

MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UIN RADEN FATAH PALEMBANG DALAM MENGUNAKAN FITUR *CLOSE FRIEND* INSTAGRAM

Dina Anugra¹, Ahmad Muhaimin², Sonia Nurprameswari³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. KM. 3, RW.5, Pahlawan,
Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan
e-mail : dinaanugraa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini secara mendalam mengkaji bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang mengelola privasi komunikasi mereka dalam menggunakan fitur Close Friend di Instagram. Fitur Close Friend menjadi ruang strategis untuk menyampaikan ekspresi personal yang bersifat selektif dan terbatas. Namun, di balik kemampuannya menciptakan ruang privat, fitur ini juga memunculkan kerentanan terhadap kebocoran informasi pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa mengelola privasi komunikasi mereka. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori Communication Privacy Management (CPM) dari Sandra Petronio, yang menjelaskan konsep kepemilikan informasi, kontrol privasi, serta dinamika batas bersama yang dapat mengalami gangguan (privacy turbulence). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menggali secara mendalam pengalaman, motivasi, dan strategi mahasiswa dalam mengelola batasan informasi pribadi di media sosial. Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif menyusun strategi privasi berdasarkan kedekatan emosional, tingkat kepercayaan, dan pengalaman penggunaan. Mereka menetapkan batas informasi, memilih audiens secara selektif, serta membuat aturan pribadi dalam mengatur konten yang dibagikan. Meskipun fitur ini memberi rasa aman, masih terdapat risiko pelanggaran privasi, yang direspons mahasiswa dengan menyempitkan akses atau mengubah pola berbagi. Fitur Close Friend tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekspresi personal, tetapi juga menjadi media interaksi sosial yang strategis dan refleksi dari manajemen privasi komunikasi di era digital.

Kata Kunci: Manajemen Privasi, Close Friend, Instagram, Komunikasi Interpersonal

1. PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin terhubung, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mahasiswa. Platform seperti Instagram bukan hanya digunakan untuk bersosialisasi, tetapi juga menjadi ruang penting untuk mengekspresikan diri, membentuk citra, dan menjalin relasi sosial. Fitur *Close Friend* yang

diperkenalkan Instagram sejak 2018 menjadi salah satu inovasi yang merespons kebutuhan pengguna akan ruang privat dalam lingkungan media sosial yang serba terbuka (Widagdo Andaiva Dresta dan Primadata Pandu Ankarlina, 2023).

Mahasiswa, khususnya di kalangan Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang, menunjukkan

antusiasme tinggi dalam memanfaatkan fitur ini untuk berbagai tujuan personal. Mereka kerap membagikan cerita pribadi, emosi, hingga keluh kesah melalui fitur *Close Friend*, dengan harapan hanya orang-orang terdekat yang dapat mengakses informasi tersebut. Namun, pada kenyataannya, banyak kasus kebocoran informasi pribadi tetap terjadi, meskipun pengguna telah menyaring *audiens* mereka secara selektif. Hal ini menimbulkan persoalan penting terkait kepercayaan, citra diri, serta ketegangan antara kebutuhan akan privasi dan ekspresi sosial (Annabillah & Boer, 2023).

Fenomena ini mencerminkan adanya dinamika dan kompleksitas dalam mengelola privasi di media sosial. Mahasiswa harus menghadapi dilema antara keinginan untuk terbuka dengan *audiens* tertentu dan risiko pelanggaran privasi oleh orang-orang yang berada dalam daftar teman dekat mereka. Kebocoran informasi dari fitur *Close Friend* dapat berdampak serius, mulai dari keretakan relasi sosial, gangguan citra diri, hingga trauma komunikasi digital (Azzahra et al., 2022).

Mahasiswa yang mengalami kebocoran informasi cenderung menjadi lebih selektif, berhati-hati dalam membagikan konten, bahkan ada yang memilih untuk tidak lagi menggunakan fitur tersebut. Dalam konteks ini, kemampuan mengelola privasi menjadi krusial, baik sebagai mekanisme perlindungan diri maupun sebagai strategi membangun identitas sosial (West Richard / Turner H Lynn, 2016)

Selain itu, fitur ini juga menciptakan ruang selektif yang memungkinkan terjadinya dinamika interaksi sosial yang lebih personal. Mahasiswa tidak hanya menggunakannya untuk menghindari pengawasan publik, tetapi juga sebagai medium untuk membentuk kelompok eksklusif, menyampaikan sindiran, hingga mencari dukungan emosional dari orang-orang yang dipercaya (Syifa Asy Rifqi, 2022). Namun, pada saat yang sama, praktik ini juga dapat menimbulkan rasa terasing bagi mereka yang tidak termasuk dalam lingkaran *Close Friend*, sehingga membuka kemungkinan terjadinya konflik sosial terselubung di lingkungan pertemanan mahasiswa (Sriwahyuni & Seprina, 2024)

Penelitian ini menggunakan pendekatan teori *Communication Privacy Management* (CPM) dari Sandra Petronio, yang menekankan pentingnya kepemilikan informasi pribadi dan pengaturan batasan dalam berbagi informasi. Teori ini melihat bahwa setiap individu memiliki hak dan tanggung jawab dalam mengatur arus keluar masuknya informasi personal kepada pihak lain.

Ketika seseorang memilih untuk membagikan informasi kepada pihak tertentu, maka terbentuklah batas kepemilikan bersama (*co-ownership*) yang harus dikelola secara hati-hati agar tidak terjadi *privacy turbulence* yakni pelanggaran batasan yang telah ditentukan (Nurbani, 2019). Dengan kerangka ini, studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi mengatur dan mengontrol

informasi personal mereka saat menggunakan fitur *Close Friend*, serta bagaimana mereka membentuk batasan komunikasi privat dalam hubungan digital yang cair.

Melalui pendekatan kualitatif dan metode fenomenologi, penelitian ini menggali pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengelola privasi komunikasi mereka di Instagram. Pendekatan ini digunakan untuk memahami makna yang diberikan mahasiswa terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan fitur *Close Friend*, serta bagaimana pengalaman tersebut membentuk cara mereka dalam menavigasi relasi sosial secara daring (Hasbiansyah O, 2015). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa aktif pengguna fitur *Close Friend* yang pernah mengalami atau menyadari risiko penyebaran informasi pribadi.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang komunikasi digital, khususnya dalam konteks perilaku bermedia sosial generasi muda di Indonesia, sekaligus menawarkan implikasi praktis dalam penggunaan media sosial yang lebih bijak dan etis. Lebih jauh, temuan penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pengembang platform media sosial untuk merancang fitur yang lebih adaptif terhadap kebutuhan privasi pengguna, serta menjadi dasar bagi institusi pendidikan dalam merancang program literasi digital yang sensitif terhadap persoalan privasi dan keamanan data pribadi mahasiswa (Sarasati et al., 2022)

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengelola privasi komunikasi melalui fitur *Close Friend* di Instagram. Pendekatan fenomenologi dipilih karena berfokus pada pemaknaan individu atas peristiwa yang mereka alami secara sadar dalam konteks sosial digital (Hasbiansyah O, 2015). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen (Nurul Kamilah & Budi Lestari, 2020). Wawancara diarahkan untuk menggali persepsi, motivasi, dan pengalaman personal mahasiswa terkait selektivitas informasi, interaksi sosial intim, serta strategi pengelolaan komunikasi privat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Communication Privacy Management* (CPM) dari Sandra Petronio, yang menekankan pada pengelolaan batas privasi informasi personal dalam hubungan interpersonal, termasuk di media sosial. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang yang aktif menggunakan fitur *Close Friend* di Instagram. Tujuan penelitian adalah memahami cara mahasiswa mengelola komunikasi privat secara selektif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi, dengan hasil berupa deskripsi naratif atas pengalaman subjektif informan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti membahas hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang selama satu bulan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara dan dokumentasi untuk mengkaji manajemen privasi komunikasi mahasiswa dalam menggunakan fitur *Close Friend* di Instagram. Data dianalisis menggunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM) dari Sandra Petronio, yang menjelaskan bagaimana individu mengatur batas informasi pribadi melalui kontrol, aturan, dan negosiasi privasi di ruang digital.

1) Seleksi Informasi dan Seleksi Audiens dalam Fitur *Close Friend*

Penggunaan fitur *Close Friend* di Instagram oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang merupakan strategi komunikasi privat untuk menjaga kendali atas informasi pribadi. Fitur ini memungkinkan mahasiswa mengekspresikan emosi dan cerita personal hanya kepada audiens terbatas yang dianggap aman dan terpercaya. Dalam konteks ini, kesadaran akan risiko penyalahgunaan konten mendorong mahasiswa untuk lebih selektif terhadap isi dan penerima unggahan mereka.

Hasil wawancara dengan informan RP (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa sangat berhati-hati sebelum membagikan konten. Sikap

serupa juga ditunjukkan informan KA (2022) dan WPD (2021), yang menahan diri membagikan cerita pribadi karena khawatir akan disalahartikan atau tersebar di luar kendali. Temuan ini menegaskan bahwa mahasiswa menerapkan kontrol privasi yang ketat, dengan mempertimbangkan sensitivitas isi dan kepercayaan terhadap audiens. Dalam teori *Communication Privacy Management* (Petronio, 2002), tindakan ini mencerminkan proses seleksi dan pengaturan batas informasi secara sadar untuk melindungi privasi dalam interaksi digital.

2) Pertimbangan Pemilihan dan Kriteria Audiens di *Close Friend*

Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang menetapkan kriteria tertentu dalam memilih siapa yang masuk daftar *Close Friend* di Instagram. Pertimbangan utamanya meliputi kedekatan emosional, kepercayaan, dan pengalaman interaksi sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa konten pribadi yang dibagikan tidak jatuh ke tangan yang salah atau menimbulkan salah paham. Informan FSR (2021) menyatakan:

“Aku bener-bener pilih siapa aja yang bisa lihat, karena nggak semua orang bisa ngerti kondisiku.”

Pemilihan *audiens* yang selektif ini menunjukkan adanya pengelolaan privasi yang sadar dan

strategis. Dalam kerangka *Communication Privacy Management* (Petronio, 2002), hal ini mencerminkan proses *boundary coordination*, yakni upaya menentukan siapa yang layak menjadi pemilik bersama informasi pribadi. Dengan demikian, mahasiswa membentuk ruang berbagi yang aman, sesuai dengan tingkat kepercayaan dan hubungan sosial yang mereka bangun.

3) Strategi Pengelolaan Konten Pribadi dan sensitif di Fitur *Close Friends*

Mahasiswa menggunakan fitur *Close Friend* sebagai ruang aman untuk mengekspresikan konten yang bersifat pribadi dan sensitif, seperti masalah keluarga, kesehatan mental, atau hubungan asmara. Informasi ini sengaja tidak dibagikan secara publik demi menghindari penilaian sosial dan menjaga kenyamanan emosional.

Penggunaan fitur ini mencerminkan strategi komunikasi yang terencana dan reflektif. Berdasarkan teori *Communication Privacy Management* (Petronio, 2002), mahasiswa menetapkan *privacy rules* yang ketat untuk membatasi siapa yang menjadi *co-owner* informasi sensitif. Mereka tidak hanya menyembunyikan konten,

tetapi secara aktif mengelola ruang berbagi agar tetap aman dan sesuai dengan batas kenyamanan pribadi.

4) Evaluasi dan Penyesuaian Strategi Privasi setelah Terjadinya Pelanggaran

Meski fitur *Close Friend* dirancang sebagai ruang privat, kenyataannya tidak sepenuhnya menjamin keamanan informasi. Dalam praktiknya, beberapa mahasiswa mengalami pelanggaran privasi, seperti tersebarnya konten sensitif atau disalah gunakannya cerita pribadi oleh *audiens* yang dianggap terpercaya. Kejadian semacam ini memicu ketidaknyamanan dan ketidakpercayaan, sehingga mendorong mahasiswa untuk mengevaluasi kembali cara mereka mengelola privasi di media sosial.

Evaluasi ini menghasilkan penyesuaian strategi, antara lain dengan membatasi jumlah audiens, menghindari unggahan sensitif, atau bahkan berhenti menggunakan fitur *Close Friend*. Dalam teori *Communication Privacy Management* (Petronio, 2002), respons ini mencerminkan dinamika *boundary turbulence*, yaitu ketika batas privasi terganggu dan pengguna harus melakukan penataan ulang terhadap aturan berbagi informasi. Langkah ini menjadi bentuk perlindungan diri agar komunikasi

digital tetap terkendali dan sesuai dengan batas kenyamanan pribadi.

disesuaikan dengan kualitas hubungan interpersonal.

5) Kedekatan Sosial dan Batasan Relasi Melalui Fitur *Close Friend* Instagram

Fitur *Close Friend* di Instagram tidak hanya berfungsi sebagai ruang berbagi konten privat, tetapi juga menjadi alat untuk memperkuat kedekatan sosial dalam lingkaran terbatas. Mahasiswa memanfaatkan fitur ini untuk membangun komunikasi yang lebih personal dan emosional dengan individu tertentu yang dianggap dekat dan memahami konteks pribadi mereka. Dengan membagikan cerita yang tidak diunggah secara publik, terbentuklah relasi interpersonal yang lebih intim dan saling percaya.

Namun, di balik kedekatan tersebut, mahasiswa juga secara sadar menetapkan batasan relasi. Tidak semua teman di media sosial memiliki akses yang sama terhadap konten personal. Hal ini menunjukkan adanya pengelolaan jarak sosial yang selektif, di mana fitur *Close Friend* digunakan untuk menjaga keseimbangan antara koneksi emosional dan perlindungan terhadap privasi. Dalam perspektif *Communication Privacy Management* (Petronio, 2002), strategi ini mencerminkan koordinasi batas privasi yang

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang, dapat disimpulkan bahwa manajemen privasi komunikasi dalam penggunaan fitur *Close Friend* di Instagram berperan penting dalam menjaga batas informasi pribadi. Fitur ini digunakan sebagai ruang terbatas untuk mengekspresikan hal-hal yang bersifat sensitif dan emosional secara selektif, hanya kepada audiens yang dipercaya. Mahasiswa menetapkan aturan komunikasi, memilih audiens, serta memilah konten secara sadar berdasarkan relasi dan tingkat kepercayaan yang terbangun.

Melalui pendekatan reflektif, mahasiswa mampu mengelola privasi secara strategis. Ketika terjadi pelanggaran, mereka segera melakukan evaluasi dan penyesuaian, seperti membatasi *audiens* atau menghentikan unggahan sensitif. Teori *Communication Privacy Management* menegaskan bahwa proses ini merupakan bentuk pengelolaan batas informasi yang dinamis dan kontekstual. Dengan demikian, penggunaan fitur *Close Friend* tidak hanya menunjukkan kebutuhan ekspresi, tetapi juga kesadaran tinggi dalam melindungi identitas diri dan membangun relasi sosial yang aman di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Annabillah, F. A., & Boer, K. M. (2023). Fitur Close Friends Instagram Sebagai Keterbukaan Diri Mahasiswa Yang Mengalami Kecemasan Bermedia Sosial. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1550–1565. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.379>
- Azzahra, F., Handayani, L., & Mahdalena, V. (2022). *Manajemen Privasi Komunikasi Dalpada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta Di Fitur Close Friend Instagram*. 5(2), 318.
- Hasbiansyah O. (2015). Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi Introducing Communication Theory. *MediaTor*, 9.
- Nurbani. (2019). *Buku Komunikasi AntarPribadi* (Edisi 4). Universitas Terbuka.
- Nurul Kamilah, F., & Budi Lestari, S. (2020). *Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram*. <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Sarasati, F., Olivia, H., & Sudarsono, A. B. (2022). *Penggunaan Fitur Close Friends Instagram Sebagai Media Pengungkapan Diri Pada Generasi Z*. <https://doi.org/10.31294/kom.v9i2.14267.g5758>
- Sriwahyuni, P., & Seprina, W. O. (2024). Manajemen Privasi Komunikasi pada Fenomena Batasan Diri Generasi Z di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(4), 845–865. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.324>
- West Richard / Turner H Lynn. (2016). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi Introducing Communication Theory* (5th ed.). Salemba Humanika.
- Widagdo Andaiva Dresta dan Primadata Pandu Ankarlina. (2023). Motif Penggunaan Fitur Close Friend Instagram di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Jenderal Soedirman. *Jurnal Interaksi Sosiologi*.