

Communication Privacy Management Of Celebgrams In Bengkulu City

Manajemen Privasi Komunikasi Pada Selebgram Di Kota Bengkulu

Ardiyes Mentari Santoso¹ Anis Endang², Indria³

^{1,2,3}) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹) ardiyess@gmail.com

How to Cite :

Santoso, A. M., Endang, A., Indria. (2021). Communication Privacy Management Of Celebgrams In Bengkulu City. *Jurnal ISO*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v3i1>

ARTICLE HISTORY

Received [13 Maret 2023]

Revised [15 Mei 2022]

Accepted [09 Juni 2022]

KEYWORDS

Privacy Management,
Communication, Selebgram

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen Privasi Komunikasi Pada Selebgram Di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan teori Petronio, 2002, Communication Privacy Management. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil penelitian secara umum informan mengatakan sangatlah perlu manajemen privasi di era selebgram karena tujuannya dengan adanya manajemen privasi tersebut dapat membantu selebgram, misalnya untuk menjaga image, terhindar dari omongan orang lain dan bisa memilih atau menegosiasi kepada diri sendiri informasi ini harus dibagikan atau tidak. Dan untuk membatasi informasi ke publik dengan cara tidak membagikan postingan permasalahan yang terjadi pada kehidupannya dan keluarga. Dan hanya akan membagikan suatu postingan

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the Management of Communication Privacy on Selebgram at Bengkulu city. This research uses Petronio's theory, 2002 about communication privacy management. This research uses the qualitative research method. Data are collected by using observation, interview, and documentation as the method. The result of this research generally shows that the informants said it is very important to keep safe the privacy in selebgram era because it helps them for example to keep their figure and prevent from being talked back and can choose or negotiate with self whether to post or not about problems in their lives and family. And only will share good posts to be viewed by the public or followers.

PENDAHULUAN

Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang membuat peran media menjadi sangat dominan dalam mengubah perilaku komunikasi melalui media baru atau media sosial. Media sosial merupakan sebuah ruang yang disediakan agar penggunaannya dapat melakukan interaksi dengan pengguna media sosial lainnya tanpa harus bertatap muka. Salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat adalah instagram. Saat ini instagram menjadi sarana membagikan informasi pribadi melalui jaringan internet yang diakses oleh jutaan orang secara rutin. Jangkauan jaringan internet memiliki koneksi ruang virtual yang lebih luas dari dunia nyata. Artinya, ketika sebuah akun tidak di privat maka semua pengguna Instagram dapat mengakses atau melihat akun tersebut.

Untuk alasan ini, pengguna Instagram dapat menarik garis antara informasi pribadi dan pengungkapan. Dengan demikian, dalam hal mengekspresikan emosi, pendapat pribadi dan informasi yang dibagikan kepada publik beragam dan ambigu. Pengungkapan diri berfungsi sebagai jembatan untuk terhubung dengan orang lain, tetapi pengungkapan diri juga berbahaya. Ketika kita memposting sesuatu kepada seseorang, orang tersebut dapat membagikannya kepada orang lain yang tidak kita inginkan. Untuk alasan ini, sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara keterbukaan dan kerahasiaan untuk mengelola hubungan kita.

Menurut (Petronio, 2002), Communication Privacy Management (CPM) adalah teori yang menggambarkan sebuah peta yang menunjukkan bahwa orang-orang membuat pilihan tentang mengungkapkan atau menyembunyikan suatu informasi privat berdasarkan kriteria dan kondisi yang mereka anggap penting, dan individu percaya bahwa mereka mempunyai hak untuk memiliki dan mengatur akses ke informasi privat mereka. Manajemen privasi saat ini dimedia sosial instagram sangat perlu, apalagi sebagai selebgram perlu adanya manajemen privasi. Perlunya manajemen privasi ini untuk membatasi informasi – informasi antara selebgram dan followersnya.

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang berkembang pesat dan memiliki banyak penggemar, terutama para remaja. Namun, Instagram dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi kehidupan seseorang. Sementara itu, Instagram terkenal dengan Selebgram. Terkait Fenomena selebgram, Apa itu selebgram? Selebgram adalah singkatan dari Selebriti Instagram. Julukan Selebgram sering dikaitkan dengan akun pribadi seorang selebriti di Instagram, di mana ia memiliki banyak penggemar dan pengikut, karena foto dan video yang diposting sangat lucu dan disukai banyak orang. Foto dan video yang diunggah sering menjadi perbincangan hangat pengguna internet.

Banyaknya selebgram sekarang menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana untuk membagikan informasi pribadi mereka. Seperti yang kita ketahui, di kota Bengkulu ada beberapa selebgram contohnya seperti ivooyk dan Lilian vira utami. Kedua selebgram tersebut sudah memiliki followers lebih dari 10rb, dan kedua selebgram itu memiliki keahlian di bidang model dan menyanyi. Dengan kecanggihan teknologi sekarang, dimanfaatkan oleh Lilian vira utami dan Ivo Yunikartika (Selebgram) untuk menampilkan bakat bernyanyi dan foto model nya, untuk selalu menghibur para penggemar atau fans. Namun disisi lain dampak negatif dari itu, menjadi seorang selebgram sangat lah sulit, karena apa yang kita lakukan sangat susah untuk disembunyikan dari para penggemar, karena penggemar selalu ingin tau apa saja yang dilakukan oleh idolanya, namun demikian seakan tidak ada privasi lagi dalam kehidupan selebgram.

LANDASAN TEORI

Manajemen Privasi Komunikasi

Manajemen Privasi komunikasi adalah peta yang menunjukkan orang-orang yang memilih untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi mereka berdasarkan kriteria dan ketentuan yang mereka anggap penting dan percaya bahwa mereka memiliki hak untuk mengatur akses ke informasi pribadi. Ini memberikan gambaran tentang (Petronio, 2002). Manajemen privasi berkaitan dengan menjelaskan proses negosiasi dengan orang-orang tentang pengungkapan informasi pribadi. "Teori CPM menyediakan sistem manajemen privasi yang mendefinisikan bagaimana menyesuaikan batas privasi antar individu" (Petronio, 2002).

Selebgram

Ketika membahas masalah pemahaman zaman, bisa jadi membingungkan karena tidak ada hubungannya dengan ilmu pengetahuan. Hal ini dikarenakan arus pembangunan yang sesuai dengan tuntutan zaman. Secara umum, era adalah era di mana kondisi kehidupan dan segala aktivitas penunjang kehidupan dimudahkan dengan hadirnya teknologi. Bisa juga dikatakan bahwa era digital merupakan salah satu alternatif untuk membuat beberapa teknologi masa lalu menjadi lebih praktis dan modern. Menurut (Morissan, 2010:336), kemajuan teknologi beberapa tahun terakhir telah menyebabkan berkembangnya teknologi media yang biasa terdengar di media baru dan media online/internet.

Di negara-negara maju, media baru mengungguli berbagai media yang sebelumnya digunakan sebagai sumber informasi. Kemajuan teknologi saat ini telah memberikan manfaat bagi sebagian besar orang, termasuk penggunaan Instagram sebagai media komunikasi. Instagram berkembang pesat dan merupakan salah satu jejaring sosial yang memiliki banyak penggemar, terutama di kalangan remaja. Instagram adalah media sosial yang lengkap sehingga Anda juga dapat berbagi foto dan video pribadi Anda di Instagram. Dengan membagikan foto dan video pribadi Anda, Anda juga bisa menjadi terkenal karena banyak orang menyukai foto dan video yang kami bagikan. Yang mengatakan, kita bisa menyebutnya selebriti Instagram atau apa yang kita lakukan dengan selebgram.

Selebgram Di Indonesia

Secara umum, tidak ada waktu khusus bagi selebriti untuk muncul, dan kemunculan fenomena selebriti tidak berarti bahwa mereka akan muncul secara tiba-tiba. Apalagi di Indonesia, jumlah selebritis tidak hanya puluhan, tapi kini ratusan. Di Indonesia, tidak ada penjelasan yang jelas tentang siapa selebritas pertama. Namun, pada tahun 2014, kebangkitan ketenaran mulai sampai batas tertentu. Pada tahun 2014, kami melihat selebritas dengan total 103.000 pengikut, melampaui artis Zaskia Adya Mecca. Galant (Yurstar, 2014).

Kemunculan Joyagh sebagai seorang selebgram tidak dipastikan sebagai selebgram pertama di Indonesia, namun pada tahun-tahun berikutnya semakin banyak selebgram yang bermunculan. Jika Joyagh merupakan seorang selebgram yang muncul karena style hijab yang ia gunakan berbeda pula dengan Ria Ricis. Sudah tidak asing lagi dengan selebgram Ria Ricis yang kebetulan ia adalah adik dari seorang artis yaitu Oki Setiana Dewi. Ria Ricis merupakan seorang selebgram yang muncul sekitar tahun 2015, kemunculan Ria Ricis awalnya dengan berbagai video yang ia unggah di akun instagramnya. Saat itu Ria Ricis muncul dengan jumlah followers sebanyak 1.900.000, dengan jumlah followers yang

termasuk fantastis saat itu ia menyalurkan kreatifitasnya. Berbagai macam video lucu, meme dan tingkah lakunya yang konyol membawa Ria Ricis dalam ketenarannya dalam dunia instagram. Melalui berbagai unggahannya tersebut membuat Ria Ricis terkenal dan banyak menjadikan ia sebagai endorser. Selebgram di Indonesia setiap tahunnya akan bertambah dengan berbagai macam fenomena kemunculannya.

METODE PENELITIAN

Dalam hal ini, peneliti menggunakan peneliti kualitatif, yaitu penelitian yang langsung diselidiki pada sumber atau subjek penelitian, untuk membuat data deskriptif. "Penelitian yang berkualitas adalah suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa perilaku manusia yang tertulis atau lisan yang dapat diamati." Bodgan dan Taylor Moleong (2010:4).

Penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk tertulis atau verbal berupa perilaku kebijakan. Studi ini dilakukan untuk mendefinisikan manajemen privasi di era selebgram, dan menyimpulkan bahwa studi kualitatif pada dasarnya adalah studi yang berusaha memahami kondisi pengetahuan tertentu, yang dapat dilakukan analisis dalam studi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan wawancara penelitian ini, peneliti menggunakan teori Manajemen Privasi Komunikasi menurut (Petronio, 2002). Dalam teori ini ada lima asumsi dasar yang mendasari sebagai acuan dalam melakukan proses wawancara terhadap kedua informan. Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan hasil :

Privasi Selegram di Instagram

Selebgram adalah selebriti instgaram mereka dikatakan selebgram adalah orang yang memiliki banyak pengikut di instagramnya dengan cara menuangkan ide – ide kreatifnya untuk memberi informasi kepada pengikutnya. wawancara ini menggunakan teori manajemen privasi komunikasi pada poin yang mana teori ini berfokus pada privasi. Menurut Ivo, masih adakah privasi yang tidak di publish adalah

"masih ada, karena tidak semua privasi saya tuangkan ke media sosial". (wawancara 16 Oktober 2021).

menurut Lilian, sama seperti Ivo masih ada privasi yang dia tidak publish ke pengikutnya atau followersnya seperti

"masih ada yang saya tidak publish kesosial media seperti tentang kehidupan pribadi saya dan keluarga. Yang saya publish hanyalah postingan yang bagus untuk diposting saja ". (wawancara 17 Oktober 2021).

Manajemen Berbasis Aturan Untuk Menentukan Cara Menetapkan Batasan.

Menjadi selebgram tentu tidak mudah, banyak yang harus di persiapkan terlebih lagi saat memberikan informasi kepublik. Poin yang digunakan dalam wawancara ini menggunakan Teori ini menggunakan sistem manajemen berbasis aturan untuk menentukan cara menetapkan batasan. Menurut Ivo masih ada kalimat yang harus dipersiapkan sebelum dipublish

"iya, karena saya sebelum memberikan informasi tersebut kepada followers pastinya saya selalu menyusun kata – kata yang baik dan menarik agar followers saya suka kepada informasi misalnya produk yang saya promosikan ". (wawancara 16 Oktober 2021).

Sedangkan Lilian menuturkan hampir sama seperti Ivo, masih ada kata – kata yang harus dipersiapkan terdahulu sebelum di publish

"sangat saya persiapkan, misalnya saja seperti kalimat – kalimat untuk caption yang menggambarkan sesuatu yang saya akan posting di sosial media saya. Contohnya kalau saya memposting gambar gunung pastinya saya akan menceritakan puisi – puisi gunung untuk captioannya ". (wawancara 17 Oktober 2021).

Metafora

Di era sekarang menjadi selebgram tentu banyak informasi yang kita bagikan atau tidak bagikan ke publik. Poin teori yang digunakan yaitu Metafora batas digunakan untuk menarik garis antara privasi

dan publisitas. namun menurut Ivo masih ada privasi yang tidak mereka publish kepada followersnya seperti

“ masih ada, contohnya seperti masalah pribadi yang tidak harus saya publish karena tidak semua orang bisa menerimanya :. (wawancara 16 oktober 2021).

Senada dengan Ivo, Lilian juga mengatakan masih ada privasi yang dia tidak publish

“ sangat ada, karena disetiap postingan yang di publish hanyalah pencitraan menurut saya, itu semua yang bagus- bagus nya saja yang di posting “. (wawancara 17 oktober 2021).

Manajemen Penting Karena Dua Alasan

Saat memberikan informasi ke publik, tentu ada informasi yang kita batasi. Poin teori yang digunakan dalam wawancara ini menggunakan poin Manajemen penting karena dua alasan. Pertama, kami membutuhkan manajemen perbatasan karena kami percaya bahwa informasi pribadi disimpan secara pribadi atau dibagikan dengan orang lain. Kedua, mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi dapat menyebabkan kecemasan. Oleh karena itu, kontrol juga penting dalam menghilangkan kecemasan ini. Ivo sendiri mengakui bawasannya dia selalu membatasi informasi yang harus di publish atau tidak misalnya

“ dengan cara tidak membuat postingan tentang suatu masalah yang saya sedang alami :. (wawancara 16 oktober 2021).

Menurut Lilian ia juga selalu membatasi informasi – informasi yang harus di publish atau tidak di publish seperti

“ tidak memposting hal –hal yang menurut saya tidak perlu diposting. Yang saya posting hanya hal – hal yang bagus dan keren saja “. (wawancara 17 oktober 2021).

Menurut Ivo, manajemen privasi itu sangat penting bagi dirinya

“ sangat penting, karena tidak dimanajemenkan privasi tersebut akan membuat nama atau image kita menjadi buruk dan jatuh “. (wawancara 16 oktober 2021).

Sepakat dengan Ivo, Lilian juga mengatakan perlunya manajemen privasi di era selebgram karena

“ sangat perlu manajemen privasi di era selebgram karena sesuatu dalam konteks selebgram yang banyak followersnya atau bisa kita sebut publik figur itu harus ada manajemen privasinya. Dengan adanya manajemen privasi tersebut untuk menghindari omongan – omongan yang kurang enak didengar “. (wawancara 17 oktober 2021)

Sistem Manajemen Privasi

Dalam memberikan informasi ke sosial media tentu ada kriteria yang harus di publish atau tidaknya. adapun Teori ini menggunakan sistem manajemen berbasis aturan untuk menentukan cara menetapkan batasan. Ivo juga mengatakan, ada beberapa informasi yang ia bagikan menurut ia itu penting untuk dipublishkan seperti

“ saya menginformasikan itu seperti tentang suatu tempat makan baru atau cafe, wisata baru, dan hotel baru mungkin itu saja yang saya publish sih “. (wawancara 16 oktober 2021).

Disisi lain Lilian mengatakan, informasi yang ia bagikan tidak tentu yang pastinya ada bau – bau informasi tentu dia pasti bagikan kesosial media

“ yang saya bagikan di instgram saya itu kadang random sih, kadang keseharian saya, kadang saya lagi nongkrong saya posting, dan kebetulan saya penyanyi jadi saya juga sering memposting tentang musik “. (wawancara 17 oktober 2021).

Dalam membagikan informasi ke media sosial tentu ada alasannya bagi selebgram, teori yang digunakan menggunakan poin Pertimbangan tentang bagaimana mengelola rahasia yang menurutnya pengungkapan rahasia harus diperlakukan sebagai ketegangan alami dialektis. menurut Ivo ia membagikan informasi tersebut karena informasi tersebut memang harus di publish dan tidak merugikan orang lain

“ sebelum saya membagikan informasi tersebut, adanya kesepakatan. Misalnya saya dapat endorse, dari pihak yang ingin bekerja sama dengan saya dan sudah ada kesepakatan kedua pihak, baru saya membagikan informasi tersebut “. (wawancara 16 oktober 2021).

Disisi lain, Lilian mengatakan informasi yang dia publish itu untuk memberi tau siapa dirinya dan sedang ngerjain apa.

“ saya membagikan posttingan – postingan tersebut di ig untuk menunjukan siapa saya dan cara saya membrending image diri saya, seperti yang saya bilang tadi saya kan seorang penyanyi ni, jadi saya ingin membrending diri saya supaya dilihat oleh publik bahwa saya seorang musisi “. (wawancara 17 oktober 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan dapat disimpulkan yaitu : di era selebgram sekarang masih ada privasi bagi selebgram, dan privasi yang tidak di publish oleh kedua informan seperti masalah keluarga dan pribadi. Dalam membagikan informasi tentu ada batasan – batasan informasi yang harus dipublish atau tidak. Dan kedua informan tersebut hanya membagikan informasi kepada publik yang bagus saja. Diera selebgram sekarang tentu perlu manajemen privasi demi kenyamanan selebgram tersebut misalnya seperti membatasi informasi pribadi dan informasi yang memang harus di publish ke publik.

Perkembangan teknologi yang semakin cepat juga kian mempengaruhi apa yang terjadi di dalam kehidupan sehari-hari. Menurut (Petronio, 2002,) yang mana fungsi manajemen privasi untuk menunjukkan orang-orang yang memilih untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi mereka berdasarkan kriteria dan ketentuan yang mereka anggap penting dan percaya bahwa mereka memiliki hak untuk mengatur akses ke informasi pribadi. Di zaman sekarang media sosial semakin banyak diminati oleh semua kalangan baik masyarakat terlebih lagi bagi milenial. terlihat sudah banyak mulai menggunakan instagaram sebagai media informasi yang cepat dan terupdate dalam memberikan informasi – informasi baru yang banyak belum diketahui publik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan kedua selebgram yang merupakan sebagai informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa di era selebgram sekarang sangat diperlukan adanya manajemen privasi. Dengan adanya manajemen privasi tersebut untuk membatasi informasi apa saja yang harus di publish atau yang tidak harus dipublish untuk menghindari ketidakpercayaan orang terhadap kita (selebgram). Dengan adanya manajemen privasi juga bisa untuk juga menjaga image kita agar tidak buruk dimata pengikut atau followers kita yang mana selebgram itu saat ini sebagai publik figur atau selebriti.

Menjadi selebgram tentu ada pertimbangan sendiri dalam mempublish informasi, misalnya mempersiapkan kalimat yang baik dan bagus untuk menghindari kesalah pahaman antara pemberi informasi dan penerima informasi tersebut. Kedua informan menjadi selebgram tentu selalu mempersiapkan kata – kata yang bagus sebelum membagikan informasinya, karena kalimat – kalimat itu atau caption menggambarkan sesuatu informasi yang dibagikan jadi sangat penting.

Tidak semua informasi harus dibagikan atau di publish kepada publik. Tentu adanya kriteria tertentu dalam memilih informasi yang kita bagikan kepada publik. kedua informan yang merupakan sebagai informan dalam penelitian juga mengatakan, informasi yang dibagikan ke sosial media instgaram informasi yang bagus – bagus saja dikarenakan informasi tersebut itu membrending dirinya sebagai selebgram.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kedua informan mengatakan di era selebgram tentu perlu adanya manajemen privasi, agar untuk membatasi informasi yang harus di publish atau tidak di publish ke publik. Berdasarkan hasil wawancara kepada kedua informan, secara umum informan mengatakan sangatlah perlu manajemen privasi di era selebgram karena tujuannya dengan adanya manajemen privasi tersebut dapat membantu selebgram, misalnya untuk menjaga image, terhindar dari omongan orang lain dan bisa memilih atau menegosiasi kepada diri sendiri informasi ini harus dibagikan atau tidak.
2. manajemen privasi juga menyediakan sistem manajemen privasi yang mendefinisikan bagaimana menyesuaikan batas privasi antar individu. Secara garis besarnya kedua informan membatasi informasi ke publik dengan cara tidak membagikan postingan permasalahan yang terjadi pada kehidupannya dan keluarga. Dan kedua informan juga hanya akan membagikan suatu postingan yang bagus – bagus saja untuk dikonsumsi oleh publik atau pengikutnya.

Saran

1. Kemajuan teknologi tidak hanya memberikan dampak positif tetapi juga ada dampak negatifnya. Hendaknya untuk kedua selebgram dapat menggunakan instagaram dengan bijak dalam membagikan informasi kepada publik.

2. Sebelum memposting atau membagikan suatu informasi hendaknya kedua selebgram dapat menyeleksi kalimat – kalimat yang baik agar tidak terjadi kesalah pahaman antara pemberi informasi (selebgram) dan penerima informasi tersebut (pengikut). Karena yang kita ketahui selebgram juga sebagai figur atau tokoh orang yang akan di ikuti setiap perjalanannya oleh pengikut atau penggemarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Devito, Joseph. A. 2012. The Interpersonal Communication. New York: Addison Wesley Logman Inc.
- Kuswarno, Engkus. 2009. Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya, Widya Padjajaran Perpustakaan Pusat UII
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Mahardika, R. D. & Farida, F. 2019. Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. Jurnal Studi Komunikasi, Vol. 3 No.1, 101 -117
- Morissan, dan Andy C.W. 2009. Teori Komunikasi: Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan, Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Morissan, Andy C.W. dan Farid Hamid U. 2013. Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat, Cetakan Kedua. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Masur, Phillipp K & Michael Scharkow. 2016. Disclosure Management on Social Network Sites: Individual Privacy Perceptions and User-Directed Privacy Strategies. Social Media + Society Journal, Vol.2 No.1, 1-13
- Napoleon Cat. 2020. Instagram users in Indonesia. Napoleoncat.com: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/08> dipetik pada 03 juni 2021 pada pukul 18.30 WIB.
- Westin, Almant F. 1976. Privacy : A Conceptual Analysis. Enviroment and Behaviour, Vol.8 No.1, 7-11.