

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang senantiasa berproses dan berdinamika. Segala bentuk proses dan dinamika tersebut tentu saja akan melibatkan setiap hal yang berkaitan dengan dirinya dan orang lain di sekitarnya. Hakikat manusia sebagai makhluk sosial secara otomatis akan menggerakkannya untuk berinteraksi dengan orang lain, sehingga sebagai seorang individu, manusia membutuhkan orang lain dalam tiap proses yang dijalankannya dalam kehidupan.

Interaksi dan hubungan yang terjalin antara satu individu dengan individu yang lain tentu saja menuntut keduanya untuk membuka diri dengan menyampaikan informasi tentang dirinya masing-masing, agar terjalin hubungan yang baik, yang disertai rasa nyaman dan percaya. Informasi tersebut dapat berupa informasi apapun mengenai diri dan kehidupannya. Saat seseorang telah merasa percaya dan nyaman, maka ia dapat dengan mudah membuka informasi pribadi terkait dirinya pada orang lain. Informasi pribadi atau privasi merupakan informasi yang bernilai sangat dalam untuk seseorang. Privasi diartikan pula sebagai hak individu untuk menjaga informasi pribadi tentang dirinya dari pihak lain (Phillips, 2004, dalam Cho, dkk., 2009), sehingga privasi dapat dipahami sebagai bentuk informasi yang harus dijaga dari pihak-pihak lain yang tidak berhak untuk mengetahuinya.

Privasi memiliki kaitan erat dengan pengungkapan privasi. Pengungkapan privasi merupakan proses mengomunikasikan informasi pribadi pada orang lain (Pertonio, 2000). Informasi yang diungkapkan seseorang tergantung pada manajemen privasi dalam dirinya. Masing-masing individu memiliki batasan tersendiri untuk dirinya dalam mengungkapkan privasi kepada orang lain. Ketika seseorang tidak mengungkapkan informasi pribadinya, maka informasi tersebut hanya sampai pada dirinya sendiri. Sedangkan ketika seseorang dengan leluasa mengungkapkan informasi pribadinya, maka informasi tersebut akan sampai pada orang lain selain dirinya (Jin, 2013). Sejauhmana individu mengolah privasinya adalah *communication privacy management* (CPM).

Pengungkapan privasi yang dilakukan tentu saja berfungsi untuk dapat menjalin interaksi yang baik dengan orang lain. Namun, selain itu pengungkapan privasi juga memiliki fungsi untuk melepaskan emosi, sehingga individu merasa lega karena dapat menyalurkan emosinya. Westin menjelaskan bahwa Melepaskan emosi dapat diartikan sebagai bentuk pelepasan diri individu dari hal-hal yang dianggapnya sebagai tekanan dalam kehidupan (Trepte & Reinecke (eds), 2011). Hal-hal seperti kehidupan sehari-hari, opini, dan suasana hati inilah yang dirasa individu untuk diungkapkan sebagai bentuk penyaluran emosi sehingga merasa lega.

Pengungkapan privasi antara satu individu dengan individu lainnya tentu berbeda-beda sesuai dengan kenyamanan masing-masing. Hal ini terkait dengan batasan mengenai apa saja yang akan diungkapkan, dan juga cara yang dilakukan untuk dapat mengungkapkannya. Terkait batasan telah dijelaskan sebelumnya,

dan terkait cara mengungkapkan, terdapat banyak cara yang dapat dilakukan untuk mengungkapkan privasi baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Cara masing-masing individu dalam mengungkapkan privasinya berbeda antara satu dengan lainnya, hal ini terkait motivasi yang berbeda dan juga kenyamanan masing-masing individu dalam mengungkapkan privasinya. Terdapat individu yang dapat secara langsung mengungkapkannya, namun terdapat pula individu yang membutuhkan tempat untuk mengungkapkannya.

Saat ini, seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat dan teknologi yang mengalami banyak kemajuan untuk memudahkan aktivitas manusia, terdapat tempat yang dapat digunakan individu untuk mengungkapkan privasinya sebagai bentuk penyaluran emosi ataupun berhubungan dengan orang lain, yaitu media sosial yang dapat diakses secara *online* melalui internet. Media sosial menjadi sangat populer di dunia karena menyediakan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi pada dunia maya, yang menjadi sangat penting pada era modern saat ini. Media sosial juga menjadi sumber informasi dan promosi untuk banyak hal (Koroleva, dkk., 2011, dalam Krasnova, dkk., 2012).

Jutaan orang di seluruh penjuru dunia sangat akrab dengan media sosial, dan sudah menjadi bagian dari rutinitas sehari-harinya pada era saat ini. Boyd & Ellison (2008, dalam Park & Kim, 2013) memaparkan bahwa media sosial merupakan layanan internet yang memperbolehkan pengguna untuk membangun profil dirinya pada publik atau semi-publik sehingga pengguna dapat memperluas

koneksi, berbagi informasi dan pandangan melalui layanan yang ditawarkan media sosial tersebut.

Informasi yang terdapat pada media sosial dapat berupa informasi apapun, termasuk informasi pribadi atau privasi. Membagi informasi pribadi pada media sosial bukan lagi menjadi hal yang tabu sejak munculnya internet yang akrab dengan kehidupan manusia modern saat ini.

Selanjutnya terkait dengan *communication privacy management* di media sosial Twitter, media sosial menjadi tempat bagi individu untuk membagi informasi pribadinya. Informasi pribadi yang diposkan melalui internet biasanya dapat secara langsung diakses oleh banyak orang, dan individu akan selektif dalam memilih informasi apa yang akan diungkapkan dan informasi apa yang seharusnya tidak diungkapkan. Burke, dkk. (2009, dalam Trepte & Reinecke (eds), 2011) berpendapat bahwa media sosial menjadi tidak berfungsi saat penggunaannya tidak membagi informasi apapun melalui media tersebut, sehingga pengguna akan terus membagi informasi baik secara umum maupun privasi melalui profil ataupun status terbaru mereka. Individu memiliki hak untuk menyeleksi informasi apa saja yang ingin mereka ungkapkan pada publik. Namun terkadang pengguna menjadi hilang kontrol dan dapat mengungkapkan informasi apapun tanpa menyeleksinya. Sehingga informasi yang seharusnya tidak diketahui publik pun dapat diungkapkan secara leluasa oleh pengguna. Kurangnya kontrol atau manajemen privasi seperti ini terkadang dapat menimbulkan masalah bagi individu, seperti penyalahgunaan informasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Individu dapat mengontrol privasinya pada media sosial dengan memilih siapa saja yang dapat mengakses informasi darinya, karena banyak pihak lain yang juga terlibat dalam media sosial, yang dapat mengakses informasi apapun yang dibagi pada media sosial tersebut. Selanjutnya individu dapat mengontrol informasi apa saja yang dibagi melalui kontrol keterbukaan diri mereka, dengan memilih informasi apa saja yang dibagi melalui profil mereka ataupun status yang dituliskan di media sosial (Trepte & Reinecke (eds), 2011).

Informasi pribadi pada media sosial tidak hanya berasal dari profil ataupun status terbaru, namun dapat pula berasal dari interaksi pengguna media sosial dengan pengguna lain (Trepte & Reinecke (eds), 2011). Saat interaksi di media sosial terjadi, seluruh pengguna media sosial yang terhubung dengan kita dapat mengakses informasi yang kita bagi.

Salah satu media sosial yang saat ini sangat akrab dengan kehidupan sehari-hari kita adalah Twitter. Twitter diluncurkan pada tahun 2006, merupakan media sosial dalam bentuk *microblogging* yang didesain khusus untuk penggunanya dapat menuliskan tulisan singkat, sebanyak 140 karakter, yang biasa disebut dengan *tweet* dan kemudian diposkan secara *online*. Twitter memiliki model pertemanan *following* dan *followers*. *Following* merupakan akun yang dipilih pengguna dan *tweet* dari akun tersebut nantinya akan muncul pada halaman beranda Twitter pengguna, sedangkan *follower* adalah pengguna lain yang memilih kita dan nantinya *tweet* yang telah kita tulis akan muncul pada halaman berandanya. Twitter dapat diakses melalui komputer, ponsel, atau perangkat elektronik lain yang terhubung dengan jaringan internet. Berbagai fitur pada

komputer ataupun ponsel diciptakan untuk memudahkan pengguna dalam mengakses Twitter (Marwick & Boyd, 2010).

Pada Mei 2009, The Nielsen Company melaporkan bahwa twitter memiliki sekitar 18,2 juta pengguna, jumlah ini menunjukkan peningkatan sebanyak 1448% dari Mei 2008 (Marwick & Boyd, 2010). Berdasarkan penelitian SemioCast, lembaga riset sosial yang berpusat di Paris, menunjukkan bahwa pengguna twitter mencapai angka 517 juta pada Juli 2012, dengan jumlah *tweet* yang diposkan sebanyak 1.058 miliar terhitung mulai 1 Juni 2012 sampai dengan 30 Juni 2012. Pengguna terbanyak berasal dari Amerika Serikat dengan angka sekitar 140 juta, posisi kedua ditempati oleh Brazil dengan angka sekitar 40 juta akun, posisi ketiga diraih Jepang dengan angka sekitar 35 juta akun, posisi keempat terdapat Inggris dengan angka sekitar 30 juta akun, dan posisi kelima ditempati oleh Indonesia dengan angka sekitar 29 juta akun. Hal ini cukup mengejutkan karena Indonesia berada di posisi kelima dari negara dengan jumlah pemilik akun Twitter terbanyak. Selain dari segi jumlah akun, pengguna Twitter di Indonesia juga lebih aktif dari rata-rata pengguna lain di dunia. Jakarta, ibukota Indonesia, berada di posisi pertama dari kota di dunia yang paling aktif menuliskan *tweet*, dengan Tokyo di posisi kedua, London di posisi ketiga, Sao Paulo di posisi keempat, New York di posisi kelima, dan Bandung di posisi keenam. Dua kota besar di Indonesia menempati posisi untuk ranking kota paling aktif dalam penulisan *tweet* (*"Twitter Reaches Half a Billion Accounts More than 140 Millions in The U.S.,"* 2012). Tentu saja hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah sangat akrab dengan media sosial Twitter.

Pada Juni 2010, Semiocast melaporkan bahwa Indonesia berada pada posisi ketiga negara yang paling aktif menuliskan *tweet*, dengan prosentase 12 persen terhadap seluruh *tweet* yang ditulis tiap hari (“Indonesia Pengguna Twitter Terbesar Kelima Dunia,” 2012). Tampak jelas bahwa masyarakat Indonesia memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam penulisan *tweet*. Intensitas penulisan *tweet* merupakan tingkat keseringan pemilik akun Twitter dalam melakukan penulisan *tweet* tersebut. Semakin sering pengguna menuliskan *tweet* maka semakin banyak *tweet* yang ada pada akun tersebut, dan semakin banyak pula informasi yang disampaikan pemilik akun, baik informasi umum maupun informasi pribadi mengenai dirinya.

Pengguna biasanya akan menuliskan *tweet* dengan isi seputar kehidupan sehari-hari mereka, seperti opini, ide, dan hal yang terkait dengan diri mereka mencakup informasi pribadi atau privasi. Pengguna Twitter yang tidak ingin informasi yang diungkapkan diketahui banyak orang, maka ia akan mengunci akunnya dan hanya orang-orang tertentu saja yang dapat mengakses informasi yang diungkapkan. Berbeda dengan pengguna Twitter yang tidak mengunci akunnya, maka siapapun dapat mengakses informasi dari akun tersebut.

Terkait pengguna internet, sebagian besar pengguna internet di Indonesia adalah remaja. Hasil penelitian Yahoo dan Taylor Nelson Sofres (TNS) menunjukkan hasil sebanyak 64% pengguna internet di Indonesia adalah remaja, dengan dominasi penggunaannya sebanyak 58% adalah untuk media sosial (“Remaja Dominasi Pengguna Internet Indonesia,” 2009). Remaja menggunakan media sosial sebagai bentuk sarana komunikasi dan informasi, selain itu remaja

membutuhkan tempat untuk mengungkapkan privasi dan membuka diri dalam proses pencarian identitasnya. Media sosial dianggap sebagai tempat yang aman untuk membuka diri karena pengguna dapat secara leluasa memberi dan mencari informasi apapun yang diinginkan, berbeda dengan interaksi tatap muka secara langsung yang dianggap lebih sulit dan terbatas (Trepte & Reinecke (eds), 2011). Media sosial memberikan tempat pada remaja untuk dapat berinteraksi dan berbagi informasi lebih leluasa dibanding secara langsung. Remaja dapat secara bebas mengekspresikan dirinya tanpa harus merasa takut dengan tanggapan secara langsung dari pihak lain, layaknya interaksi secara langsung melalui tatap muka.

Westin (1967, dalam Trepte & Reinecke (eds), 2011) menjelaskan bahwa privasi memiliki peran bagi remaja terkait tugas perkembangannya untuk mengeksplorasi diri. Privasi dapat diartikan sebagai identitas remaja yang ingin digali lebih dalam sebagai bentuk presentasi dan keterbukaan diri oleh remaja. Salah satu cara termudah untuk melakukan mengungkapkan privasi oleh remaja adalah dengan membagi berbagai informasi diri pada media sosial yang saat ini sangat mudah diakses. Privasi memiliki kaitan erat pada perkembangan remaja, khususnya pada aspek otonomi diri, identitas diri, keintiman, dan perkembangan seksualitas. Privasi merupakan bagian dari keempat aspek ini. Pada aspek otonomi, remaja sudah mulai memutuskan apa saja yang menjadi bagian dari dirinya, bentuk privasi apa saja yang harus dijaga dan dibagikan. Selanjutnya pada aspek identitas diri, remaja akan melakukan evaluasi terkait identitas diri yang mereka gambarkan pada kehidupan sehari-hari. Lalu pada aspek keintiman atau kedekatan pada proses interaksi, remaja sudah mulai dapat memilih kepada siapa

seharusnya ia mendekati diri dengan membuka privasi yang merupakan bagian dari dirinya. Pada aspek perkembangan seksualitas, remaja yang sudah mulai mengenal hal terkait seksualitas menyadari bahwa seksualitas merupakan bagian privasi dirinya (Trepte & Reinecke (eds), 2011). Namun demikian, terdapat faktor yang mempengaruhi perilaku remaja dalam media sosial, salah satunya adalah faktor kepribadian (Kim, dkk., 2013).

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan, selanjutnya penelitian ini akan mencoba mengidentifikasi perbedaan *communication privacy management* di media sosial Twitter pada remaja dengan tipe kepribadian *extrovert* dan *introvert*.

1.2 Identifikasi Masalah

Penulisan *tweet* di Twitter erat kaitannya dengan pengungkapan diri dan bagaimana pengelolaan privasi. Pengguna biasanya akan menuliskan *tweet* dengan isi seputar kehidupan sehari-hari mereka, seperti opini, ide, dan hal yang terkait dengan diri mereka mencakup informasi pribadi. Informasi pribadi merupakan informasi yang bernilai sangat dalam untuk seseorang. Informasi pribadi memiliki kaitan erat dengan pengungkapan informasi pribadi tersebut. Pengungkapan informasi pribadi merupakan proses mengkomunikasikan informasi pribadi pada orang lain (Pertonio, 2000). Cara pengungkapan informasi pribadi seseorang tergantung pada manajemen privasi dalam dirinya. Ketika seseorang tidak mengungkapkan informasi pribadinya, maka informasi tersebut hanya sampai pada dirinya sendiri. Sedangkan ketika seseorang dengan leluasa mengungkapkan

informasi pribadinya, maka informasi tersebut akan sampai pada orang lain selain dirinya.

Nippert-Eng (2010, dalam Jin, 2013) mencoba menggali lebih dalam bagaimana seseorang menyimpan rahasia pribadinya dan mengungkapkan rahasia tersebut pada orang lain. Ia menemukan bahwa seseorang akan secara selektif merahasiakan dan mengungkapkan informasi pribadinya pada orang lain, hal inilah yang dimaksud dengan manajemen privasi.

Dalam media sosial Twitter yang erat kaitannya dengan pengungkapan diri pada individu. Pengguna twitter akan selektif dalam memilih informasi apa yang akan diungkapkan dan informasi apa yang seharusnya tidak diungkapkan. Pengguna Twitter memiliki hak untuk menyeleksi informasi apa saja yang ingin mereka ungkapkan pada publik. Namun terkadang pengguna menjadi hilang kontrol dan dapat mengungkapkan informasi apapun tanpa menyeleksinya, sehingga informasi yang seharusnya tidak diketahui publik pun diungkapkan secara leluasa oleh pengguna. Kurangnya manajemen privasi seperti ini terkadang dapat menimbulkan masalah bagi pengguna, sehingga pengguna harus lebih meningkatkan manajemen privasinya. Pengguna Twitter yang tidak ingin informasi yang diungkapkan diketahui banyak orang, maka ia akan mengunci akunnya dan hanya orang-orang tertentu saja yang dapat mengakses informasi yang diungkapkan. Berbeda dengan pengguna Twitter yang tidak mengunci akunnya, maka siapapun dapat mengakses informasi dari akun tersebut.

Namun demikian, terdapat faktor lain yang mempengaruhi individu dalam mengolah privasi mereka, salah satunya kepribadian. Kepribadian merupakan sifat dan karakteristik individu berkontribusi dalam membedakan perilaku, konsistensi perilaku dalam waktu yang berbeda, dan stabilitas perilaku dalam berbagai situasi. Jika dibedakan berdasarkan tipe kepribadian *extravert-introvert*, pengguna media sosial dengan tipe kepribadian *introvert* tidak mudah mengekspresikan dan menyatakan pikiran dan perasaannya di media sosial, berbeda dengan tipe *extravert* yang lebih mudah membagi informasi pribadinya. Hal ini dapat dijelaskan bahwa *extravert* berorientasi pada dunia luar, cenderung menjadi individu aktif, memiliki banyak teman, impulsif, berjiwa petualang, asertif, dan dominan. Sedangkan *introvert* cenderung menjadi individu yang pasif, pendiam, berhati-hati, perilakunya lebih terkontrol, memiliki teman yang tidak terlalu banyak (Suryabrata, 2011). Sebuah studi oleh Widiantri dan Herdiyanto memaparkan bahwa pengguna media sosial dengan tipe kepribadian *introvert* tidak mudah mengekspresikan dan menyatakan pikiran dan perasaannya di media sosial (Widiantri & Herdiyanto, 2013).

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini akan mengidentifikasi perbedaan *communication privacy management* di media sosial Twitter pada remaja dengan tipe kepribadian *extrovert* dan *introvert*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka dilakukan pembatasan masalah agar diperoleh gambaran dan hasil penelitian yang lebih mendalam dan agar tidak menyimpang dari apa yang akan diteliti. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Tipe Kepribadian
 - a. Tipe kepribadian *extravert*: berorientasi pada dunia luar, cenderung menjadi individu aktif, memiliki banyak teman, impulsif, berjiwa petualang, asertif, dan dominan.
 - b. Tipe kepribadian *introvert* cenderung menjadi individu yang pasif, pendiam, berhati-hati, perilakunya lebih terkontrol, memiliki teman yang tidak terlalu banyak.

2. *Communication Privacy Management*

CPM merupakan manajemen individu dalam mengolah privasi yang dimilikinya. Dalam penelitian ini dibatasi dengan manajemen privasi di media sosial.

3. Penulisan *Tweet* pada Media Sosial Twitter

Penulisan *tweet* merupakan aktifitas pada media sosial Twitter yang berbentuk *microblogging* dan didesain khusus untuk penggunanya dapat menuliskan tulisan singkat, sebanyak 140 karakter, dan kemudian diposkan secara *online*. Semakin sering pengguna menuliskan *tweet* maka semakin banyak *tweet* yang ada pada akun tersebut, dan semakin banyak pula informasi yang disampaikan

pemilik akun, baik informasi umum maupun informasi pribadi mengenai dirinya.

4. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah remaja dengan rentang usia 12 – 21 tahun yang aktif menggunakan media sosial Twitter, dengan tipe kepribadian *extravert* dan *introvert*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “apakah terdapat perbedaan *communication privacy management* di media sosial Twitter pada remaja dengan tipe kepribadian *extrovert* dan *introvert*?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *communication privacy management* di media sosial Twitter pada remaja dengan tipe kepribadian *extrovert* dan *introvert*.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Memaparkan kajian mengenai perbedaan tipe kepribadian *extravert* dan *introvert* pada media sosial
 - b. Memaparkan kajian mengenai *communication privacy management*
 - c. Memaparkan kajian mengenai media sosial Twitter yang saat ini sedang marak penggunaannya di masyarakat
2. Manfaat Praktis
- a. Memberi informasi mengenai penggunaan media sosial Twitter di kalangan remaja
 - b. Memberi informasi mengenai penulisan di Twitter sebagai bentuk keterbukaan diri dan pengungkapan privasi pada remaja
3. Manfaat untuk Subjek Penelitian
- a. Memberi informasi mengenai gambaran kepribadian subjek
 - b. Memberi informasi mengenai manajemen privasi subjek di media sosial