan diri (Zlatolas et al., 2019). Menurut petronio kontrol privasi adalah mengelola akses informasi melalui pengembangan dan penyesuaian. Pengguna media sosial dapat melakukan kontrol privasi dengan membuat akun menjadi public atau pribadi dan menentukan konten seperti apa yang pantas untuk di bagikan dalam forum online (Hollenbaugh, 2019).

Kontrol privasi individu dapat diwujudkan melalui aturan yang memandu manajemen informasi dan interaksi (Bélanger & James, 2020). Ketika diterapkan di media sosial, individu membuat keputusan mengenai seberapa ketat mereka dapat mengontrol batas-batas mereka dan siapa yang diizinkan masuk ke dalam jaringan teman atau pengikut mereka sebagai calon pemilik informasi pribadi mereka (Hollenbaugh, 2019). Hal tersebut sesuai dengan sistem yang dimiliki oleh autobase @MahasiswaUMS. Meskipun Autobase merupakan forum online yang bersifat anonim, akun tersebut tetap membuat peraturan yang harus dipatuhi oleh

penggunanya.

Menurut hasil wawancara dengan informan D mengenai bagaimana mengontrol informasi yang dibagikan di autobase:

“...cara aku mengatur informasi pribadi yang aku kirimkan ke autobase itu.. misalnya aku mengirim sesuatu tapi menyangkut orang lain, nah orang yang tersangkut dalam tulisan aku itu tetap anonim jadi enggak tau siapa orangnya karena itu nanti bisa menimbulkan efek jangka panjang ya bisa uu ite, bisa orang yang dimaksud enggak terima, terus malah yang tadinya kita mau mencari solusi eh malah kita dapat” (informan D) (wawancara dengan informan D pada, 30 desember 2021)

Menurut informan D ketika informasi pribadi yang dibagikan ke autobase secara otomatis menjadi milik publik, jadi untuk mengontrol informasi tersebut informan D menghindari menuliskan tweet yang berisikan ujaran kebencian dan hal-hal yang mengandung SARA agar terhindar pelanggaran UU ITE. Dan jika mengirimkan tweet mengenai orang lain, informan D akan tetap melindungi identitasnya agar tetap anonim, hal tersebut dilakukan untuk menghindari konflik yang kapan saja bisa terjadi. Sedangkan menurut informan A untuk mengontrol informasi pribadi yang akan diungkapkan di autobase dengan tidak menuliskan identitas dirinya sendiri dan orang lain.

Jawaban selaras juga diberikan oleh informan L, ia mengaku melakukan seleksi terlebih dahulu mengenai informasi yang akan dibagikan ke publik

“Caranya dengan menyadari ini penting enggak sih untuk dikirim, terus kita dapat feedbacknya bagaimana kalo kita ngirim ini, apa malah kita dapat hujatanntar kan seringkan sekarang kayak kirim dibase chat yang romantis begitu sama pacarnya sedangkan yang komen yang replay rata-rata itu mereka pada kayak halah habis ini putus kayak kemaren teman ku habis kayak gitu pasti putus begitu” (Informan L) (wawancara dengan informan L pada, 26 november 2021)

Berbeda cara mengontrol informasi privat yang dibagikan di akun pribadi dengan autobase. Pada akun pribadi informan dapat memanfaatkan fitur kunci akun, mengontrol siapa saja yang dapat melihat dan memberikan komentar pada *tweetnya* berbeda pada *autobase* yang merupakan forum online bersifat anonim. Pesan yang dikirimkan pada autobase hanya bisa dibatalkan dalam kurung waktu lima belas menit, setelah itu hanya admin yang dapat menghapusnya. Upaya informan untuk menjaga agar tetap anonim dengan tidak berinteraksi pada *tweet* yang dikirimkan. Karena semua informan menggunakan identitas berupa nama dan foto asli pada akun twitter pribadinya, sehingga mereka hanya memantau komentar pada *tweet* yang dikirimkan saja. Tetapi jawaban berbeda diberikan oleh informan L, ia mengaku melakukan interaksi pada *tweet* yang ia kirimkan namun seolah-olah menjadi orang lain.

Setelah melakukan wawancara dengan ke empat informan peneliti dapat

menyimpulkan bahwa informan mengontrol privasi mereka dengan menentukan informasi seperti apa yang pantas untuk dibagikan dalam autobase dan tidak melanggar *rules* agar komunikasi dalam *autobase* tetap berjalan. Para informan menghindari membawa nama orang lain dalam tweet yang mereka kirimkan, mereka hanya menggunakan inisial untuk tetap menjaga identitasnya agar tidak bocor. Upaya tersebut dilakukan oleh informan untuk membuat proses keterbukaan diri pada autobase @MahasiswaUMS dapat berjalan dengan aman dan nyaman. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ary Satria & Kusumaningtyas, 2022) dengan judul *Manajemen Privasi Akun Model Hijab Di Media Social Instagram* memiliki hasil yang sama penelitian ini, dimana informan melakukan kontrol ketika membagikan informasi yang mereka anggap privat dengan mengontrol konten yang dibagikan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kamilah & Lestari, 2020) yang berjudul *Manajemen Privasi Pada Pengguna Media Social Instagram* menunjukkan bahwa mereka lebih memilih menggunakan fitur *close friend* dan membuat akun kedua Instagram untuk membagikan informasi privat mereka secara leluasa.

3.1.4 Sistem manajemen berdasarkan aturan

Untuk melindungi kontrol informasi yang dibagikan seseorang perlu menggunakan dan mengembangkan aturan privasi untuk menetapkan apakah dan kapan perlu mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi (Zurbriggen et al., 2016).

a. Karakteristik aturan privasi

Setelah melakukan wawancara dengan informan peneliti dapat melihat bahwa keterbukaan diri yang dilakukan oleh keempat informan di autobase @mahasiswaums dipengaruhi oleh beberapa hal. Para informan memiliki beragam alasan tersendiri mengapa memilih membagikan informasi pribadinya pada autobase @MahasiswaUMS. Hal tersebut sesuai dengan teori *communication privacy management* (CPM) yang menjelaskan terdapat lima kriteria seperti budaya, jenis kelamin, motivasi, konteks dan risiko manfaat yang memiliki peran penting dalam mengembangkan aturan privasi yang dibangun oleh seseorang.

Kriteria yang pertama adalah budaya pada penelitian ini, budaya menjadi bagian proses dari penentuan keterbukaan diri oleh informan pada akun autobase @MahasiswaUMS. Menurut informan D, *autobase* @MahasiswaUMS merupakan milik mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang mayoritas berasal dari Jawa sehingga ketika membagikan permasalahan yang sedang dihadapi akan ada yang satu rasa, paham mengenai masalahnya sehingga akan timbul rasa peduli atau prihatin. Sedangkan informan U dan A beranggapan bahwa para pengguna autobase memiliki budaya yang sama karena berada dalam satu lingkup Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kriteria yang kedua merupakan motivasi, motivasi merupakan penentu yang sangat penting bagi keinginan untuk membagikan informasi pribadi pada komunikasi online (Misoch, 2015). Pada penelitian ini kriteria motivasi menjadi yang paling terlihat dalam pengembangan aturan privasi oleh informan. Motivasi yang mendasari informan melakukan manajemen privasi ketika melakukan keterbukaan diri pada autobase @MahasiswaUMS karena ingin membagikan informasi pribadi yang tidak bisa dibagikan di akun pribadinya dan meringankan beban masalah yang sedang dihadapi dengan aman karena autobase bersifat anonim sehingga identitas pengirim tidak diketahui. Hal tersebut selaras dengan apa yang diungkapkan oleh informan D.

“... kadang jadi manusia itu pengen mengeluarkan unek-unek ya, apa yang ada di dalam pikiran kita tapi kadang kita malu untuk mengeluarkan hal tersebut jadi di autobase itu kita bisa ngeluarin unek-unek tapi kita sebagai anonymous gak adayang tahu identitas kita dan rasanya plong begitu dan kita juga bisa kayak mencari pendapat orang lain tapi tanpa kita harus malu juga, disaat kita lagi butuh pendapat kita lagi mengalami suatu masalah kita butuh pendapat” (informan D) (wawancara dengan informan D pada, 30 desember 2021)

Kemudian kriteria *gender*, kebijaksanaan populer menunjukkan bahwa wanita lebih banyak mengungkapkan daripada pria (Griffin et al., 2019). Pada penelitian ini perempuan lebih berani untuk melakukan keterbukaan diri baik pada akun twitter pribadinya ataupun *autobase*. Sedangkan laki-laki memiliki rasa malu ketika mengungkapkan masalah privasinya pada akun pribadi sehingga lebih memilih *autobase*.

Kriteria keempat adalah kontekstual yang mempengaruhi keputusan yang diambil oleh seorang individu ketika membagikan informasi pribadinya (Liu & Wang, 2018). Pada penelitian ini konteks dari informasi yang dibagikan merupakan hal yang menjadi pertimbangan bagi informan ketika akan melakukan keterbukaan diri pada *autobase* @MahasiswaUMS. Dalam penelitian ini informan lebih memilih membagikan informasi yang sesuai dengan *rules* yang sudah ditetapkan oleh admin agar tidak menimbulkan kegaduhan pada *autobase*.

Kriteria selanjutnya adalah risiko manfaat, Teori *communication privacy management* (CPM) menjelaskan bahwa individu menggunakan pertimbangan risiko dan manfaat untuk memutuskan apakah mereka akan membagikan informasi privatnya atau tetap menyimpannya

(Misoch, 2015). Ketika individu percaya bahwa pengungkapan diri secara online memiliki risiko dengan itu mereka percaya bahwa batasan yang dimiliki akan membantu meminimalkan risiko (Posey et al., 2010). Pada penelitian (DeGroot & Vik, 2017) mengatakan aspek gaib mengurangi kesadaran seseorang pada kehadiran dan reaksi orang lain serta mengurangi risiko yang dirasakan dari pengungkapan informasi. Namun pada penelitian ini informan sadar adanya risiko ketika melakukan keterbukaan diri pada forum online berbasis anonim sehingga mereka membangun batasan-batasan yang dapat menghindari risiko yang datang kapan saja.

b. Batas koordinasi

Batas koordinasi merupakan permohonan dalam menegosiasikan batas kolektif yang dibentuk bersama-sama oleh pengguna lain dari autobase @MahasiswaUMS dalam melakukan keterbukaan diri. Teori *communication privacy management* (CPM) menunjukkan bahwa individu mengoordinasikan batasan dengan komunikator lain tergantung pada manfaat pengungkapan dirinya (Posey et al., 2010).

Batas-batas tersebut diinginkan untuk menurunkan risiko privasi dan manfaat pengungkapan yang ingin didapatkan. Aturan perlindungan privasi individu dan kelompok diperlukan untuk mendapatkan kontrol data yang lebih baik. Pada umumnya setiap autobase membuat aturan yang harus disetujui oleh pengguna lain. Pada autobase @MahasiswaUMS terdapat *rules* yang harus diperhatikan ketika melakukan keterbukaan diri. *Rules* tersebut yang akan membantu menjaga berlangsungnya proses keterbukaan diri.



Gambar 4 Peraturan yang ditetapkan oleh admin autobase @mahasiswaums.

Sesuai data observasi yang dilakukan pada akun autobase @MahasiswaUMS ketika terdapat pengguna yang melanggar aturan yang ditetapkan akan mendapatkan teguran dari admin dan pengguna lain, jika tweet yang dikirim tersebut sudah tidak bisa ditoleransi, admin akan melakukan *block* pada pengirim yang melanggar *rules*. Sehingga pelaku tidak dapat melakukan keterbukaan diri lagi di *autobase* @MahasiswaUMS. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari informan L.

“tiap ada base ada satpamnya jadi dia patroli kalo tweet ini bermasalah begitu lho, nah itu kalo tweet bermasalah kalo belum sensor data orang yang bersangkutan itu bakal diblokir dari base nya jadi dia enggak bisa ngirim lagi”(Informan L) (wawancara dengan informan L, pada 26 november 2021)

Keempat informan mengaku menaati semua peraturan yang telah ditetapkan oleh admin dari *autobase* @MahasiswaUMS. Dengan adanya aturan-aturan yang disepakati tersebut akan membantu meningkatkan kepercayaan antara pengguna autobase yang ingin melakukan keterbukaan diri dan membuat proses keterbukaan diri di *autobase* @MahasiswaUMS berjalan dengan lancar.

c. Batas turbulensi

Batas turbulensi dapat terjadi ketika aturan-aturan yang dikoordinasikan sebelumnya tidak berhasil sehingga muncul sebuah konflik. Menurut teori *Communication Privacy Management* (CPM) hal yang menjadi sebab dari timbulnya turbulensi dalam proses keterbukaan diri adalah batas yang tidak jelas, pelanggaran yang secara sengaja dilakukan dan suatu kesalahan (Indriyani et al., 2021).

Bocornya identitas diri dari pengirim ke pengguna lain ketika melakukan keterbukaan diri dalam *autobase* menjadi hal yang mungkin terjadi. Para informan yang menjaga identitas dirinya dengan membangun aturan batasannya tidak menjamin identitasnya akan tetap aman. Turbelensi yang sering ditemukan pada *autobase* @MahasiswaUMS adalah pengirim yang mengirimkan *menfess* berkaitan dengan joki TOEP dan bocornya identitas pengirim, namun pada penelitian ini informan mengaku tidak mengalami turbulensi yang dapat membocorkan identitas mereka.

3.1.5 Manajemen dialektika

Ketegangan antara keinginan untuk membagikan atau menyimpan informasi pribadinya dapat terjadi ketika seseorang ingin melakukan keterbukaan diri. Ketegangan juga dirasakan oleh informan yang melakukan keterbukaan diri di *autobase* @MahasiswaUMS.

Hasil wawancara dengan informan:

“Yang pertama penting enggaknya, patut enggaknya terus kayak tingkatan sih kayak penting enggaknya info ini, penting enggak sih dapet respon dari orang-orang, pertimbangan internal diri saja, Aku ngerasa takut kena salty, dijulidin orang lain nanti

bikin pusing” (informan L) (wawancara dengan informan L pada, 26 november 2021)
Sedangkan informan U mengatakan:

“Apakah yang aku kirim itu sesuai dengan rules, satu-satunya pertimbangan yaa apakah sesuai dengan rules dan ngak bikin adminnya marah atau gimana. Trus ini terlalu eksplisit nih ngungkapin tentang informasi pribadi aku ya kalo curhat yang gak perlu atau vulgar, jadi aku ngak jadi kirim, enggak deh” (informan U) (wawancara dengan informan U pada, 29 desember 2021)

Informan L mengaku mengalami ketegangan sebelum membagikan informasi pribadinya, sebelum mengirimkan ke *autobase* @MahasiswaUMS informan melakukan pertimbangan terlebih dahulu, tidak begitu saja mengirimkan informasi pribadinya. Pertimbangan yang dilakukan Informan L ketika memutuskan untuk melakukan keterbukaan diri pada *autobase* @MahasiswaUMS adalah, apakah informasi pribadi yang akan ia bagikan tersebut pantas untuk dilihat orang lain dan apakah perlu untuk mendapatkan respon dari publik. Sedangkan Pertimbangan yang dilakukan oleh informan U yaitu apakah informasi yang ingin ia kirimkan tersebut sesuai dengan *rules* yang sudah ditetapkan dan jika informasi yang ia kirimkan terlalu jelas dan vulgar maka ia tidak jadi mengirimkannya.

“... waktu aku baca aku teliti begitu terlalu pribadi atau terlalu spesifik nanti ketahuan siapa orangnya begitu, udah lah enggak jadi daripada berisiko jadi aku menghindari risiko-risiko yang ada begitu, Paling under menit ya jadi udh di ketik terus dipikir ini nanti kayaknya mengundang kerusuhan gak ya ini terlalu gamblang terus nanti gimana-gimana...” (informan D) (wawancara dengan informan D pada, 30 desember 2021)

Informan D melakukan pengolahan tersendiri untuk meyakinkan apakah akan mengungkapkan informasi pribadi tersebut ke *autobase*. Informan D tidak secara langsung mengirim informasi pribadinya, ia meneliti terlebih dahulu apakah informasi yang akan ia bagikan akan berisiko dan terlalu spesifik yang nantinya pengguna lain dapat jelas menebak siapa pengirimnya.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa semua informan mengalami ketegangan dialektik ketika akan melakukan keterbukaan diri pada akun *autobase* @MahasiswaUMS, ketegangan tersebut timbul karena adanya rasa takut jika apa yang mereka bagikan menimbulkan kerusuhan, sehingga para informan menimbanginya terlebih dahulu. Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ary Satria & Kusumaningtyas, 2022) dimana informan memiliki ketegangan dialektik ketika akan membuka diri pada orang lain. Masing-masing informan memiliki rasa cemas dan ketegangan dalam mengungkapkan informasi pada akun instagramnya karena adanya nilai dan kontradiksi dari orang lain.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan pemaparan analisis di atas oleh peneliti, dapat melihat bahwa informan yang melangsungkan keterbukaan diri pada *autobase* @MahasiswaUMS melakukan manajemen aturan privasi dengan melalui lima proses asumsi dasar yang diusulkan oleh Waters dan Ackerman (2011). Lima asumsi dasar tersebut diantaranya, informasi privat, batasan privat, kontrol dan kepemilikan, sistem manajemen aturan dan manajemen dialektika. Informasi privat, melalui data yang didapatkan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa informasi privat yang informan bagikan ketika melakukan keterbukaan diri di *autobase* @mahasiswaums antara lain mengenai perasaan yang sedang dirasakan, pikiran yang sedang mengganggu serta permasalahan yang memerlukan solusi. Sesuai dalam teori *Communication privacy manajemen* (CPM), Petronio mengungkapkan bahwa informasi privat bukan hanya mengenai diri kita sendiri melainkan dapat berupa informasi mengenai orang lain dan informasi yang bersifat impersonal (Griffin et al., 2019). Hal ini selaras dengan apa yang dikemukakan oleh informan bahwa terkadang mengirim *menfess* bukan hanya mengenai dirinya sendiri tetapi juga menyangkut orang lain. Melalui CMC memungkinkan seseorang untuk melakukan keterbukaan diri mengenai informasi privatnya. Dengan system yang dimiliki CPM memungkinkan untuk menyembunyikan identitas pengirim. Pada *autobase* @MahasiswaUMS pengirim dan pesan terpisah sehingga identitas pribadi sulit untuk diidentifikasi. Hal tersebut yang menjadikan informan secara sukarela membagikan informasi privatnya kepada publik.

Ketika memutuskan untuk melakukan keterbukaan diri di *autobase* @MahasiswaUMS informan membangun batasan privatnya. Tingkat batasan privasi yang berbeda diterapkan dalam konteks yang berbeda untuk mengelola privasi secara efektif, sehingga pemilik informasi akan terus menyesuaikan batasan-batasan untuk mencapai keseimbangan ketika melakukan keterbukaan diri agar terhindar dari bocornya privasi (Chung et al., 2021). Pada penelitian ini informasi yang masuk dalam batasan privat milik informan antara lain, nama, nim, alamat rumah dan wajah. Ketika melakukan keterbukaan diri di *autobase* @mahasiswaums, informan tidak akan pernah membagikan *tweet* yang melibatkan hal-hal tersebut. Ketika seseorang memilih tetap menyimpan informasi pribadinya dengan tidak membagikan ke publik, maka batasan tersebut merupakan batasan personal. Sehingga ketika pengguna *autobase* lain menanyakan di kolom komentar mengenai hal tersebut, mereka tidak akan membagikan informasi tersebut. Hal tersebut dilakukan informan sebagai upaya untuk kenyamanan ketika melakukan keterbukaan diri dan melindungi identitas dirinya agar tidak bocor ke publik. Meskipun *autobase* bersifat anonim, informan masih memiliki kekhawatiran terhadap informasi privat yang telah dibagikan sehingga informan merasa perlu membangun batasan privat untuk

menjaga identitasnya agar tetap aman. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saifulloh & Ernanda, 2018) yang berjudul “*Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego*” dengan hasil “Informan menerapkan batasan privat dalam menggunakan akun alter egonya, meskipun sudah percaya dengan pengguna akun alterego yang lain akan tetapi suatu masalah dapat timbul kapan saja”.

Kepemilikan informasi menjadi hal penting ketika mengungkapkan diri dalam forum online, ketika individu memilih membagikan informasi secara langsung informasi tersebut menjadi milik publik (Zlatolas et al., 2019). Meskipun informasi privat yang mereka bagikan telah menjadi milik publik, informan memiliki keinginan untuk tetap mengontrolnya. Dari data yang diperoleh di ketauai bagaimana cara informan melakukan kontrol terhadap informasi privat yang telah di bagikan ke publik antara lain dengan memperhatikan kembali pesan yang akan di bagikan ke autobase @MahasiswaUMS apakah pesan yang dibagikan mengandung perkataan yang dapat menimbulkan masalah dan sesuai *rules* yang diterapkan oleh admin, jikadirasa menfess yang akan dikirimkan berpotensi melanggar rules maka informan tidak jadi mengirimnya kemudian informan juga memantau *tweet* yang sudah terkirim secara berkala untuk melihat respon yang diberikan oleh pengikut autobase @MahasiswaUMS yang lain. Pada teori *Communication privacy manajemen (CPM)*, yang menjadi dasar mengenai aturan, dapat dipahami setiap individu memiliki aturan sendiri dalam mengelola informasi privat mereka (Dianiya, 2021). Hal ini sesuai dengan temuan dalam penelitian yang berjudul “*Manajemen Privasi pada Pengguna Media Social Instagram*”, dimana para informan melakukan kontrol ketika membagikan informasi yang dianggap privat dengan caranya tersendiri (Kamilah & Lestari, 2020).

Pada penelitian ini ketika melakukan keterbukaan diri informan melewati sistem manajemen aturan antaranya, karakteristik aturan, batas koordinasi, dan batasan turbulensi. Kriteria motivasi menjadi hal yang paling terlihat dalam penelitian ini. Motivasi yang mendasari informan melakukan keterbukaan diri adalah keinginan untuk meringankan beban yang sedang dihadapi dengan membagikannya ke autobase @MahasiswaUMS untuk mendapatkan respon dan dukungan dari orang lain agar merasa lega. Untuk kriteria gender pada penelitian dibandingkan laki-laki, perempuan lebih berani melakukan keterbukaan diri baik pada akun pribadi ataupun pada autobase. Kriteria kontekstual pada penelitian ini adalah hal yang menjadi pertimbangan informan, dimana keterbukaan diri dilakukan ketika menghadapi situasi tertentu yang mengharuskan informan melakukannya. Kriteria terakhir adalah resiko dan manfaat, Ketika melakukan keterbukaan diri para informan sadar adanya kemungkinan resiko yang timbul kapan saja oleh sebab itu mereka membangun batasan yang

dapat meminimalisir resiko. Petronio dan Durham (2008) berpendapat bahwa aturan-aturan ini bertindak sebagai pedoman internal, yang diikuti individu secara alami dalam komunikasi yang membutuhkan pengambilan keputusan cepat mengenai apa yang harus dibagikan dan apa yang tidak boleh dibagikan dalam konteks social (Robinson, 2017).

Sebelum memilih untuk melakukan keterbukaan diri individu dihadapkan untuk membuka atau menutup diri kepada orang lain, pada diri individu tersebut mengalami suatu gaya tarik menarik dalam memutuskan untuk mengungkapkan atau tetap menyimpan informasi pribadi yang dimilikinya (Njotorahardjo, 2014). Dalam penelitian ini ditemukan bahwa, informan mengalami ketegangan dialektika sebelum memutuskan untuk melakukan keterbukaan diri dalam akun *autobase* @MahasiswaUMS. Ketegangan dialektika yang dialami oleh informan salah satunya adalah ketika informan mempertimbangkan apakah tweet yang dibagikan dalam *autobase* tersebut tidak melanggar *rules*, apakah terlalu spesifik dan apakah informasi tersebut pantas untuk mendapatkan respons dari publik. Temuan ini serupa dengan penelitian terdahulu berjudul “Manajemen Privasi Akun Model Hijab Di Media Social Instagram” dimana para informan juga mengalami ketegangan ketika memutuskan apakah mengungkapkannya atau memilih tetap menyimpan informasi privatnya (Ary Satria & Kusumaningtyas, 2022).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pemaparan di atas, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa ketika melakukan keterbukaan diri pada *autobase* @MahasiswaUMS masing-masing informan melakukan proses manajemen privasi dengan menerapkan aturan privasi berdasarkan lima kriteria dalam Teori *Communication Privacy Manajemen* (CPM). Kontrol manajemen privasi dilakukan informan dengan membangun batasan privat dan kolektif untuk menjaga identitasnya tetap aman. Batasan privat terdiri dari hal-hal yang tetap disimpan sedangkan batasan kolektif merupakan informasi yang dibagikan ke *autobase* @MahasiswaUMS, antara lain perasaan yang sedang dirasakan, masalah yang sedang dihadapi, percintaan, pertemanan dan hal-hal mengenai kebutuhan mereka. Meskipun *autobase* merupakan forum bersifat anonim semua informan memiliki kekhawatiran akan identitasnya, sehingga informan berupaya dengan melakukan pertimbangan sebelum melakukan keterbukaan diri dan memantau secara berkala tweet yang dikirimkan untuk menghindari dan meminimalisir konflik yang dapat timbul kapan saja. Pada penelitian ini juga terdapat keterbatasan adalah fokus penelitian yang hanya berfokus pada komunikator. Penelitian selanjutnya dapat melengkapi penelitian ini melalui analisis komunikasi.

PERSANTUNAN

Alhamdulillah rasa syukur penulis ucapkan atas karunia yang diberikan oleh ALLAH SWT sehingga naskah publikasi ini dapat selesai. Rasa terimakasih kepada Bu Vinisa Nurul Aisyah, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan yang sangat membantu selama proses penulisan naskah publikasi ini. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada kedua orangtua, adik-adik saya dan teman-teman yang memberikan doa serta dukungan selama penulisan naskah publikasi. Terimakasih juga diberikan kepada keempat informan yang berpartisipasi dalam pengerjaan penelitian sehingga dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Maryani, A. (2020). *The Effect of Social Media Twitter @ womanfeeds to Fulfillment Information Needs of Skincare & Make Up Followers*. 6, 450–454.
- Apriliani, S. R. (2020). *Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora Computer-Mediated Communication sebagai Sarana Presentasi Diri Guru PAUD*. 02, 80–94.
- Ary Satria, D., & Kusumaningtyas, R. (2022). Manajemen Privasi Akun Model Hijab di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 1(2), 67–81. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.14>
- Bélanger, F., & James, T. L. (2020). A theory of multilevel information privacy management for the digital era. *Information Systems Research*, 31(2), 510–536. <https://doi.org/10.1287/ISRE.2019.0900>
- Cetinkaya, B. (2020). The Effect of Written Self Disclosure on Positive and Negative Emotions. *European Journal of Education Studies*, 7(7), 400–412. <https://doi.org/10.46827/ejes.v7i7.3177>
- Chen, X., Li, G., Hu, Y. Di, & Li, Y. (2016). How anonymity influence self-disclosure tendency on Sina Weibo: An empirical study. *Anthropologist*, 26(3), 217–226. <https://doi.org/10.1080/09720073.2016.11892151>
- Chennamaneni, A., & Taneja, A. (2015). Communication privacy management and self-disclosure on social media - A case of Facebook. *2015 Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2015*, 1–11.
- Child, J. T., Pearson, J. C., & Petronio, S. (2009). Blogging, communication, and privacy management: development of the blogging privacy management measure. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(10), 2079–2094. <https://doi.org/10.1002/asi.21122>
- Chung, K. C., Chen, C. H., Tsai, H. H., & Chuang, Y. H. (2021). Social media privacy management strategies: A SEM analysis of user privacy behaviors. *Computer Communications*, 174(March), 122–130. <https://doi.org/10.1016/j.comcom.2021.04.012>

- Clark-gordon, C. V., Bowman, N. D., Goodboy, A. K., Bowman, N. D., Goodboy, A. K., Clark-gordon, C. V., Bowman, N. D., Goodboy, A. K., & Wright, A. (2019). Anonymity and Online Self-Disclosure : A Meta- Analysis Anonymity and Online Self-Disclosure : A Meta-Analysis. *Communication Reports*, 32(2), 1–14. <https://doi.org/10.1080/08934215.2019.1607516>
- DeGroot, J. M., & Vik, T. A. (2017). “We were not prepared to tell people yet”: Confidentiality breaches and boundary turbulence on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 70, 351–359. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.016>
- Dewi, A. P., & Delliana, S. (2020). Self Disclosure Generasi Z Di Twitter. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 62. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i1.1526>
- Dianiya, V. (2021). Management Privacy dalam Penggunaan Fitur “Close Friend” di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 249. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2652>
- Dwiwina, R. H., & Putri, K. Y. S. (2021). The Use of the Auto Base Accounts on Twitter as A Media for Sharing Opinions. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 123–144. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v13i1.1603>
- 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. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Febyantari, R., Studi, P., Komunikasi, I., & Jember, U. M. (2019). *Sebagai bentuk*. 02(02), 159–183.
- Gendered, K., Communication, T., & Management, P. (2020). *Manajemen privasi dalam aplikasi tantan*. 7(2).
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Spraks, G. (2019). *A First Look at COMMUNICATION THEPORY*.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 221–229. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- Hancock, J. (2016). *Anonymity , Intimacy and Self-Disclosure in Social Media*.
- Hediana, D. F., & Winduwati, S. (2020). Self Disclosure Individu Queer Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @kaimatamusic). *Koneksi*, 3(2), 493. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i2.6489>
- Hollenbaugh, E. E. (2019). Privacy Management Among Social Media Natives: An Exploratory Study of Facebook and Snapchat. *Social Media and Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119855144>
- Housley, W., Webb, H., Williams, M., Procter, R., Edwards, A., Jirotko, M., Burnap, P., Stahl, B. C., Rana, O., & Williams, M. (2018). Interaction and Transformation on Social Media: The Case of Twitter Campaigns. *Social Media and Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117750721>

- Indriyani, N., Studi, P., Komunikasi, I., Maret, U. S., Tengah, J., & Sosial, M. (2021). Manajemen privasi di new media. *Jurnal Kommas*, 1–20.
- Kamilah, F. N., & Lestari, S. B. (2020). Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram Ferisa. *Interaksi Online*, 9(1), 98–108. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/29574>
- Kapriadi, P. R. (2020). Implementasi Computer Mediated Communication dalam Digital Staffing Berbasis Mobile Application dan Online Platform di Perusahaan Startup. *Jurnal.Unhas.Ac.Id/Index.Php/Kareba*, 9, 382–399.
- Khaerunnisa Syafitri, N., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2020). autobase@collegemenfess, A Twitter Account Used as Information Retrieval Tool. *Khazanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 8(2), 161–172. <https://doi.org/10.24252/kah.v8i2a6>
- Laksana, N. Y., & Fadhilah, A. (2021). *Computer-mediated communication and interpersonal communication in social media Twitter among adolescents*. 17(1), 65–78. <https://doi.org/10.21831/jss.v17i1>.
- Lin, S., & Lin, S. (2013). *Florida State University Libraries Privacy Management Behavior in Virtual Communities By*.
- Liu, Z., & Wang, X. (2018). How to regulate individuals' privacy boundaries on social network sites: A cross-cultural comparison. *Information and Management*, 55(8), 1005–1023. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.05.006>
- Mansour, A. (2021). *Collective Privacy Management Practices : A study of privacy strategies and risks in a private Facebook group*. 5(October).
- Mardiana, L., & Zi'ni, A. F. (2020). Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanyarl. *Jurnal Audience*, 3(1), 34–54. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.4134>
- Misoch, S. (2015). Computers in Human Behavior Stranger on the internet : Online self-disclosure and the role of visual anonymity. *COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR*, 48, 535–541. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.027>
- Mobolaji, A. (2021). *Privacy Concerns , Self-Disclosure and Social Media Users " Online Privacy Concerns , Self-Disclosure and Social Media Users " Online Behaviour*. April.
- Muffiddah, A. A. (2012). *Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UB Pengguna Facebook, Twitter, Foursquare, dan Flickr)* 1. 1–12.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*.
- Njotorahardjo, F. (2014). Manajemen Komunikasi Privasi Seorang Mantan Pria Simpanan. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(3), 1–11. <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=358294>
- Nugrahani, A. D. (2021). *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental Hubungan antara Anonimitas dengan Self-Disclosure pada Pengguna Twitter*. 1(2), 1427–1434. <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i2.29737>

- Očadlíková, Z. (2015). *Privacy and Self-Disclosure on Social Network Sites from the Perspective of European Children and Adolescents*.
- Panjaitan, T. K. S., Tayo, Y., & Lubis, F. M. (2020). *Fenomena Penggunaan Akun Pseudonym dalam Memenuhi Motif Identitas Pribadi pada Pengikut Autobase @ karawangfess di Twitter*. 9(2), 161–172.
- Posey, C., Lowry, P. B., Roberts, T. L., & Ellis, T. S. (2010). Proposing the online community self-disclosure model: The case of working professionals in France and the U.K. who use online communities. *European Journal of Information Systems*, 19(2), 181–195. <https://doi.org/10.1057/ejis.2010.15>
- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & , Noviawan Rasyid Ohorella. (2020). *Self Disclosure website*. 18(3), 312–323. <http://students.usm.maine.edu/rperil71/sdhome.htm>
- Rahma Hidayati, F., & Irwansyah, I. (2021). Privasi “Pertemanan” Remaja di Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 78–91. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.186>
- Rini, L. N., & Manalu, R. (2020). *Memahami Penggunaan dan Motivasi Akun Anonim Instagram di Kalangan Remaja*.
- Robinson, S. C. (2017). Self-disclosure and managing privacy: Implications for interpersonal and online communication for consumers and marketers. *Journal of Internet Commerce*, 16(4), 385–404. <https://doi.org/10.1080/15332861.2017.1402637>
- Saifulloh, M., & Ernanda, A. (2018). Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego Di Twitter. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 235. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.652>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, CV.
- Suh, J. J., & Hargittai, E. (2015). Privacy Management on Facebook: Do Device Type and Location of Posting Matter? *Social Media and Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115612783>
- Tamaraya, A., & Ubaedullah, D. (2021). Dampak Penggunaan Twitter Terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa. *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.15408/interaksi.v1i1.20878>
- Thon, F. M., & Jucks, R. (2014). Regulating privacy in interpersonal online communication: The role of self-disclosure. *Studies in Communication Sciences*, 14(1), 3–11. <https://doi.org/10.1016/j.scoms.2014.03.012>
- Waters, S., & Ackerman, J. (2011). Exploring privacy management on facebook: Motivations and perceived consequences of voluntary disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 101–115. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01559.x>
- Yunita, R. (2019). Aktivitas Pengungkapan Diri Remaja Putri Melalui Sosial Media Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 26–32. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5073>
- Zlatolas, L. N., Welzer, T., Hölbl, M., Heričko, M., & Kamišalić, A. (2019). A model of

perception of privacy, trust, and self- disclosure on Online Social Networks. *Entropy*, 21(8). <https://doi.org/10.3390/e21080772>

Zurbruggen, E. L., Ben Hagai, E., & Leon, G. (2016). Negotiating privacy and intimacy on social media: Review and recommendations. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 248–260. <https://doi.org/10.1037/tps0000078>