

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Studi Ilmu Komunikasi

Program

E-ISSN:  
2962- 4169  
Volume 3  
Nomor 1  
Juni 2024

**KONTEKSTUAL**  
Jurnal Ilmu Komunikasi  
[www.ubl.ac.id/kontekstual](http://www.ubl.ac.id/kontekstual)

## **Analisis Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Media sosial Instagram (Mahasiswa *Inbound* PMM 2 Universitas Bandar Lampung)**

### **Analysis of Instagram Social Media User Communication Privacy Management (Inbound PMM 2 students at Bandar Lampung University)**

Syahrul Firmansah<sup>1</sup>, Affan Neskisyah Ramadhan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> *Internasional Women University, Indonesia*

No.179 A, Jl belakang Jl. Pasir Kaliki No.179, Pamoyanan, Kec. Cicendo, Kota Bandung,  
Jawa Barat 40173

Email: [Syahrulfirmansah0@gmail.com](mailto:Syahrulfirmansah0@gmail.com), [affannr@iwu.ac.id](mailto:affannr@iwu.ac.id)

#### **Abstrak**

Instagram saat ini menjadi platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi pribadi secara luas melalui internet. Banyak pengguna secara rutin menggunakan dan membagikan informasi pribadi mereka tanpa batasan antar koneksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami pengalaman pengguna Instagram, melibatkan persepsi dan motivasi mereka terkait privasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan aplikasi Google Form. Fokus penelitian ini adalah kontrol privasi, yaitu hak seseorang untuk mengatur sejauh mana informasi pribadi mereka diakses oleh orang lain di Instagram. Hasil penelitian dengan melibatkan 31 responden menunjukkan bahwa pengguna memiliki peran sebagai pembuat keputusan terkait privasi. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana pengguna Instagram mengelola privasi mereka di platform ini.

**Kata kunci :** Sosial media Instagram, Manajemen privasi komunikasi, Kontrol Privasi

#### **Abstract**

*Instagram is currently a platform that allows users to share personal information widely over the internet. Many users routinely use and share their personal information without restrictions between connections. This research uses a qualitative approach to understand the experiences of Instagram users, involving their perceptions and motivations regarding privacy. Data was collected through a questionnaire using the Google Form application. The focus of this research is privacy control, namely a person's right to regulate the extent to which their personal information is accessed by other people on Instagram. The results of research involving 31 respondents show that users have a role as decision makers regarding*

*privacy. This research provides a deeper understanding of how Instagram users manage their privacy on the platform.*

**Keywords:** Instagram social media, communication privacy management, privacy control

## PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi informasi serta komunikasi semakin membuat peran media sangat menjadi hal yang penting untuk saat ini yang membuat pola perilaku komunikasi yang berubah yang untuk saat ini dominan ke media sosial. Media sosial yang membuat penggunaannya semakin mudah untuk berkomunikasi antar tempat tanpa harus berdekatan atau harus tatap muka. Instagram untuk saat ini merupakan suatu platform yang dapat membagikan informasi pribadi melalui jaringan internet yang lebih dari banyak penggunaannya secara rutin menggunakan dan membagikan informasi pribadinya ke sosial media Instagram dikarenakan untuk saat ini instagram tidak memiliki Batasan antar koneksi. Yang artinya setiap akun yang memang tidak di privasi akan dapat dengan mudah diakses banyak orang.

Menurut data dari Napoleon Cat, Ada 116,16 Juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Agustus 2023 kemarin yang data tersebut meningkat dari pada bulan sebelumnya yang hanya 109,03 pengguna. Menurut Westin (1976) privasi dapat di definisikan sebagai kemampuan seorang individu untuk menentukan informasi dan bagaimana membagikan informasi kepada orang lain, serta bagaimana informasi itu dibagikan kepada orang lain. Memutuskan apa yang akan diungkapkan dan apa yang harus dirahasiakan merupakan tindakan penting yang harus dilakukan sebelum seseorang melakukan self-disclosure. Menurut CNBC Indonesia, sebanyak 214 juta data dari pengguna sosial media Facebook, Instagram, dan LinkedIn dikabarkan bocor ke internet yang dimana data tersebut termasuk dari Alamat Email, Nomor telepon, Nama lengkap pengguna dan beberapa kasus data lokasi tertentu yang di ungkapkan oleh peneliti Safety Detective. Dan pada September 2022 Instagram Regulator Uni Eropa menjatuhkan denda kepada Instagram sebesar 405 juta Euro atau 5,99 Triliun. Yang dianggap melanggar peraturan perlindungan data umum Uni Eropa mengenai cara media sosial itu menagani data anak-anak Dengan berkembangnya media sosial kini membagikan informasi yang bersifat pribadi yang awal nya dngan orang orang yang di percaya sekarang bisa dilakukan di dengan membagikan di akun media sosial khususnya Instagram.

Maka dari itu ada perlunya privasi control yang di gunakan pengguna sosial media instagram dan pengguna apakah memahami risiko – risiko yang di timbulkan dengan membagikan informasi pribadi miliknya. Yang pada hal ini penulis berpendapat bahwa pengguna sosial media instgram ini tidak mengetahui akan risiko. Dengan pernyataan tersebut Dengan pesatnya perkembangan media sosial, khususnya platform Instagram, fenomena berbagi informasi pribadi telah mengalami transformasi signifikan. Dahulu, informasi pribadi cenderung dibagikan dengan orang-orang yang dipercayai; namun, kini, melalui Instagram, individu dapat dengan mudah membagikan aspek-aspek kehidupan pribadi mereka kepada khalayak yang lebih luas. Di tengah dinamika ini, perlunya pengendalian privasi menjadi semakin penting untuk mengatasi potensi risiko yang muncul dari pembagian informasi pribadi ini.

Penting untuk memahami bahwa Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terkemuka, menjadi medium bagi individu untuk mengekspresikan diri dan membangun jejaring sosial. Dalam studi yang dilakukan oleh Dhir et al. (2018), disebutkan bahwa interaksi sosial, dukungan emosional, dan penguatan identitas diri adalah motivasi utama di

balik aktivitas berbagi informasi di Instagram. Namun, keberlanjutan dari praktik ini seringkali beriringan dengan kurangnya kesadaran akan risiko-risiko yang mungkin timbul. Meskipun pengguna Instagram memiliki kontrol privasi yang disediakan oleh platform, penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan penerapan pengaturan privasi ini tidak selalu optimal (De Wolf et al., 2019).

Secara umum, kesadaran akan risiko-risiko yang terkait dengan pembagian informasi pribadi masih terbilang rendah di kalangan pengguna Instagram. Pernyataan bahwa pengguna tidak sepenuhnya menyadari risiko ini dapat disesuaikan dengan temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang menyoroiti tingkat literasi digital yang masih perlu ditingkatkan di kalangan pengguna media sosial (Livingstone & Helsper, 2007). Risiko-risiko yang terkait dengan berbagi informasi pribadi di Instagram dapat mencakup pencurian identitas, penyalahgunaan data, dan potensi pelecehan online. Menurut Westin (2003), ketika individu tidak memahami sepenuhnya konsekuensi dari berbagi informasi pribadi mereka, ini dapat membuka pintu bagi pihak yang tidak bertanggung jawab untuk memanfaatkan informasi tersebut. Lebih lanjut, penelitian oleh Acquisti dan Gross (2006) menunjukkan bahwa semakin banyak informasi yang dibagikan, semakin tinggi risiko privasi yang dihadapi individu. Penting untuk menyadari bahwa risiko ini tidak hanya bersifat individual, tetapi juga dapat berdampak pada tingkat sosial yang lebih luas.

Sebagai contoh, informasi pribadi yang tidak terlindungi dapat menjadi sumber materi bagi praktik cyberbullying atau tindakan eksploitasi lainnya. Oleh karena itu, kesadaran akan risiko-risiko ini tidak hanya menjadi tanggung jawab individu, tetapi juga merupakan tanggung jawab bersama untuk menciptakan lingkungan online yang aman. Penulis berpendapat bahwa kurangnya kesadaran ini seharusnya tidak hanya dilihat sebagai kelemahan individu, tetapi juga sebagai indikasi kebutuhan akan edukasi yang lebih baik seputar privasi digital. Kampanye edukasi yang efektif dan pendekatan proaktif dari pihak Instagram dalam meningkatkan kesadaran pengguna akan risiko privasi ini menjadi suatu keharusan (Boyd & Hargittai, 2013). Selain itu, perlu adanya keterlibatan pemerintah dan lembaga-lembaga terkait dalam merumuskan regulasi yang lebih ketat terkait perlindungan privasi pengguna media sosial. Desain platform yang ramah privasi juga menjadi fokus penting. Perusahaan teknologi seperti Instagram perlu terus mengembangkan kebijakan dan fitur privasi yang lebih user-friendly dan efektif. Sebagai contoh, pembuat kebijakan dapat merancang pengaturan privasi yang lebih intuitif dan memberikan panduan yang jelas tentang cara menggunakan pengaturan tersebut (Hargittai & Marwick, 2016).

Dalam upaya menciptakan ekosistem media sosial yang lebih aman dan responsif, peran masyarakat sipil, lembaga pendidikan, dan sektor swasta juga tak bisa diabaikan. Kolaborasi di antara pihak-pihak ini dapat menciptakan lingkungan di mana pengguna dapat merasakan manfaat positif dari berbagi informasi tanpa harus mengorbankan keamanan dan privasi mereka. Dalam pandangan ini, tantangan utama tidak hanya terletak pada memahami risikorisiko yang terkait dengan berbagi informasi pribadi di Instagram, tetapi juga pada bagaimana kita secara kolektif dapat menciptakan budaya digital yang lebih berwawasan privasi dan literate digital. Kesadaran, edukasi, regulasi, dan inovasi desain platform semuanya perlu berjalan seiringan untuk mencapai tujuan ini. Dengan demikian, individu dan masyarakat secara keseluruhan dapat meraih manfaat positif dari media sosial tanpa harus menempatkan privasi pribadi mereka dalam risiko yang tidak perlu. Bagaimana pemgguna instgaram mampu mengelola privasi mereka dan bagaimana pengguna instgaram dapat menyadari akan adanya potensi penyalahgunaan data mereka. Agar penulis mengetahui bagaimana pengguna Instagram mengelola privasi mereka dan Bagaimana pengguna Instagram menyadari akan adanya potensi penyalahgunaan data mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, untuk mengetahui seperti apa yang di alami oleh pengguna Instagram secara persepsi, motivasi, yang nantinya di deskripsikan. Pengumpulan data untuk penelitian ini diperoleh dengan kuesioner menggunakan bantuan aplikasi google form Subjek dari penelitian ini merupakan Mahasiswa aktif dari berbagai universitas yang sedang menjalani Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM2) di Universitas Bandar Lampung. Yang merupakan pengguna aktif dan pasif sosial media Instagram baik Perempuan maupun laki-laki.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Proses pengelolaan aturan privasi dalam sistem manajemen aturan privasi melibatkan karakteristik kunci yang membantu mendeskripsikan sifat dasar dari aturan privasi. Dalam kerangka ini, dua fitur utama yang menjadi fokus adalah pengembangan aturan dan atribut. Pengembangan aturan (rule development) adalah elemen yang mengikuti kriteria keputusan individu dalam mengungkapkan atau menutupi informasi pribadi mereka (West, 2013). Proses ini menjadi pusat perhatian dalam konteks manajemen privasi, di mana setiap individu memiliki keputusan sendiri mengenai sejauh mana mereka ingin membagikan atau melindungi informasi mereka.

Kriteria keputusan ini menjadi penuntun dalam membentuk aturan privasi, yang pada gilirannya, mencerminkan nilai-nilai dan preferensi pribadi. Hal ini menciptakan landasan untuk Privasi Control, dimana individu memiliki hak untuk mengontrol sejauh mana mereka ingin membagikan informasi pribadi mereka, terutama di platform sosial media seperti Instagram. Dalam konteks ini, Privasi Control menjadi inti dari penelitian yang dilakukan, yang bertujuan untuk memahami bagaimana individu mengelola privasi mereka dalam berinteraksi dengan media sosial.

Penelitian ini, yang melibatkan 31 responden dengan menggunakan metode kuesioner, menyoroti kompleksitas pengambilan keputusan individu dalam mengelola privasi di platform sosial media. Privasi Control mencerminkan kemampuan individu untuk membuat keputusan tentang apa yang ingin mereka bagikan, kepada siapa, dan sejauh mana. Hal ini juga mencakup penilaian individu terhadap risiko dan manfaat dari pengungkapan diri mereka di dunia daring. Dalam pembahasan mengenai memiliki lebih dari 1 akun Instagram, 11 responden mengaku memiliki 1 akun Instagram, kemudian untuk 11 responden menjawab memiliki 2 akun Instagram dan untuk sisanya 9 responden memiliki lebih dari 3 akun Instagram Selanjutnya dalam pembahasan mengenai “apakah akun Instagram anda di privasi atau tidak” 18 responden mengaku menjawab di privasi dan sisanya 13 responden menjawab tidak di privasi. Petronio (2000) menyatakan bahwa yang mendefinisikan informasi privat sebagai informasi mengenai hal-hal yang sangat berarti bagi mereka.

Oleh karena itu, proses mengkomunikasikan informasi privat dalam hubungan dengan orang lain menjadi pembukaan diri (private disclosure). Diaman sebgaaian besar dari responden menerapkan adanya Batasan mengenai akun Instagram yang mereka miliki. Responden Ketika ditanya “menganai fitur close friend Instagram” 18 responden menjawab bawah fitur tersebut berguna, 10 responden sangat berguna, dan sisanya 2 responden menjawab tidak berguna dan 1 respnden menjawab tidak berguna. Dalam pembahasan tersebut menjawab bahwa Instagram dapat membantu untuk mengontrol privasi pengguna untuk membagikan konten yang akan ia bagikan. Rahmiputri & Irwansyah (2019) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa penggunaan fitur close friend atau teman dekat

menjadi penting untuk menyaring pesan yang ingin mereka sampaikan melalui akun media sosial mereka serta berguna dalam menjaga unggahan yang bersifat pribadi yang dianggap dapat menyebabkan konflik.

Kemudian Ketika ditanya “Seberapa penting bagi Anda untuk memiliki kendali penuh atas siapa yang dapat melihat aktivitas online Anda di Instagram?” 12 responden menjawab sangat penting, 10 responde menjawab penting, 8 responden menjawab kurang penting dan sisanya 1 responden menjawab tidak penting. Menurut Caughin dan Afifi (2020) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa sangat mungkin untuk terbuka dalam sebuah hubungan dan bahwa Batasan-batasan yang lebih ketat dan dapat berguna dalam situasi tertentu. yang menandakan bahwa pengguna ingin kendali penuh atas melihat aktivitas online mereka supaya adanya control dan kempemilihan atas akun sosial media mereka.

Kemudian Ketika ditanya mengenai “Seberapa sering Anda menghapus atau menyaring jejak digital Anda di Instagram untuk menjaga privasi Anda?” 15 reponden mengaku kadang-kadang, 8 reponden memilih rutin, 5 reponden memilih jarang, dan sisanya 3 responden memilih tidak pernah. Yang di mana dalam pertanyaan tersebut tentang kesadaran seseorang atas jejak digital yang mereka punya untuk menjaga dan mengendalikan informasi yang dapat suatu saat di akses orang lain. Kemudian tentang petanyaan “Seberapa sering Anda memeriksa dan memperbarui pengaturan privasi akun Instagram Anda?” 17 responden menjawab jarang atau tidak pernah, 10 responden menjawab sebulan sekali, dan sisanya 2 responden menjawab seminggu sekali, 2 lagi menjawab setiap hari. Selanjutnya tentang pertanyaan “Apakah Anda merasa nyaman dengan tingkat privasi yang saat ini Anda miliki di akun Instagram?” 20 reponden mengaku nyaman, 9 responden mengaku sangat nyaman dan sisanya 2 responden tidak terlalunyaman. Hal tesebut menandakan bahwa privasi yang diberikan Instagram sudah cukup baik dikarekan banyak dari 50% responden menjawab bahwa sudah nyaman dengan tingkat privasi mereka dan meraka pun jarang untuk memperbaharui pengaturan privasi akun Instagram mereka. Pertanyaan selanjutnya menganai “Bagaimana Anda menilai fitur privasi baru yang diperkenalkan oleh Instagram dalam setahun terakhir?” 14 responden menjawab memuaskan, 15 responden menjawab cukup memuaskan dan 2 reponden menjawab sangat memuaskan. Yang menandakan fitur privasi dari Instagram pada setahun trakhir cukup baik untuk melindungi privasi dari pengguna sosial media mereka.

Kemudian Ketika ditanya mengenai “Bagaimana Anda mengelola persetujuan tag foto atau video sebelum diposting di akun Instagram Anda?” 18 responden menjawab memeriksa dan menyetujui beberapa tag, 9 responden menjawab selalu memeriksa dan menyetujui setiap tag, 3 responden menjawab menyukai semua tag tanpa memeriksa, dan 1 respondem menjawab tidak mengelola persetujuan tag sama sekali.

Pada pertanyaan tersebut. Pada akhirnya kepada kesadaran akan mentag akun sosial media intagram orang lain dikarena kan setiap orang memiliki hak penuh akan sosial media mereka yang mencakup untuk memberikan izin atau tidak. Petronio berpendapat bahwa disclosure of private information lebih fokus pada konten dari apa yang disampaikan serta bagaimana seseorang merasa nyaman dalam menerima dan menangani informasi itu (West & Turner, 2010). Kemudian soal petanyaan “Seberapa sering Anda memeriksa izin akses aplikasi pihak ketiga yang terhubung dengan akun Instagram Anda?” 17 responden menjawab kadang-kadang memeriksa, 7 responden menjawab rutin memeriksa dan mengelola izin, 5 responden menjawab jarang memeriksa dan sisanya 2 reponden menjawab tidak pernah memeriksa. Untuk hal tersebut harusnya setiap pengguna sosial media Instagram lebih peduli dikarenakan Ketika mengenai akun pihak ketiga yang dimana akan selalu ada kemungkinan peretasan dan pengambilan data dari luar aplikasi Instagram sendiri. Ketika ditanya mengenai

“Apakah Anda pernah mengalami pelanggaran privasi di Instagram, seperti akun diretas atau informasi pribadi yang bocor?” 19 responden menjawab tidak pernah, 7 responden menjawab ya, kadang-kadang, 3 responden menjawab tidak tahu dan sisanya 2 responden menjawab ya, sering. Dimana pada hal ini pengguna sosial media Instagram sudah cukup baik mengamankan data dari akun sosial media mereka.

Pertanyaan mengenai “Bagaimana Anda menilai keamanan kata sandi akun Instagram Anda?” 13 responden menjawab cukup kuat, 11 responden menjawab kuat dan unik untuk setiap akun dan sisanya 7 responden kuat tetapi digunakan untuk beberapa akun. Menurut teori Protection Motivation Theory (PMT) oleh Rogers (1975) seseorang berkeinginan melakukan sesuatu karena memiliki motivasi untuk melindungi (protection motivation) dirinya. Maka dari itu para responden menilai keamanan dari kata sandi mereka kuat dan unik sejalan dengan motivasi mereka untuk melindungi sosial media yang mereka miliki.

Kemudian ditanya tentang “Seberapa sering Anda memeriksa dan mengelola daftar pengikut di akun Instagram Anda?” 13 responden menjawab jarang atau tidak pernah, 8 responden menjawab sekali sebulan, 6 responden menjawab sekali seminggu dan sisanya 4 responden setiap hari. Yang dimana pada hal itu pengguna menjaga daftar pengikut yang didalamnya terdiri hanya orang-orang ia kenal saja. Pertanyaan selanjutnya mengenai “Sejauh mana Anda membagikan informasi pribadi di profil Instagram Anda, seperti tempat tinggal atau nomor telepon?” yang dimana 20 responden menjawab tidak pernah, 8 responden menjawab kadang-kadang, 2 responden menjawab sering dan sisanya 1 responden menjawab selalu. Ferisa Nurul Kamilah & Sri Budi Lestari (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Sehingga para pengguna Instagram butuh menetapkan kontrol dan batasan saat melakukan keterbukaan informasi agar tetap melindungi informasi pribadi yang dimilikinya. Yang pada hal tersebut menjawab bagaimana bahwa responden sudah cukup memahami informasi apa saja yang dapat di bagikan dan tidak perlu di bagikan pada hal tersebut sudah masuk dalam privacy control. Dan untuk pertanyaan terakhir “Bagaimana pendapat Anda tentang kebijakan privasi Instagram saat ini?” 17 responden menjawab baik, 7 responden menjawab sangat baik dan sisanya 7 responden menjawab cukup baik. Yang dimana pada hal ini menunjukkan bahwa kebijakan dari Instagram sendiri sudah cukup baik dan positif.

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Manusia adalah pembuat keputusan yang di mana pada penelitian ini bahwa Pengguna sosial media Instagram dapat memprivasi maupun tidak untuk menjaga dan mempertimbangkan orang lain mengakses akun Instagram mereka untuk mendapatkan informasi pribadi mereka yang mereka bagikan. Dan memanfaatkan fitur dari Instagram salah satunya close friends yang dimana berguna bagi beberapa orang untuk membagikan informasi pribadi yang di rasa berharga.

Manusia adalah pembuat peraturan dan pengikut peraturan yang dimana beberapa pengaturan privasi akun Instagram digunakan secara default yang dimana lebih dari 50% jarang atau tidak pernah memperbaharui privasi akun Instagram mereka yang di mana mereka mengikuti peraturan privasi yang dari awal di sediakan oleh Instagram sendiri dan 60% responden juga mengaku nyaman akan tingkat privasi saat ini di akun Instagram mereka. Responden juga mengaku memuassakan dengan fitur privasi yang di perkelankan Instagram setahun terakhir dan sisanya cukup memuassakan dimana ada hal yang memang kurang puas akan fitur Instagram. Dan lebih dari 50% mengaku bahwa kebijakan Instagram saat ini sudah baik tentang privasi dan sisanya memilih sangat baik dan cukup baik. Pemahaman yang

mendalam dan penerapan Privacy Control oleh responden dalam penggunaan media sosial Instagram menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap manajemen privasi pribadi mereka. Beberapa aspek kunci dari privasi dikontrol dengan cermat, menciptakan suatu Batasan yang jelas terkait dengan bagaimana informasi pribadi akan diungkapkan dan dikelola di platform tersebut. Responden menunjukkan bahwa mereka secara aktif mengelola persetujuan terkait tag foto atau video sebelum diposting. Tindakan ini menggambarkan kesadaran mereka akan hak untuk mengendalikan sejauh mana informasi mereka tersebar di platform sosial media. Tidak hanya itu, mereka bahkan secara konsisten memeriksa dan menyetujui setiap tag, menekankan bahwa setiap aspek dari interaksi dan pengungkapan informasi di Instagram memiliki nilai penting. Penting untuk dicatat bahwa responden juga berkomitmen untuk tidak membagikan informasi pribadi di profil Instagram mereka. Keputusan ini menunjukkan adanya Batasan yang kuat terhadap sejauh mana informasi sensitif atau pribadi akan diungkapkan di dunia maya. Sikap ini merupakan manifestasi dari kesadaran akan Privacy Ownership, yaitu hak individu untuk memegang kendali atas informasi pribadi mereka (West, 2013).

Lebih jauh lagi, respons yang menyatakan bahwa mereka tidak pernah mengalami peretasan atau kebocoran informasi pribadi karena adanya Batasan dalam penggunaan Instagram menunjukkan efektivitas dari kebijakan kontrol privasi yang mereka terapkan. Kesadaran akan risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam lingkungan digital memberikan dasar bagi individu untuk membentuk Batasan yang berfungsi sebagai lapisan pertahanan terhadap potensi ancaman terkait privasi. Ketika responden menyatakan bahwa mereka secara penuh menyadari Privacy Ownership, hal ini mencerminkan pemahaman mendalam akan nilai-nilai dan batasan yang diterapkan dalam manajemen privasi mereka. Mereka secara aktif menilai informasi pribadi mana yang sebaiknya tidak dibagikan di media sosial, mengidentifikasi dengan jelas bahwa tidak semua aspek kehidupan mereka perlu disiarkan secara terbuka. Penerapan prinsip-prinsip privasi ini oleh responden menciptakan lingkungan di mana mereka dapat merasa aman dan terlindungi secara digital. Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana individu dapat secara efektif menggunakan Privacy Control dan Privacy Ownership untuk membentuk Batasan yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai pribadi mereka dalam interaksi di media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. In *Privacy Enhancing Technologies* (pp. 36-58). Springer.
- Bestari, N. P. (2022, September 07). CNBC Indonesia. Retrieved from Berita tech.
- Boyd, D., & Hargittai, E. (2013). Connected and concerned: Variation in parents' online safety concerns. *Policy & Internet*, 5(3), 245-269.
- De Wolf, R., & Marakhimov, A. (2019). Privacy on Instagram: An analysis of privacy-related features on Instagram. In *2019 12th International Conference on Human System Interactions (HSI)* (pp. 91-97). IEEE.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., Chen, S., & Online, S. (2018). Online social media fatigue

and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety, and depression. *Telematics and Informatics*, 35(1), 74-88.

Dianiya, V. (2021). Management Privacy dalam penggunaan fitur "close Friend" di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 249-266.

Fahusni, F. (2022, September 7). Selular.id.

Ferisa Nurul Kamilah, S. B. (2020). Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 9(1), 98-108.

Gross, R., & Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. In *Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society* (pp. 71-80).

Hargittai, E., & Marwick, A. (2016). What can a privacy dashboard do? A multi-site case study of a privacy dashboard and lessons learned for the future of personal informatics tools. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(12), 2835-2856.

Hargittai, E., & Marwick, A. (2016). What can a privacy dashboard do? A multi-site case study of a privacy dashboard and lessons learned for the future of personal informatics tools. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(12), 2835-2856.

Rizaty, M. A. (2023, September 8). DataIndonesia.id. Retrieved from Data Indonesia.

Roy. (2021, Januari 14). CNBC Indonesia.

Saidah, M. (2021). Manajemen Privasi Komunikasi di Era Transparansi. *Jurnal INTERAKSI PERADABAN*, 193-217.

West, R. T. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi dan Analisis Aplikasi*. Salemba Kumanika.