

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi dan mengekspresikan diri. Platform seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga sebagai ruang bagi pengguna untuk membangun relasi sosial dan menampilkan identitas diri (Self et al., 2025). Melalui berbagai fitur yang disediakan, pengguna dapat membagikan pengalaman, perasaan, serta pandangan pribadi kepada audiens yang beragam, baik secara terbuka maupun terbatas.

Seiring dengan meningkatnya praktik pengungkapan diri di media sosial, muncul pula persoalan terkait privasi. Informasi personal yang dibagikan di ruang digital berpotensi diakses, disalahartikan, atau disebarluaskan di luar kendali pengguna. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai ruang komunikasi yang tidak sepenuhnya aman, terutama ketika individu melakukan *self disclosure* yang bersifat personal atau emosional (Ferisa Nurul Kamilah, 2022).

Instagram merespons kebutuhan pengguna akan kontrol privasi dengan menghadirkan fitur *privacy controls* diantaranya fitur *close friends*, *hide*, dan *story controls*. Fitur tersebut memungkinkan pengguna untuk membatasi audiens tertentu dalam mengakses konten yang dibagikan, sehingga menciptakan ruang komunikasi yang bersifat semi-privat. Melalui fitur

tersebut, pengguna memiliki persepsi bahwa informasi personal dapat dibagikan secara lebih aman dibandingkan unggahan publik (Andrayani, 2025).

Self disclosure (keterbukaan diri) melalui fitur *Privacy Controls* yang ada di Instagram seperti fitur *Close Friends*, *hide*, dan *Story Controls* berkembang menjadi sebuah fenomena digital yang semakin kompleks, fitur ini awalnya dirancang untuk memberikan ruang privat bagi pengguna (Simanungkalit et al., 2025). Pengguna dapat membagikan konten hanya kepada daftar teman dekat saja, menyembunyikan dari beberapa orang yang dipilih, dan mengontrol cerita yang dibagikan seperti siapa saja yang boleh membagikan cerita, dan membalasnya. Namun, dalam praktiknya batas keterbukaan yang sehat sering kali menjadi abu-abu (Mambat, 2024). Pengguna kerap merasa lebih aman dan nyaman karena konten yang dibagikan tidak bersifat publik, melainkan terbatas pada kelompok yang dianggap “percaya”. Hal ini justru mendorong sebagian individu untuk mengungkapkan berbagai aspek kehidupan pribadi mereka secara intens. Mulai dari rutinitas sehari-hari, curahan hati, masalah emosional, hingga pengalaman yang bersifat sangat intim.

Konten tersebut biasanya dibagikan dalam bentuk foto, video, maupun narasi teks yang bersifat spontan dan emosional. *Self Disclosure* yang tidak sehat ini dipengaruhi oleh persepsi subjektif akan kedekatan dan rasa aman dalam ruang digital yang bersifat tertutup, meskipun sebenarnya kontrol terhadap privasi tetap relatif terbatas. Penelitian dari (Mawarningsih et al., 2022) mengatakan bahwa keterbukaan diri yang tidak sehat mengacu pada

tindakan mengungkapkan perasaan, pandangan, dan aspek pribadi seperti seksualitas secara lebih mendalam dibandingkan dengan apa yang biasanya disampaikan dalam interaksi langsung.

Kecenderungan ini juga berkaitan erat dengan kebutuhan akan validasi sosial, perhatian, dan dukungan emosional dari orang-orang terdekat, meskipun dalam beberapa kasus bisa mengarah pada eksploitasi diri secara tidak sadar di media sosial. Dengan demikian, keterbukaan diri melalui fitur yang ada di Instagram tidak hanya merefleksikan keinginan untuk menjadi koneksi yang lebih intim, tetapi juga memperlihatkan bagaimana media sosial dapat memicu perilaku berbagi yang berlebihan. Artikel kompasiana.com (Maharani, 2023) menjelaskan bahwa pengguna Instagram menunjukkan variasi yang berbeda dalam memanfaatkan fitur *Privacy Controls* yang ada di Instagram. Sekitar 40% dari mereka memanfaatkannya secara konsisten atau bahkan sangat intens, sementara 60% lainnya memanfaatkan fitur ini dengan frekuensi yang lebih jarang dimana pengguna mengungkapkan bahwa fitur ini dapat membantu mereka menjaga privasi dan memberikan kesan eksklusif serta membuat mereka merasakan kedekatan dengan orang-orang yang sudah “dipercaya” tersebut.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa motivasi dibalik penggunaan fitur *Privacy Controls* adalah untuk mengekspresikan berbagai perasaan dengan bebas dan menjadi diri sendiri, berbagi emosi yang dialami, memberikan informasi pribadi kepada individu

yang dianggap dapat dipercaya, serta menunjukkan kehidupan yang sedang dijalani (Sisnawar et al., 2023).

Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis oleh (Akhtar, 2020), Ipsos mengungkapkan apa saja yang dibagikan oleh pengguna media sosial dalam media sosialnya. Jenis konten yang paling sering dibagikan adalah gambar yang mencapai persentase (53%), diikuti oleh opini yang mencapai persentasi (42%), disusul dengan membagikan mengenai kegiatan apa yang sedang dilakukan dengan persentase (37%), tautan ke artikel sebanyak (36%), tak jauh selisihnya dengan mengunggah sesuatu yang disukai sebanyak (35%), dan pembaruan status tentang perasaan yang sedang dialami mencapai (33%). Sementara itu, jenis konten yang paling sedikit dibagikan adalah rencana aktivitas atau perjalanan. Berdasarkan data yang telah didapat, membuktikan bahwa Indonesia termasuk ke dalam salah satu negara yang penduduknya sangat aktif untuk mengunggah konten di sosial media. Peredaran data melalui platform media sosial terjadi dengan kecepatan yang sangat tinggi, baik yang berisi fakta objektif maupun untuk hal-hal yang bersifat pribadi.

Begitu banyak orang menggunakan media sosial khususnya Instagram yang bertujuan untuk mengekspresikan diri dan juga meluapkan emosi mereka yang termasuk ke dalam *Self Disclosure* (Sawaki, 2025). Dari keterbukaan inilah yang nantinya akan mengantarkan ke obrolan yang semakin mendalam kepada seseorang dan menambah kedekatan hubungan satu sama lain. Namun, keterbukaan ini tidak selamanya bersifat positif, karena juga bisa membawa ke hal yang negatif. Perlu diingat bahwa terlalu terbuka melalui sosial media juga

dapat merugikan, atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Oversharing* yang berarti berbagi secara berlebihan (Andrayani, 2025). Keterbukaan diri yang tidak sehat seringkali terjadi secara tidak sadar, terutama ketika seseorang sedang mengalami tekanan emosional atau ingin mencari validasi dari orang lain. Pengguna cenderung membagikan tanpa mempertimbangkan risiko yang terjadi seperti hilangnya privasi, penyalahgunaan informasi dan gangguan pada citra diri.

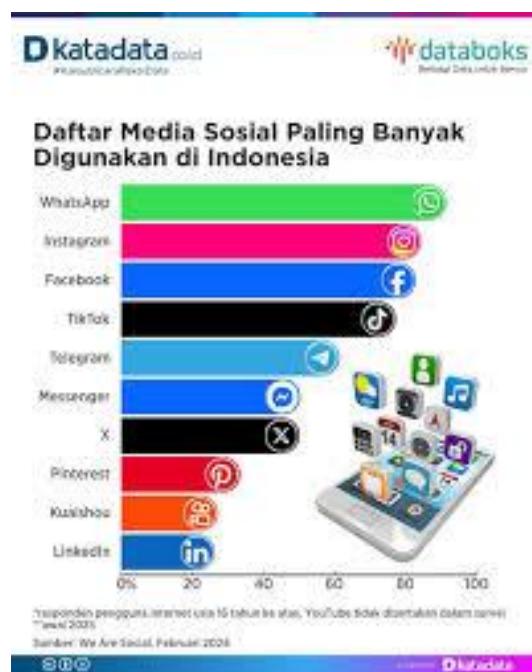
Salah satu lembaga riset *We Are Social* menghasilkan data yaitu dari total populasi Indonesia yang mencapai 285 juta jiwa, sebanyak 356 juta masyarakat telah mengakses internet melalui perangkat mobile, melampaui total populasi Indonesia dan setara dengan 125%. Selain itu, jumlah perangkat mobile yang terhubung tercatat mencapai 74.6% dari total populasi, pertumbuhan pengguna internet ini menunjukkan adopsi digital yang semakin meluas di berbagai lapisan masyarakat. namun, hal ini juga menandakan bahwa sekitar 25.4% populasi masih belum terjangkau oleh internet. Dan terdapat sekitar 143 juta pengguna yang aktif di media sosial tercatat pada 25 Januari 2025, mencakup 50,2% dari total populasi.



Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia

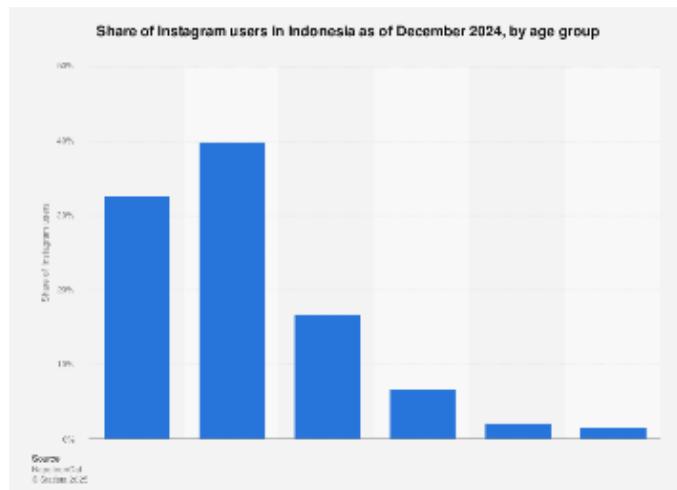
(Sumber: ansorkroya.com)

Aplikasi Instagram di Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2025. Data ini diperoleh dari INSG.CO, pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 84.5% dari jumlah populasi. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia sangat aktif menggunakan Instagram sebagai media untuk berinteraksi, mencari hiburan, serta mengekspresikan diri. Tingginya tingkat persentase ini juga menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki pengaruh besar terhadap gaya hidup dan pola komunikasi.



Gambar 1. 2 Platform Media Sosial Paling Populer di Indonesia

Data tahun 2023 menunjukkan bahwa 38,9% pengguna Instagram di Indonesia berada dalam rentang usia 18 hingga 24 tahun, yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. angka ini menegaskan bahwa Instagram merupakan platform yang sangat populer di kalangan anak muda. Kelompok usia ini dikenal dengan generasi *digital-native* yang sangat akrab dengan media sosial sejak usia dini. Kecenderungan mereka untuk membagikan berbagai aspek kehidupan secara terbuka di platform seperti Instagram juga turut memunculkan fenomena *oversharing*. Hal ini merujuk pada kebiasaan membagikan informasi pribadi secara berlebihan, mulai dari lokasi, aktivitas harian, hingga perasan atau masalah pribadi. Meski bertujuan untuk berinteraksi dan mendapatkan validasi sosial, perilaku ini dapat meningkatkan risiko terkait privasi, keamanan data, dan dampak psikologis akibat eksposur berlebihan di ruang digital.



Gambar 1. 3 Data Kelompok Usia Pengguna Instagram di Indonesia

(Sumber : Statista,2023)

Generasi Z seringkali dikaitkan dengan kelompok usia yang masih berada dalam tahap perkembangan emosi dan pemikiran yang belum stabil, serta sedang menjalani proses pencarian jati diri melalui berbagai bentuk eksplorasi. Kemudahan akses terhadap media sosial turut berkontribusi terhadap kecenderungan mereka untuk bersikap *impulsive*, yakni melakukan tindakan secara spontan tanpa mempertimbangkan dampaknya terlebih dahulu, yang seringkali dipengaruhi oleh perubahan suasana hati secara tiba-tiba (Mambat, 2024). Tekanan sosial di dunia digital, keinginan untuk mendapatkan pengakuan, serta kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain mendorong sebagian besar Generasi Z untuk membagikan berbagai aspek kehidupan pribadinya secara terbuka di media sosial. Dalam konteks pencarian jati diri dan kondisi emosional yang belum stabil, perilaku *oversharing* pada Generasi Z dapat menjadi pelarian atau bentuk validasi diri. Karena menurut sebagian orang, dengan berbagi ke media sosial juga turut

menjaga kesehatan mental (Fransin et al., 2024). Namun, tanpa kesadaran akan dampak jangka panjang, tindakan ini dapat menimbulkan berbagai konsekuensi.

Informasi spesifik mengenai jumlah pengguna fitur *Privacy Controls* di Instagram untuk wilayah Indonesia tidak tersedia secara publik. Hal ini disebabkan karena Instagram, sebagai platform media sosial, tidak menyediakan data statistik terperinci terkait penggunaan fitur-fitur tertentu berdasarkan wilayah geografis atau demografi negara. meskipun demikian, gambaran umum mengenai penggunaan salah satu fitur *privacy controls* yaitu fitur *close friends* di kalangan Generasi Z dapat diperoleh melalui hasil beberapa penelitian kuantitatif sebelumnya yang dilakukan di berbagai daerah di Indonesia. Penelitian-penelitian tersebut menggunakan pendekatan sampel dan populasi untuk memperkirakan sejauh mana fitur ini digunakan oleh kelompok usia tersebut.

Judul penelitian yang pertama yaitu “Tingkat Kepuasan Penggunaan Fitur *Close Friends* Pada Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa UKSW” oleh (Manongko, 2022), memberikan hasil penelitian dari 100 responden, sebanyak 59 orang dengan persentase 59% pengguna fitur *Close Friends* berusia 22 tahun dan alasan terbanyaknya adalah merasa nyaman dan percaya diri saat mengunggah konten, berharap hanya dilihat oleh orang pilihan saja, dan dapat leluasa mengunggah konten. Penelitian selanjutnya dari (Isnenda et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Instagram *Close Friends* Terhadap Manajemen Privasi Individu” melakukan penelitian kepada

100 responden yang merupakan Generasi Z yang semuanya menggunakan fitur *Close Friends* dan alasannya adalah untuk mengunggah informasi yang hanya bisa dilihat oleh orang pilihan dan berkeluh kesah. Penelitian terakhir dari (Azis, 2023) yang berjudul “Analisis Hubungan *Communication Privacy Management* Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur *Close Friends* Pada Instagram”. Dalam penelitiannya, dari 100 responden, pengguna fitur *Close Friends* paling banyak dari rentang usia 18-22 tahun, dan paling banyak alasan menggunakan fitur tersebut untuk mengunggah konten yang lebih bersifat privasi dan mendalam mengenai diri sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (Kurniawati, 2018) mengatakan bahwa banyak kerugian yang didapatkan juga oleh remaja dalam penggunaan sosial media apabila dalam penggunaannya tidak diimbangi dengan peningkatan kesadaran dalam bijak menggunakan media sosial. Kerugiannya antara lain adalah *cyber crime*, hilangnya privasi di sosial media, meningkatkan resiko terjadinya *cyber bullying*, penyebaran data, dan melacak lokasi seseorang dengan mudah. Hal ini semakin relevan dengan karakteristik Generasi Z yang dikenal aktif dalam membagikan berbagai aspek kehidupannya di media sosial, termasuk melalui fitur *Privacy Controls* yang ada di Instagram. Meskipun fitur tersebut dirancang untuk memberikan ruang yang lebih aman dan terbatas dalam berbagi konten, pada praktiknya informasi yang dibagikan masih memiliki potensi untuk tersebar di luar lingkaran yang dimaksud. Ketergantungan yang tinggi terhadap media sosial dan kurangnya

perhatian terhadap manajemen privasi menjadikan Generasi Z kelompok yang rentan terhadap berbagai dampak negatif akibat berbagi secara berlebihan.

Sejumlah penelitian telah menekankan pentingnya pengelolaan privasi dalam penggunaan media sosial seiring dengan meningkatnya kesadaran pengguna terhadap risiko yang mungkin timbul akibat membagikan informasi pribadi secara berlebihan. Beberapa temuan penelitian yang berkaitan antara lain adalah, Penelitian yang dilakukan oleh (Syahrul, 2024) menunjukkan bahwa setiap individu berhak menganggap dirinya sebagai pemilik yang sah atas informasi pribadi yang berkaitan dengan dirinya, termasuk hak untuk memilih informasi mana yang ingin dibagikan. Lebih dari sekedar hak kepemilikan, konsep ini juga mencakup kendali penuh individu dalam menentukan apakah informasi tersebut akan tetap dijaga sebagai ranah privat atau akan dibagikan kepada orang lain.

Secara keseluruhan, penelitian tersebut mengindikasi bahwa pengelolaan privasi di media sosial memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman digital yang positif, baik dalam hal perlindungan data pribadi maupun dalam mendukung kesehatan psikologis pengguna. Manajemen privasi merupakan proses pengaturan informasi pribadi melalui tindakan keterbukaan diri. Menurut Gary dan Kahn dalam (Mambat, 2024), keterbukaan diri secara umum diartikan sebagai informasi yang dengan sadar dibagikan kepada orang lain, dan sebelumnya tidak diketahui oleh mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana manajemen privasi pada Generasi Z saat menggunakan fitur

Privacy Controls yang ada di Instagram, seperti fitur *Close Friends, Hide*, dan *Story Controls*. Urgensi dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana manajemen privasi yang dapat diterapkan oleh Generasi Z dalam membagikan informasi pribadi mereka khususnya melalui pemanfaatan fitur *Privacy Controls* yang telah disediakan oleh Instagram. Meskipun generasi ini dianggap paling “melek digital”, pengetahuan tentang risiko privasi tidak selalu sejalan dengan perilaku nyata, termasuk bagaimana mereka mengatur fitur seperti *Close friends, hide*, dan *story controls*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai pola pikir, motivasi, serta pertimbangan yang digunakan Generasi Z dalam menentukan batasan antara ruang privat dan publik di media sosial. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam meningkatkan literasi digital dan kesadaran akan pentingnya pengelolaan privasi di kalangan remaja terutama dalam era digital yang semakin terbuka dan kompleks.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis akan merumuskan permasalahan yang muncul dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Generasi Z Mengelola Privasi Melalui Fitur *Privacy Controls* (*Close Friends, hide, Story Controls*) yang ada di Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk menganalisis manajemen privasi Generasi Z saat memanfaatkan fitur *Privacy Controls* yang ada di Instagram seperti *Close Friends, hide, dan Story Controls*.

2. Tujuan Khusus

Untuk mengetahui alasan dan motivasi Generasi Z dalam membagikan informasi pribadi secara berlebihan dalam fitur *Privacy Controls* yang ada di Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah dan mengembangkan pengetahuan pada bidang Ilmu Komunikasi khususnya yang berhubungan dengan manajemen privasi pada fitur *Privacy Controls* yang ada di Instagram seperti fitur *Close Friends, hide, dan story control*.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi pembaca, khususnya Generasi Z mengenai pentingnya memiliki kesadaran serta kemampuan dalam mengelola privasi saat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di media sosial
- b. Memberikan tambahan pengetahuan bagi peneliti mengenai bagaimana manajemen privasi dijalankan dalam konteks berbagai berlebihan di platform media sosial