

Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram

Ferisa Nurul Kamilah, Sri Budi Lestari

ferisanurulk5@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The emergence of the phenomenon of the use of social media Instagram, which is used as a suggestion to make self-disclosure. Self-disclosure includes things that include the realm of user privacy. This can pose a variety of risks that can occur to Instagram users. This research aims to reveal and understand how a person does privacy management on his Instagram account by using qualitative research methods. This research refers to interpretive paradigms with phenomenological approaches. The data collection technique used in this study is indepth interview, with the number of informants as many as 5 people. The theory used in this research is Communication Privacy Management Theory put forward by Sandra Petronio.

The results of this study revealed that users use Instagram to create impressions, interests, relationships and build their image. In addition, users also have different restrictions on information regarding their privacy. Through communication privacy management theory also found that there are rules criteria used by Instagram users to consider when to disclose information through Instagram. Cultural criteria such as customs, norms, and religious values that exist in the user, gender criteria in the form of gender expression and clothing, motivation criteria in the form of encouragement and feeling of pleasure, context criteria in the form of positiveness, not offensive to others, and environmental conditions, risk criteria - benefits that is a comparison between the amount of profit or loss that the user will get after making disclosure. In this study, the way that users manage their Instagram privacy is by deciding not to disclose their privacy at all on Instagram or creating a second Instagram account devoted to disclosing privacy. The second account used is only shared by the people closest to them and trusted by the user who makes it more free to express their privacy.

Keywords : **Communication privacy management, Self-disclosure, Instagram**

ABSTRAK

Munculnya fenomena penggunaan media sosial Instagram, yang dijadikan saran melakukan pengungkapan diri. Pengungkapan diri yang dilakukan termasuk hal – hal yang termasuk ranah privasi pengguna. Hal ini dapat menimbulkan berbagai risiko yang dapat terjadi kepada pengguna Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan memahami bagaimana seseorang melakukan manajemen privasi pada akun Instagramnya dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini merujuk pada paradigma interpretif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *indepth interview*, dengan jumlah informan sebanyak 5 orang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Communication Privacy Management Theory* yang dikemukakan oleh Sandra Petronio.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa para pengguna menggunakan Instagram untuk menciptakan kesan, ketertarikan, hubungan serta membangun citra. Selain itu, para pengguna juga memiliki batasan – batasan informasi yang berbeda – beda terkait privasinya. Melalui teori *Communication Privacy Management* juga ditemukan bahwa terdapat kriteria aturan yang digunakan oleh para pengguna Instagram untuk mempertimbangkan saat akan mengungkapkan informasi melalui Instagram. Kriteria budaya seperti adat istiadat, norma, dan nilai agama yang ada pada pengguna, kriteria gender berupa *gender expression* dan pakaian, kriteria motivasi berupa dorongan dan perasaan senang, kriteria konteks berupa hal yang positif, tidak menyinggung pihak lain dan juga kondisi lingkungannya, kriteria risiko – manfaat yaitu perbandingan antara besarnya keuntungan atau kerugian yang akan pengguna dapat setelah melakukan pengungkapan. Pada penelitian ini cara yang diterapkan oleh para pengguna untuk mengelola privasi Instagramnya, yaitu dengan memutuskan untuk tidak mengungkapkan sama sekali privasinya di Instagram atau membuat akun kedua Instagram yang dikhususkan untuk mengungkapkan privasi. Akun kedua yang digunakan hanya di ikuti oleh orang – orang terdekat dan dipercaya oleh pengguna yang membuatnya lebih leluasa mengungkapkan privasinya.

Kata Kunci : Manajemen privasi komunikasi, Pengungkapan diri, Instagram.

PENDAHULUAN

Pesatnya teknologi informasi dan komunikasi yang sedemikian 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.

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 akun tersebut. Untuk itu, dalam melakukan pengungkapan perasaan, opini pribadi dan pengungkapan informasi yang dibagikan dengan khalayak beragam dan tidak jelas pengguna Instagram dapat mengaburkan batasan antara privasi dan publik.

Meski pengungkapan diri merupakan sebuah jembatan untuk menjalin hubungan dengan orang lain, pengungkapan diri juga memiliki risiko. Ketika mengungkapkan sesuatu kepada seseorang, orang itu dapat membagikannya ke orang lain yang bahkan tidak kita inginkan. Untuk itu, sangat penting

untuk menjaga keseimbangan antara keterbukaan dan privasi untuk mengelola hubungan - hubungan kita. Saat seseorang telah mengungkapkan diri mereka, maka apa yang telah diungkapkan tersebut tidak dapat ditarik kembali.

Menurut Alan F. Westin dalam jurnal *Privacy: A Conceptual Analysis, Vol.8 No.1*, tahun 1976 yang berjudul *Environment and Behaviour* (hal: 8), 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*.

Dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial ini umumnya tanpa memiliki pengetahuan dan kesadaran akan etika di media sosial. Para pengguna Instagram tidak menyadari bahaya atau risiko yang mereka hadapi ketika mereka menjelajah di dunia sosial media. Pengungkapan diri juga bisa menjadi ancaman dan berisiko untuk dilakukan. Jika seseorang melakukan pengungkapan diri kepada orang yang salah, pada waktu yang tidak tepat, mengungkapkan terlalu banyak privasi dapat

memunculkan berbagai risiko bagi diri kita (West & Turner, 2010: 220).

RUMUSAN MASALAH

Perkembangan teknologi membuat banyak orang yang melakukan pengungkapan diri melalui media sosial. Pengungkapan diri yang tadinya hanya dilakukan kepada orang yang dipercaya pun saat ini telah berubah dengan adanya media sosial, kini seseorang dapat melakukan pengungkapan diri kepada semua orang melalui media sosial. Salah satu media sosial yang banyak dipakai masyarakat yaitu Instagram. Namun, dalam melakukan pengungkapan diri melalui Instagram tidak semua penggunanya mampu melakukan pengelolaan terhadap batasan publik dan privat. Batasan ini ada di antara informasi yang ingin diutarakan oleh seseorang dan informasi yang ingin disimpan. Pada kenyataannya, beberapa pengguna begitu mudahnya mengunggah hal-hal yang sifatnya sangat pribadi di media sosial. Sedangkan, terdapat risiko – risiko yang dapat timbul akibat pengungkapan diri di media sosial yang tidak diikuti dengan adanya pengetahuan dan kesadaran akan perilaku di dunia maya. Peneliti mengasumsikan bahwa para pengguna Instagram tidak menyadari adanya risiko. Berdasarkan uraian tersebut, pertanyaan penelitian ini sebagai berikut:

bagaimana mereka mengungkapkan diri di Instagram dan apakah mereka mampu mengelola informasi pribadinya?

TUJUAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana seseorang melakukan pengelolaan informasi - informasi privasinya di media sosial Instagram.

KERANGKA TEORI

TEORI COMMUNICATION PRIVACY MANAGEMENT.

Teori *Communication Privacy Management* (CPM) ini dikemukakan oleh Sandra Petronio, Ia menjelaskan teori ini sebagai peta cara seseorang dalam menjaga privasi yang mereka miliki. Sandra Petronio ingin seseorang untuk lebih memperhitungkan batasan - batasan yang mencakup informasi yang hanya dimiliki oleh dirinya. (Griffin, 2012:168).

Akar dari teori Teori *Communication Privacy Management* (CPM) merupakan asumsi – asumsi mengenai cara seorang individu berpikir dan mengkomunikasikannya. Definisi informasi dalam teori ini merupakan sesuatu rahasia (*private*), yang artinya informasi tersebut sangat berarti bagi mereka atau dapat juga disebut dengan informasi

privat (*private information*). Kemampuan untuk mengatur informasi privat inilah yang membuat seseorang merasakan bahwa mereka merupakan pemilik sah dari informasi yang dibagikan mengenai dirinya sendiri. Maka, mereka memiliki hak untuk memberikan batasan – batasan bagi orang lain.

Aturan privasi memiliki lima karakteristik, yaitu berdasarkan kriteria budaya, kriteria gender, kriteria motivasi, kriteria konteks dan kriteria rasio risiko dan keuntungan. (West & Turner, 2008:261). Prinsip-prinsip ini pada dasarnya merupakan bagaimana mendefinisikan pengungkapan diri yang dilakukan dalam Instagram ditetapkan melalui pengungkapan informasi yang bersifat privasi. Sehingga para pengguna Instagram butuh menetapkan kontrol dan batasan saat melakukan keterbukaan informasi agar tetap melindungi informasi-informasi pribadi yang dimilikinya.

METODE PENELITIAN

TIPE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengetahui fenomena seperti apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara holistik

lalu dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. yang berkonsentrasi pada pengalaman individu. Fenomenologi sendiri mengatakan bahwa setiap bahasa memiliki pemaknaan pada sebuah benda. Sehingga satu kata dapat menghasilkan makna pada suatu hal yang memang ingin dimaknai.

SUBJEK PENELITIAN

Pengguna Instagram yang aktif menggunakan akunnya dengan mengunggah foto ataupun video serta membalas komentar ataupun *direct message* dari pengikut (*followers*), baik perempuan maupun laki – laki rentang usia 18-25 dengan pekerjaan yang berbeda meliputi pelajar, mahasiswa, dan karyawan.

SUMBER DATA

DATA PRIMER

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui *indepth interview* dengan narasumber yang menggunakan Instagram dan melakukan manajemen privasi.

DATA SEKUNDER

Sumber tertulis diantaranya buku, jurnal ilmiah, artikel pemberitaan, dokumen resmi serta bahan acuan dari internet.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data penelitian ini diperoleh melalui kegiatan wawancara mendalam (*indepth interview*).

ANALISIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang menggunakan metode dari Stevick, Colaizzi, dan Keen dengan pendekatan fenomenologi (Kuswarno, 2009:70). Berikut tahapan analisis data:

1. Memperoleh gambaran fenomena berdasarkan pengalaman yang didapatkan sendiri di lapangan.
2. Tahap wawancara, dilakukan proses transkrip hasil wawancara dengan langkah:
 - a. Mempertimbangkan pernyataan informan yang sehubungan dengan signifikansi untuk mendeskripsikan pengalaman dari informan.
 - b. Mencatat dan merekam semua pernyataan yang relevan dengan penelitian.
 - c. Pernyataan kemudian dibuat menjadi daftar yang tidak tumpang tindih (berulang – ulang) serta memiliki makna untuk penelitian ini.
 - d. Mengaitkan dan mengelompokkan pernyataan wawancara sesuai dengan tema.

- e. Membentuk sintesis dari unit makna dan tema (deskriptif tekstural), termasuk makna yang dinyatakan secara verbal menjadi inti unit makna.
 - f. Melindungi refleksi penjelasan struktural melalui variasi imajinasi dengan pembuatan deskripsi struktural.
 - g. Mencampurkan deskripsi tekstural dan struktural untuk menghasilkan makna dan esensi fenomenologi.
3. Membuat deskripsi secara menyeluruh dan menjadi simpulan akhir dari penelitian dengan menghasilkan makna dan esensi dari pengalaman yang memiliki struktur penting.

HASIL PENELITIAN

Umumnya seseorang melakukan pengungkapan kepada orang lain secara bertahap, dimulai dari berbagai hal yang dangkal tentang dirinya hingga hal yang bersifat pribadi dan intim. Namun, pada penelitian ini proses pengungkapan diri yang dilakukan oleh para informan melalui media sosial Instagram cenderung dilakukan secara acak dan tidak bertahap.

Pada akun utama Instagramnya, para pengguna mencatumkan identitas aslinya dalam profil. Informan IV dan V menampilkan profil dirinya secara lengkap

bahkan hingga menambahkan status pekerjaan atau pendidikan dan juga domisilinya untuk menimbulkan suatu kesan positif dan meningkatkan nilai dirinya. Sedangkan di sisi lain, Informan I dan III menjelaskan bahwa dalam menampilkan profilnya terkadang mereka membuat akunnya terlihat anonim atau menggunakan nama dan foto profilnya yang bukan dirinya. Informan melakukan ini untuk melindungi identitasnya pada saat tertentu, karena menurut mereka ada saat - saat dimana mereka tidak ingin identitas asli mereka diketahui.

Pada akhirnya, peneliti melihat adanya kontrol yang dilakukan oleh para informan dalam membagikan informasi yang menurut para informan merupakan hal yang cukup privasi tentang diri mereka dengan cara tersendiri. Informan II dan III memilih untuk sebisa mungkin tidak membagikan informasi privat atau dengan menggunakan fitur yang disediakan Instagram seperti fitur *hide story* dan *close friend* yang dapat mereka gunakan untuk menyembunyikan unggahan dari beberapa *followers*nya.

Informan I, IV, dan V justru memilih untuk membuat akun kedua Instagram yang dijadikannya sebagai tempat khusus membagikan informasi yang lebih privat mengenai diri mereka. Para informan

memfilter orang – orang yang boleh mengikuti dan mengakses akun keduanya dengan menerapkan fitur *protect/privat* dan tidak semua orang yang mengirimkan permintaan *follow* akan diterima. Hanya orang-orang yang dirasa dekat dan dipercaya informan saja yang dapat mengakses akun kedua ini. Akun ini pun bersifat anonim, yang mana tidak menggunakan nama, foto dan profil asli pengguna. Saat berada didalam situasi anonim, seseorang akan merasa bahwa dirinya dapat mengekspresikan perasaan dan pemikiran mereka yang sesungguhnya dengan leluasa (Misoch:2014).

Pandangan aturan yang terdapat pada teori CPM membedakan mengapa individu memilih untuk menghentikan atau mengungkapkan informasi pribadi. Pengambilan keputusan untuk menetapkan aturan pribadi memiliki kriteria tertentu seperti kriteria budaya, kriteria gender, kriteria motivasi, kriteria kontekstual, dan kriteria rasio risiko atau manfaat (Griffin,2012:170).

Para informan telah menerapkan kriteria aturan privasi dan berbagai cara dalam proses mengungkapkan diri melalui Instagram. Hal ini terlihat dari bagaimana seluruh informan melalui berbagai tahapan kriteria seperti budaya, gender, motivasi,

konteks, dan risiko-manfaat yang menjadi pertimbangannya dalam pengambilan keputusan untuk mengungkapkan diri pada akun Instagram yang dimilikinya.

Alasannya yang membuat para pengguna Instagram melakukan manajemen privasi pada akun Instagramnya karena ingin merasa aman akan adanya penyalahgunaan informasi privasi mereka. Selain itu, adanya pengalaman – pengalaman yang dialami oleh beberapa informan berupa komentar – komentar negatif.

Penelitian ini juga menemukan bahwa para informan menggunakan berbagai cara atau strateginya masing masing saat mengungkapkan hal terkait privasinya. Seperti yang dilakukan oleh Informan II dan III yang menggunakan fitur – fitur yang disediakan oleh Instagram seperti *closefriends* dan *hide story* atau membentuk akun kedua.

Hal ini dilakukan karena adanya perasaan ingin tetap mengunggah privasi mereka dan tetap memiliki kontrol atas informasi tersebut. Selain itu, adanya pengaruh dari pengalaman informan saat menghadapi reaksi negatif terhadap dirinya. Fenomena pembuatan akun kedua oleh para pengguna Instagram merupakan suatu bukti bahwa mereka mengungkapkan diri dan

menyebabkan privasi yang seharusnya bukan untuk konsumsi umum tercampur ke dalam ruang publik. Menurut para informan hal ini dilakukan karena dalam akun pertama Instagramnya hanya menunjukkan hal-hal dari sisi terbaik mereka yang dapat membuat orang lain tertarik. Sedangkan, akun kedua merupakan tempat mereka mengeluarkan segala keluh kesah dan menjadi diri mereka yang sesungguhnya.

Peneliti melihat bahwa para informan yang menggunakan dua akun Instagram melakukan pembagian peran dan membedakan informasi yang mereka bagikan. Pada akun pertama mereka membentuk citra diri yang sebaik – baiknya dan akun kedua digunakan untuk mejadi dirinya yang sebenar – benarnya.

KESIMPULAN

Adapun hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengguna tidak menutupi identitas dirinya seperti nama, foto, dan profil diisi sesuai dengan data dirinya yang asli. Namun, identitas tersebut akan ditutupi pada saat – saat tertentu. Hal ini dapat dilakukan karena mereka menggunakan CMC.
2. Para informan dalam temuan penelitian melakukan pengungkapan secara acak

- dan tidak bertahap. Namun, kerap kali mereka menerapkan fitur privat untuk memeriksa dan menyaring orang - orang yang mem*follow* akunnya.
3. Pengungkapan diri yang dilakukan pada akun utama Instagram lebih berfokus kepada hal – hal yang positif untuk membuat orang tertarik dan menyukai unggahannya di Instagram.
 4. Pengguna memiliki batasan – batasan yang berbeda terkait privasi yang mereka ungkapkan dalam Instagram. Selain itu mereka memiliki cara yang berbeda – beda dalam mengungkapkan privasinya.
 5. Konteks dari informasi yang mereka unggah menjadi sebuah pertimbangan yang paling utama bagi pengguna Instagram. Dalam penelitian ini diketahui bahwa para informan cenderung memilih informasi yang tidak akan menimbulkan kesalahpahaman dan cenderung disukai oleh para *followers*nya.
 6. Komponen budaya yang dimiliki oleh para informan dan lingkungannya mempengaruhi proses pengungkapan dirinya melalui Instagram.
 7. Informan juga memperhitungkan risiko dan manfaat yang akan mereka alami ketika melakukan pengungkapan melalui Instagram.
 8. Beberapa informan menggunakan akun kedua yaitu Informan I, IV dan V untuk mengelola privasinya, mereka merasa lebih leluasa membagikan informasinya karena mereka mengetahui siapa saja orang – orang yang dapat mengakses informasi tersebut.
 9. Penggunaan akun kedua merupakan cara para informan untuk mempertahankan citra diri atau gambaran baik tentang dirinya di akun utama Instagramnya.

DAFTAR PUSTAKA BUKU

- Beebe, A. Steven, Susan J. Beebe & Mark V. Redmond. 2005. *Interpersonal Communication: Relating to Other*. Boston: Allyn and Bacon.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Devito, Joseph. A. 2001. *The Interpersonal Communication*. New York: Addison Wesley Logman Inc.
- Devito, Joseph. A. 2012. *The Interpersonal Communication*. New York: Addison Wesley Logman Inc.
- Ferrante, Joan. 2011. *Sociology: A Global Perspective, Enhanced Seventh Edition*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Griffin, E. 2012. *In A First Look At Communication Theory* Eight Edition. Amerika: McGrew Hill.
- Jones E.E. 1990. *Interpersonal Perception*. New York: W.H. Freeman.

Kuswarno, Engkus. 2009. Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya, Widya Padjajaran Perpustakaan Pusat UII

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika

Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Sears, David O., et al. 2006. *Social Psychology Twelfth Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Tubbs, Stewart L & Sylvia Moss. 2005. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*, Editor Deddy Mulyana. Bandung Remaja : Rosdakarya,.

West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, Ed. Penerjemah Maria Natalia Damayanti Maer. 2009. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika

West, Richard dan Lynn H. Turner. 2010. *Introducing Communication Theory*. New York: Mc Graw-Hill.

SKRIPSI

Ernanda, Andi. 2014. Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego di Twitter. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo : Jakarta.

Putri, Ade. 2012. *Privacy Boundary Management Melalui Media Online*

(Studi Naratif Terhadap Penulis Status di Facebook, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia: Jakarta.

Yz-zahra, Fayaretharatri.2018. Studi Fenomenologi *Online Self Disclosure* melalui Instagram Story. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro : Semarang

Nugroho, Fadhillah. 2019. *Strategi Pengelolaan Kesan Dalam Komunikasi Hyperpersonal Pengguna Tinder*, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro : Semarang

JURNAL

C. M. Seamon. 2003. *Self-esteem, sex differences, and self-disclosure: a study of the closeness of relationship*, Osprey Journal of Ideas and Inquiry. Vol. 3. 153-167.

Finn, Rachel & Wright, David & Friedewald, Michael. 2013. *Seven types of privacy. European Data Protection: Coming of Age*, 3-32.

Jones, Edward & Pittman, Thane. 1982. *Toward a General Theory of Strategic Self Promotion. Psychological Perspectives on The Self. Vol.1 No.9. 231-262*

Lin, Riouyun & Sonya Utz. 2017. *Self-disclosure on SNS: Do Disclosure Intimacy and Narrativity Influence Interpersonal Closeness and Social Attraction? Computers in Human Behavior, Vol. 70, 426-436.*

Mahardika, R. D. & Farida, F. 2019. Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. Jurnal Studi Komunikasi, Vol. 3 No.1, 101 -117.

Masur, Phillipp K & Michael Scharrow. 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

Misoch, Sabina. 2014. *Card Stories on Youtube: A New Frame for Online Self Disclosure. Media and Communication*, Vol.2 No.1, 2-12.

Westin, Almant F. 1976. *Privacy : A Conceptual Analysis. Enviroment and Behaviour*, Vol.8 No.1, 7-11.

INTERNET

Morgan, Chloe. 2019. *Influencer who posed in a bikini to ponder how different her life is to 'the man picking rice every morning' in a field in Bali is branded 'narcissistic'*. [dailymail.co.uk: https://www.dailymail.co.uk/femail/article-7141965/Influencer-posed-bikini-overlooking-rice-field-SLAMMED-humble-brag.html](https://www.dailymail.co.uk/femail/article-7141965/Influencer-posed-bikini-overlooking-rice-field-SLAMMED-humble-brag.html) dipetik pada 03 Maret 2020 pada pukul 15.32 WIB.

Pratomo, Yudha. 2019. 49 Persen Netizen di Indonesia Pernah Mengalami "Bullying" di Medsos. [Kompas.com: https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/08290047/49-persen-netizen-di-indonesia-pernah-mengalami-bullying-di-medsos](https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/08290047/49-persen-netizen-di-indonesia-pernah-mengalami-bullying-di-medsos) dipetik pada 03 Maret 2020 pada pukul 17.30 WIB..

Garjito, Dany. 2019. Unggah Foto Gempil Berbikini, Gisel Ditegur Warganet soal Predator Anak. [Suara.com: https://www.suara.com/lifestyle/2019/03/31/190500/unggah-foto-gempil-berbikini-gisel-ditegur-warganet-soal-predator-anak](https://www.suara.com/lifestyle/2019/03/31/190500/unggah-foto-gempil-berbikini-gisel-ditegur-warganet-soal-predator-anak) dipetik pada 03 Maret 2020 pada pukul 17.48 WIB.

E&T editor staff, 2019. *Child grooming cases boom on Instagram*. [eandt.theiet.org: https://eandt.theiet.org/content/article/s/2019/03/child-grooming-cases-](https://eandt.theiet.org/content/article/s/2019/03/child-grooming-cases-)

[boom-on-Instagram/](#) dipetik pada 03 Maret 2020 pada pukul 18.20 WIB.

Hanna, Nurul. 2019. Salmafina Sunan Curhat Hindari Bertemu Sang Ayah Karena Alasan Ini. [Tribunnews.com: https://www.tribunnews.com/seleb/2019/07/15/salmafina-sunan-curhat-hindari-bertemu-sang-ayah-karena-alasan-ini](https://www.tribunnews.com/seleb/2019/07/15/salmafina-sunan-curhat-hindari-bertemu-sang-ayah-karena-alasan-ini) dipetik pada 05 Maret 2020 pada pukul 13.20 WIB.

Herlinda, Wike Dita. 2019. Stop Curhat Masalah Keluarga di Medsos. [Bisnis.com: https://lifestyle.bisnis.com/read/2015/1004/54/478647/setop-curhat-masalah-keluarga-di-medsos](https://lifestyle.bisnis.com/read/2015/1004/54/478647/setop-curhat-masalah-keluarga-di-medsos) dipetik pada 05 Maret 2020 pada pukul 14.45 WIB.

Canares, M. 2018. *Online Privacy: Will they Care?, Teenagers Use of Social Media and their Understanding of Privacy Issues in Developing Countries*. World Wide Web Foundation : https://webfoundation.org/docs/2018/08/WebFoundationSocialMediaPrivacyReport_Screen.pdf dipetik pada 05 Maret 2020 pada pukul 19.30 WIB.

Napoleon Cat. 2020. *Instagram users in Indonesia*. [Napoleoncat.com: https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/08](https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/08) dipetik pada 20 Agustus 2020 pada pukul 17.47 WIB.

Duggan, Maeve. 2014. *Online harassment*. [Pewresearch.org: https://www.pewresearch.org/internet/2014/10/22/online-harassment/](https://www.pewresearch.org/internet/2014/10/22/online-harassment/) dipetik pada 24 November 2020 pada pukul 19.48 WIB.