

Analisis Fenomena Hyperhonest Penggunaan Fitur Instagram Close Friends Dalam Batasan Privasi

Orvella Clara Chiquita¹, Poppy Febriana^{2*}

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61215, Indonesia

*E-mail: poppyfebriana@umsida.ac.id

Analysis of the Hyperhonest Phenomenon Using Instagram's Close Friends Feature Within Privacy Limitations

ABSTRACT

With the development of new social media features that now make social media not only limited to exchanging information, but also used as a space for self-disclosure, one of which is self-disclosure on the Instagram "Close Friends" feature. With this feature, users can use it as a place to vent, express themselves more or be more honest by sharing private matters that are only known by the list of followers of their close friends. In terms of this phenomenon, it is called the hyperhonest phenomenon, namely venting more honestly. The purpose of the importance of this research is to find out and understand the hyperhonest phenomenon experienced by generation Z women in the Instagram close friends feature and the cyber culture of self-disclosure that is formed in the Instagram close friends feature, as well as to contribute to readers so that they consider disclosing personal information on the media. social. This study uses the study of Communication Privacy Management theory by Sandra Petronio (2002) which focuses on privacy management systems to regulate the level of privacy boundaries. The method used is Virtual Ethnography with in-depth interviews with 6 female respondents in the Z generation category and participant observation by researchers. The data validation technique uses data triangulation. Most of them set boundaries in sharing personal problems in the close friends feature that there is trust given to people they trust for shared information ownership, then cyber culture is formed in the Instagram close friends feature where the close friends space becomes a place of refuge to reveal personal information, share hyperhonest story..

Keywords: Privacy Restrictions; Close Friends; Hyper Honest; Self Disclosure

ABSTRAK

Dengan berkembangnya fitur – fitur baru media sosial yang kini membuat media sosial tidak hanya sebatas pertukaran informasi saja, namun digunakan juga sebagai ruang pengungkapan diri (self disclosure) salah satunya adalah pengungkapan diri pada fitur Instagram "Close Friends". Dengan fitur tersebut pengguna dapat memanfaatkannya sebagai tempat curhat mengungkapkan diri lebih banyak atau menjadi lebih jujur dengan membagikan hal pribadi diri yang hanya diketahui oleh daftar pengikut close friends-nya saja. Dalam istilah fenomena tersebut disebut dengan fenomena hyperhonest, yaitu curhat lebih jujur. Tujuan dari pentingnya penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan memahami fenomena hyperhonest yang dialami oleh generasi Z perempuan dalam fitur Instagram close friends serta budaya siber pengungkapan diri yang terbentuk di fitur Instagram close friends, serta memberikan kontribusi kepada pembaca agar mempertimbangkan dalam mengungkapkan diri informasi pribadi pada media sosial. Penelitian ini menggunakan kajian teori Manajemen Privasi Komunikasi oleh Sandra Petronio (2002) yang fokus pada sistem manajemen privasi untuk mengatur tingkat batas privasi. Metode yang digunakan adalah Etnografi Virtual dengan wawancara mendalam dengan 6 responden perempuan kategori generasi Z dan observasi partisipan oleh peneliti. Teknik keabsahan data menggunakan Triangulasi data. Sebagian besar mereka mengatur batasan dalam berbagi masalah pribadi di fitur close friends bahwa adanya kepercayaan yang diberikan terhadap orang yang dipercayainya untuk kepemilikan informasi bersama, lalu budaya siber yang terbentuk dalam fitur Instagram close friends dimana ruang close friends menjadi tempat berlindung mengungkapkan diri informasi pribadi, membagikan curhatan lebih jujur.

Kata kunci: Batasan Privasi; Close Friends; Hyperhonest; Self Disclosure.

LATAR BELAKANG

Dalam perkembangan era media baru saat ini, media sosial adalah suatu platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk menjalin konektivitas secara daring. Berbagai layanan fitur yang terdapat di setiap platform media sosial memfasilitasi penggunaannya pada interaksi baru hubungan *interpersonal* yang dimediasi internet (Soliha, 2015). Salah satu media sosial Instagram hadir dengan menawarkan pilihan fitur yang berbeda sehingga membuat fungsi media sosial ini tidak hanya sebagai sarana berinteraksi, namun juga sebagai ruang berekspresi dan pengungkapan diri (Sarkawi, 2016).

Pada awal tahun kemunculannya tahun 2010 fungsi utama Instagram hanya untuk mengunggah foto/video milik pengguna dan juga terdapat fitur komentar dan *like*, namun seiring berjalannya waktu, Instagram terus berkembang untuk memberikan ruang yang nyaman mungkin dan menyeimbangi akan kebutuhan penggunaannya. Kini terdapat pembaruan fitur – fitur baru di Instagram seperti fitur *instastory* yang hadir pada tahun 2016, fitur tersebut dapat digunakan untuk membagikan aktivitas sehari – hari pengguna berupa foto atau video dengan durasi terbatas 24 jam. Selanjutnya pada tahun 2017 Instagram berkembang dengan memunculkan fitur Instagram *live video* yang dapat digunakan untuk melakukan siaran langsung berinteraksi daring dengan para pengikut. Pada tahun 2018, Instagram memperkenalkan fitur barunya yaitu *close friends*. *Close friends* sendiri artinya adalah teman dekat. Fitur tersebut merupakan perkembangan dari fitur *instastory*, hanya saja fitur *close friend* dikonsepsi lebih privat dan terbatas.

Perubahan yang terjadi dengan adanya keberadaan fitur Instagram *close friends* ini semakin mendorong keterbukaan mengenai informasi pribadi ke dalam ruang digital karena konsep yang ditawarkan fitur *close friends* yang bersifat privat, oleh karena itu tidak jarang para pengguna memanfaatkannya sebagai tempat mengungkapkan diri secara blak – blakan mengenai kehidupan pribadi mereka. Mengungkapkan informasi privasi yang sudah lumrah dilakukan pengguna aktif media sosial ini menciptakan fenomena baru yaitu fenomena “hyperhonest”. Istilah *hyperhonest* sendiri menurut Whitty & Joinson (2008) adalah mengungkapkan privasi diri lebih banyak atau menjadi “lebih jujur” di media sosial. Konteks membagikan hal – hal privasi yang lebih jujur dengan berbagi mengenai persoalan masalah sosial dan masalah psikologis diri sendiri. Mencurahkan isi hati seperti masalah keluarga, asmara, pekerjaan, masalah kehidupan sehari – hari hingga masalah mental diri yang diungkapkan lewat dari batas normal yang semestinya (Arundati Putri, Lukmantoro, & Hasfi Raina, 2022). Ketika seseorang berbagi pada dunia maya mengenai informasi pribadinya yang lebih jujur tersebut, mereka termasuk melebihi dalam mengungkapkan diri karena telah melewati batasan privasi. Menurut petronio, batasan privasi merupakan batasan yang mengatur informasi privat hanya sebatas dirinya sendiri yang tahu (Syaoki, 2018).

Media sosial menawarkan keluasaan kepada para penggunaannya untuk secara terbuka mempresentasikan keinginan mereka di dunia maya melalui akun mereka, termasuk pengungkapan diri. Berbagi ungkapan diri di ruang media sosial ini dianggap menjadi budaya baru di dunia siber dan menjadi wadah yang tepat untuk mengungkapkan diri mereka (Clarissa & Daniel Tamburian, 2020). Budaya siber diartikan (*cyberculture*) sebagai praktik sosial yang tercipta dari interaksi masyarakat dalam dunia maya, hubungan manusia dengan perantara teknologi (Rohayati, 2017). Pendapat sebelumnya oleh Rulli (2015) juga menyatakan bahwa munculnya budaya keterbukaan diri di dunia maya adalah salah satu dampak dari media sosial.

Budaya berbagi curahan hati terkait masalah privasi di media sosial menjadi lebih banyak ditemui. Banyak pelaku *hyperhonest* yang membagikan unggahan berisikan teks cerita, simbol – simbol yang menampakkan unsur privasi. Melalui praktiknya, pelaku dalam fenomena *hyperhonest* di media sosial lebih banyak ditemukan pada perempuan, terlebih lagi mereka yang memasuki usia remaja akhir yaitu usia 19 – 26 pengguna aktif media sosial. Pada usia tersebut tergolong kelompok generasi Z yang lahir pada tahun 1997 - 2012 (Badan Pusat Statistik, 2021). Hubungannya terkait keterbukaan diri lebih didominasi oleh perempuan karena mereka cenderung untuk mengekspresikan diri lebih dalam, hal tersebut didukung pada teori perbedaan gender yang menyatakan bahwa perempuan lebih emosional daripada laki – laki (Rosyidah & Nurwati, 2019). Pada masa tersebut remaja juga cenderung untuk mengungkapkan perasaannya karena pengaruh perubahan psikologi, biologik dan perubahan sosial (Yunita, 2019). Pada penelitian yang dilakukan oleh Arnus (2016) mengenai keterbukaan diri di media pada mahasiswa, hasil menemukan bahwa perempuan lebih terbuka dan keinginan dalam kebebasan berekspresi lebih tinggi daripada laki – laki.

Fenomena *hyperhonest* pada fitur *close friends* instagram menjadi menarik untuk diteliti karena dengan fitur tersebut orang – orang memanfaatkannya sebagai tempat mengungkapkan diri curhat lebih jujur mengenai masalah pribadi atau privasinya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menemukan bahwa mengungkapkan privasi diri yang dilakukan dalam fitur instagram *close friends* adalah karena adanya keyakinan dalam diri pengguna (Dianiya, 2021). Pada penelitian yang dilakukan oleh Liu (2022) keterbukaan diri dalam media sosial dapat mengaburkan privasi karena setiap orang memiliki hak untuk menampilkan diri dalam

berbicara dan membagikan unggahan di *internet* sehingga individu tidak dapat mengontrol dimana privasi mereka secara publik. Pengalaman membagikan curahan hati privasi di media sosial pada generasi Z perempuan merupakan bagian dari kehidupan di dunia nyata yang dikonstruksi dalam dunia virtual sehingga membentuk sebuah realitas sendiri yang disebut dengan realitas virtual. Menurut Widyaningrum (2021) keberadaan media sosial dan ruang virtual akan semakin meningkatkan pengguna, tanpa disadari perilaku dalam ranah virtual berdampak juga dalam ranah non virtual. Hal tersebut menyebabkan hilangnya batasan antara pemberi informasi dan konsumen media.

Penelitian ini menggunakan kajian teori *Communication Privacy Management* dari Sandra Petronio (2002). Pada teori ini menjelaskan bahwa terdapat 2 batasan yang mengatur individu dalam keterbukaan diri. Batasan personal adalah informasi privat hanya sebatas dirinya sendiri yang tahu (*Personal Boundary*), sedangkan batasan kolektif adalah informasi privat yang diketahui dan dibuka kepada orang lain disekitarnya (*Collective Boundary*). Pada teori CPM Petronio, ketika individu memutuskan mengungkapkan privasi dirinya, teori ini menggunakan sistem manajemen privasi untuk mengatur seberapa banyak yang akan diungkapkan dan berkaitan dengan siapa saja yang akan diketahui informasinya. Terdapat lima anggapan dasar yang mendukung sistem manajemen aturan. Berdasarkan asumsi tersebut yang pertama, informasi pribadi. Kedua, batasan pribadi. Ketiga, kontrol dan kepemilikan. Keempat, sistem manajemen berbasis aturan. Dan yang kelima, dialektika manajemen privasi (Petronio, 2002).

Fenomena *hyperhonest* juga pernah diteliti sebelumnya pada tahun 2020 oleh Erland Hamzah & Eka Putri (2020). Dalam penelitian tersebut peneliti menganalisis pengungkapan diri oleh akun Mommy Asf pada fenomena *hyperhonest* status layanan putus di Facebook dengan mencari faktor apa sebenarnya yang mendorong seseorang hingga terjadinya *hyperhonest* di media sosial. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah studi kasus. Kesimpulan pada penelitian tersebut memberikan penjelasan terdapat tiga faktor di balik individu yang mendorong untuk curhat di media sosial, yang pertama memberikan rasa gembira dan senang, yang kedua adalah terpenuhinya kebutuhan untuk didengar, yang ketiga adalah kebutuhan kepuasan pribadi untuk dipuji, mendapatkan pengakuan dari orang banyak dengan rasa bangganya.

Selanjutnya, terdapat pula beberapa penelitian sebelumnya yang meneliti fitur *close friends* Instagram yang dilakukan oleh (Hidayah, 2020). Pada penelitian tersebut peneliti mencari pengaruh fitur Instagram *close friends* terhadap *self disclosure*, selain itu penelitian yang dilakukan oleh Hidayah juga menghasilkan terdapat faktor yang mempengaruhi keterbukaan diri yang dilakukan oleh siswa dalam menggunakan fitur Instagram *close friends*. Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif, sehingga dilakukan pengujian terhadap hubungan kedua variabel menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh fitur *close friends* Instagram dengan *self disclosure* siswa adalah tingkat hubungan yang rendah sekali.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Zainuri (2021). Penelitian tersebut menggunakan subjek mahasiswa Universitas Sebelas Maret untuk mengetahui apa sebenarnya yang menjadi alasan motivasi pengguna dalam fitur *close friends* dan hubungannya dengan teori manajemen privasi komunikasi. Peneliti juga menggunakan metode studi kasus untuk menjawab pertanyaan bagaimana dan mengapa pada rumusan masalah penelitian. Hasil penelitian mendapatkan kesimpulan yaitu informan memiliki keinginan dalam hal menjaga privasi, informan memiliki hak dalam hal mengatur dan memajemen daftar teman dekatnya dengan menentukan batasan privat serta cara menghadapi turbulensi privasi.

Kemudian penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Sakinah (2021) menganalisis penggunaan fitur Instagram *close friends* untuk berbagai tujuan dari setiap pengguna. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa informan cenderung memiliki alasan berbeda terhadap keputusan mereka untuk mengatur privasi mereka saat menggunakan media sosial, selain itu mereka menerapkan lima kriteria dari teori manajemen privasi komunikasi seperti resiko dan manfaat, motivasi, konteks, gender dan budaya.

Penelitian – penelitian sebelumnya diatas yang menjadikan referensi peneliti kali ini untuk melanjutkan penelitian tentang pengungkapan diri lebih jujur pada penggunaan fitur Instagram *close friends*. Terdapat *research gap* yang menjadi dasar penelitian ini. Perbandingan dengan penelitian – penelitian terdahulu, pada penelitian ini peneliti berfokus dengan fenomena *hyperhonest* yang terjadi dalam fitur Instagram *close friends* pada generasi Z, selain itu pada penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual, pengumpulan data melibatkan langsung dengan informan yang membagikan pengalaman mengungkapkan diri lebih jujur di fitur Instagram *close friends*. Penelitian yang dilakukan oleh Dianiya (2021) hanya menggunakan strategi etnografi untuk menelusuri budaya masyarakat dalam manajemen privasi penggunaan fitur Instagram *close friends*, namun tidak menunjukkan level budaya siber pada fitur Instagram *close friends*.

Berdasarkan uraian diatas tersebut yang melatar belakangi peneliti untuk melanjutkan analisis fenomena *hyperhonest* pada generasi Z perempuan yang menggunakan fitur Instagram *close friends* sebagai tempat mengungkapkan diri mengenai masalah pribadi maupun informasi privat, jika menurut definisi *hyperhonest* adalah mengungkapkan diri lebih jujur lalu bagaimana fenomena *hyperhonest* di fitur Instagram *close friends*

pada generasi Z perempuan ?. Tujuan dari pentingnya penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan memahami fenomena *hyperhonest* yang dialami oleh generasi Z perempuan dalam fitur Instagram *close friends* serta budaya siber pengungkapan diri yang terbentuk di fitur Instagram *close friends*.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan fenomena yang diteliti secara mendalam dan menyeluruh secara sistematis dan obyektif (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Metode yang digunakan adalah Etnografi virtual, yaitu metode untuk melakukan riset budaya siber di *internet*. Menurut Hine (2000) tujuan etnografi dalam dunia maya adalah untuk memberikan pemahaman yang signifikan dari implikasi yang terjadi didalam ruang virtual Etnografivirtual menjadikan *internet* sebagai objek penelitian dan juga instrumen penelitian itu sendiri.

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhitung sejak bulan Oktober 2022 hingga Januari 2023. Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah untuk mengidentifikasi budaya, pola interaksi *online* yang terjadi dalam dunia media sosial terutama Instagram dalam penggunaan fitur Instagram *close friends* sebagai media curhat yang lebih banyak atau dalam istilah adalah "*hyperhonest*" yang dihubungkan dengan teori. Untuk mendapatkan kumpulan data, peneliti memakai teknik *purposive sampling*, sehingga terdapat ketetapan kriteria tertentu dalam pemilihan informan sebagai sumber data. Sumber data primer yang didapatkan adalah berdasarkan kriteria pengguna aktif media sosial Instagram generasi z perempuan, menggunakan fitur Instagram *close friend*, dan memiliki pengalaman pernah mengungkapkan diri lebih jujur yaitu membagikan informasi pribadi melalui postingan di fitur instagram *close friend*-nya saja.

Tabel 1 Tabel Perolehan Informan

No	Inisial Informan	Usia
1.	Informan ME	22 Tahun
2.	Informan GC	20 Tahun
3.	Informan MR	21 Tahun
4.	Informan HN	22 Tahun
5.	Informan RH	22 Tahun
6.	Infroman TH	19 Tahun

Peneliti melakukan wawancara dengan 6 informan generasi z perempuan yang dilakukan dengan *internet* melalui pengisian *google form*. Alasan peneliti menggunakan wawancara secara *online* dengan pengisian *google form* adalah memberikan kebebasan kepada informan untuk mengungkapkan semua tanpa adanya batasan dan tanpa adanya rasa kecanggungan. Teknik keabsahan data menggunakan Triangulasi data. Setelah data terkumpul dilakukan reduksi data, menarik kesimpulan dan verifikasi, selain itu peneliti juga melakukan observasi partisipatif dalam dunia maya para informan tersebut untuk menggambarkan kehidupan dunia maya yang terjadi didalamnya. Peneliti mengamati objek dalam penelitian, mengumpulkan data dan fakta, lalu menarik kesimpulan hasil observasi.

Sebelumnya telah dilakukan kesepakatan dengan informan untuk dapat menggunakan data yang diberikan sebagai bahan kajian penelitian bagi peneliti, oleh karena itu penyajian data yang disajikan dirahasiakan identitas aslinya dan memakai inisial untuk menjaga dan menghormati privasi informan. Selain pengumpulan data primer, peneliti juga mengumpulkan beberapa data sekunder yang memungkinkan peneliti sebagai penunjang keabsahan data yaitu jurnal, hasil penelitian terdahulu, buku dan juga situs website untuk menjawab pertanyaan permasalahan pada penelitian ini.

HASIL DAN DISKUSI

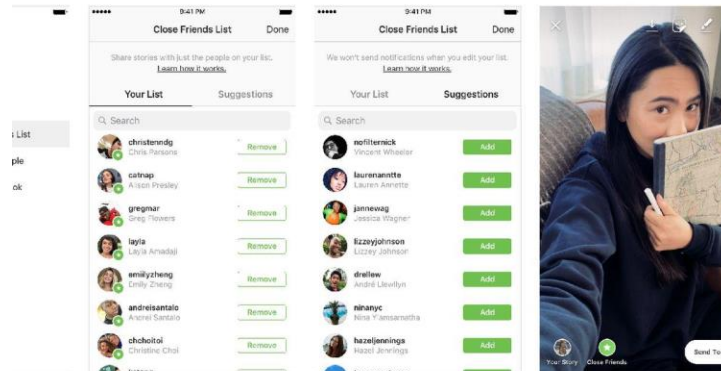
Dari hasil data wawancara melalui *internet* dengan informan dan observasi partisipatif, peneliti mendapati bahwa penggunaan fitur instagram *close friends* digunakan sebagai aktivitas pengungkapan diri yang lebih banyak "*hyperhonest*". Hasil penelitian tersebut tergambar berdasarkan pemaparan data dibawah ini :

Fenomena *Hyperhonest* Pada Fitur Instagram *Close Friends*

Fenomena *Hyperhonest* merupakan fenomena mengungkapkan diri lebih banyak atau menjadi "lebih jujur". Kondisi tersebut adalah orang – orang yang mengungkapkan curahan hatinya dengan mudah melalui media sosial, padahal mengungkapkan diri lebih jujur di media sosial rentan akan kebocoran informasi. Di Indonesia salah satu kasus yang sempat viral pada tahun 2022 lalu yaitu bocornya curhatan seorang publikfigur

tanah air berinisial RB di fitur Instagram *close friends* mengenai masalah rumah tangga yang dialaminya. Pada saat itu salah satu seorang *selebgram* yang masuk kedalam *close friends* Instagram RB rupanya membocorkan unggahan tersebut dan membagikannya kepada media (Farhan, 2022). Konvergensi media memicu kekhawatiran ancaman digital, pelanggaran masalah privasi dengan perilaku orang dimediasi oleh kepercayaan dalam internet (Revilia & Irwansyah, 2020).

Fenomena *hyperhonest* dalam fitur Instagram *close friends* secara blak – blakan mencurahkan permasalahan pribadi dengan mengunggah suatu unggahan foto/video/tulisan hanya ditunjukkan kepada orang – orang tertentu saja. Biasanya pemilihan pengikut yang terseleksi ke dalam fitur *close friends* tersebut adalah orang dalam dunia nyata yang juga memiliki kedekatan dengan informan seperti sahabat, pasangan, dan lain – lainnya yang mereka percaya. Hubungan intim yang termediasi secara digital mewakili dan mengekspresikan pengungkapan emosional (Chambers, 2013).



Gambar 1 Pengaturan fitur Instagram *close friends*
Sumber : Google.com

Seperti yang terlihat pada gambar 1 merupakan tampilan dari pengaturan fitur Instagram *close friends*. Pengaturan pemilihan teman di fitur tersebut hanya dibatasi dengan batas maksimal 20 daftar akun. Melalui fitur tersebut dapat membantu pengguna untuk mengontrol unggahan informasi privat yang hanya diketahui beberapa khalayak. Dalam mengatur informasi di sosial media setiap individu memiliki caranya masing – masing ketika mengungkapkan hal – hal yang berkaitan dengan privasi mereka. Pengungkapan diri yang dibagikan dengan membangun batas “hanya teman” untuk mengetahui informasi seseorang.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan internet dan hasil pengamatan observasi partisipatif, seluruh informan mengaku pernah curhat mengenai hal privasi. Mereka memberikan pengalamannya dalam membagikan curhat lebih jujur di fitur *close friends*. Alasan informan adalah karena mereka lebih percaya jika informasi privasi tersebut hanya ditunjukkan kepada teman – teman terdekatnya saja. Kedekatan personal menjadi faktor untuk mengembangkan rasa percaya kepada individu ketika mengungkapkan hal privasi untuk menjaga agar informasi yang disampaikan tidak menjadi konsumsi publik (Sumarlan, 2020). Melalui daftar teman, pengguna situs jejaring sosial hanya ingin menampilkan kepada siapa yang ingin mereka hubungi dan mendukung ikatan yang terhubung dengan mereka (Chambers, 2013). Salah satunya seperti yang dikatakan oleh informan TH dalam wawancaranya :

“Karena dengan cf kita bisa memilih orang orang yang bisa dipercaya”. (Informan TH)

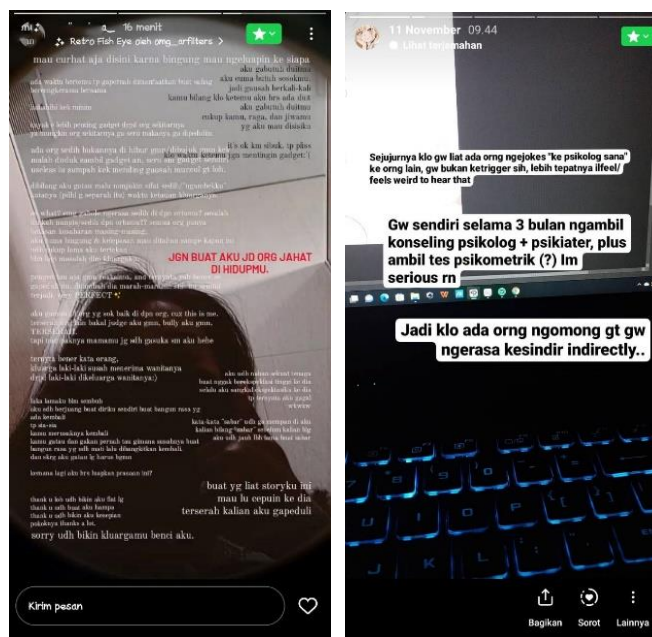
Alasan selanjutnya yang dapat peneliti simpulkan adalah faktor komunikasi, karena hanya teman – teman *close friends* mereka saja yang dapat memahami kondisi yang dialami oleh para informan. Pada hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Erland Hamzah & Eka Putri, 2020) terdapat faktor yang mendorong seseorang memilih mengungkapkan curhat di media sosial yaitu karena adanya rasa senang dan gembira. Mereka lebih percaya karena terdapat kedekatan interpersonal. Hal tersebut diungkapkan juga oleh Informan RH :

“Alasan menggunakan fitur ini tentunya memudahkan saya dalam memfilter daftar teman dekat. Karena pada fitur close friends kita lebih leluasa dalam membagikan cerita apapun kepada orang terdekat yang sudah kita kenal dan kita paham bagaimana kepribadiannya”.

Adapun pernyataan dari Informan HN yang menyatakan bahwa pernah juga memiliki pengalaman dengan membagikan curahan hati yang ditunjukkan kepada pengikut *close friends*-nya saja. Melalui wawancara-nya yang dilakukan bersama di internet, Informan HN menyatakan perasaan yang dirasakan ketika mengungkapkan diri lebih banyak pada fitur instagram *close friends*.

“Saya ingin berbagi sedikit cerita tapi tidak semua orang mengetahuinya jadi saya membagikan ke sebagian teman terdekat saya saja. Karena hanya mereka yang biasanya lebih bisa memahami saya dibandingkan dengan post instastory biasa, orang lain hanya cukup mengetahui tetapi tidak untuk mengerti sedalam yang sedang saya alami”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, mereka memilih fitur Instagram *close friends* untuk mengungkapkan privasi diri karena mereka dapat membatasi dalam membagikan informasi privasi diri, mereka menganggap fitur instagram *close friends* adalah tempat yang cocok untuk berbagi hal privasi. Seperti hasil kesimpulan pada penelitian (Siwi & Febriana, 2022) menjelaskan bahwa terdapat faktor lain yang dapat merangsang seseorang untuk mengungkapkan diri, yaitu adanya faktor sifat dan kepribadian.



Gambar 2 Tangkapan layar dari Informan yang membagikan curhatnya di fitur instagram *close friend*
 Sumber : Data Peneliti

Seperti yang dilihat pada gambar 2 merupakan hasil tangkapan layar oleh informan yang membagikan curahan hatinya dengan mengungkapkan apa yang tengah dia rasakan kepada pengikut *close friends* – nya saja. Hal itu ditandai dengan simbol bintang hijau di sebelah pojok kanan atas yang merupakan tanda fitur Instagram *close friends*. Berdasarkan gambar – gambar yang diberikan oleh informan dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan yang menandakan informasi privasi diri itu berbeda – beda. Permasalahan asmara, keluarga, kesehatan mental diri. Dalam kaitannya dengan kehidupan, manusia sebenarnya memiliki dimensi kebutuhan sosial secara integratif *personal integrative needs*, yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan penguatan hubungan dengan makhluk sosial yang didasari pada keinginan saling terhubung upaya untuk melepaskan diri dari ketegangan, tekanan emosional dan aneka hasrat dalam diri (Listyowantira & Ardi, 2018).

Peneliti menemukan bahwa seseorang hingga berani memunculkan diri dengan mengungkapkan permasalahan privasi karena media sosial menawarkan “wadah” khusus bagi kalangan tertentu seperti kaum *minoritas* yang tidak memiliki tempat untuk berbagi curahan hati, sehingga tersedianya fasilitas seperti fitur Instagram *close friends* menjadi pilihan untuk pengungkapan pribadi serta perlindungan privasi bagi kalangan tertentu tersebut (Salim, 2020). Seperti yang dikatakan informan ME dalam wawancara sebagai berikut :

“Mau curhat disini karna bingung mau ngeluapin ke siapa”.
“karna tidak semua org bisa memiliki cerita saya, saya tidak mau orang yang mungkin tidak saya kenal atau tidak dekat dengan saya memiliki curhatan saya”

Pengelolaan Batasan Privasi Fenomena *Hyperhonest* di Fitur Instagram *Close Friends*.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa terdapat asumsi – asumsi dasar tentang teori manajemen privasi komunikasi Sandra Petronio yang mendasari informan ketika menentukan batasan privasi dalam mengatur keterbukaan informasi privat pada fitur Instagram *close friends*.

Informasi Privat : Informasi privat merupakan informasi yang dimiliki oleh diri sendiri dan memiliki hak kepemilikan atas pribadi, dimana informasi tersebut dapat disimpan atau untuk dibagikan juga kepada orang lain. Petronio (2002) menyatakan bahwa orang – orang mendefinisikan informasi privat adalah suatu hal yang bersifat sangat berarti milik sendiri.

Pada penelitian ini peneliti menemukan yaitu terdapat satu hal tentang informasi pribadi yang menjadi bagian dari pengungkapan informasi pribadi dan itu adalah pesan sensitif. Peneliti memahami bahwa maksud pesan sensitif yang dibagikan dalam fitur Instagram *close friends* ini berbentuk sebuah curhatan yang Informan keluhkan seperti masalah sosial ataupun masalah psikologis yang dialaminya. Seperti pernyataan berikut yang dikatakan oleh salah satu informan GC yang mengatakan alasannya mengapa curhatan masalah privasi miliknya dibagikan pada fitur *close friends*.

“Cerita yang sedikit sensitif”. (Informan GC)

Informan sebagai pemilik informasi privat memiliki hak dalam mempertimbangkan untuk membagikan atau menyimpan informasi miliknya. Semua informan mengaku mereka pernah mengungkapkan curhatan lebih jujur tentang masalah pribadinya dengan daftar teman *close friends*-nya.

“Karena dengan close friends kita bisa memilih orang – orang yang bisa dipercaya”. (Informan TH)

Ruang dalam fitur Instagram *close friends* termasuk ruang yang sifatnya adalah privasi karena dengan konsepnya yang dapat menyeleksi kedekatan pertemanan di media sosial sehingga mereka tidak merasa takut untuk membagikan masalah privasinya kepada daftar teman dekatnya di fitur Instagram *close friends* (Pouwels, Valkenburg, Beyens, van Driel, & Keijsers, 2021).

Batasan Privat : Batasan privat adalah garis pembatas yang mengatur informasi privat hanya sebatas dirinya sendiri yang tahu (Syaoki, 2018). Disisi lain ketika mereka mengungkapkan beberapa informasi pribadi pada orang lain, maka saat itu juga informasi pribadi tersebut telah menjadi batasan kolektif. Setiap individu memiliki aturan dalam mengatur batasan dalam privasinya, perbedaan kepribadian dapat menentukan informasi privat dibagikan kepada publik atau tetap disimpan hanya untuk diri sendiri (Widiyastuti, 2016). Pada fenomena *hyperhonest* yang dialami oleh perempuan, Informan mengatur membagikan curhatan lebih jujur tentang masalah pribadinya menggunakan aturan hanya teman dekat yang dapat mengetahui tentang hal tersebut.

“Alasannya saya ingin berbagi sedikit cerita tapi tidak semua orang mengetahuinya jadi saya membagikan ke sebagian teman terdekat saya saja”. (Informan HN)

Fungsi batas tersebut adalah untuk mengidentifikasi tentang kepemilikan informasi yang menjadi kontrol selanjutnya atas siapa yang mengetahui tentang masalah pribadi informan. Kebebasan mengungkapkan hal privasi seperti fenomena *hyperhonest* di media sosial jika tidak dibatasi terkait batasan pribadi atau batasan kolektif dapat merugikan diri sendiri, karena tidak semua hal dapat diceritakan di media sosial termasuk pengungkapan diri dalam fitur instagram *close friends*. Karena pengguna aktif media sosial banyak yang lupa daratan, mereka menganggap ruang di media sosial dapat digunakan sepenuhnya dan merasa berhak akan mengungkapkan diri apapun (Erland Hamzah & Eka Putri, 2020). Menurut (Egan, 2022) mencapai keseimbangan batasan privasi menetapkan hal – hal secara praktis sangat menentukan tingkat privasi individu.

Kontrol dan Kepemilikan Privasi : Kontrol dan kepemilikan privasi dapat diartikan sebagai kesepakatan kepemilikan bersama. Pemilik informasi pribadi memposisikan dirinya untuk mengatur siapa individu yang diyakini untuk dapat mengakses informasi pribadi tersebut. Dalam hasil wawancara peneliti menemukan informan menentukan orang – orang yang dipercayainya untuk dikategorikan sebagai kepemilikan informasi pribadi bersama. Dalam hal tersebut orang yang dipercayai merupakan individu yang menjalin hubungan *interpersonal* dalam kehidupan sosialnya, maka dapat dikatakan curhatan mengenai informasi pribadi tersebut telah menjadi kepemilikan bersama antara informan dan daftar teman *close friends*-nya. Menurut Trepte (2021) sebagian besar pakar privasi menyebut bahwa dalam pengaturan privasi, kontrol adalah dinamika perilaku untuk menentukan akses pemilik informasi.

“Karena teman yang telah saya filter untuk masuk close friend merupakan teman yang dapat dipercaya”. (Informan RH)

Peneliti menyimpulkan bahwa perempuan saat membagikan curhatan lebih jujur tentang informasi pribadi mereka menetapkan kontrol privasi dengan membatasi diri menggunakan fitur *close friends* untuk melindungi informasi pribadi mereka, selain itu lingkup fitur *close friends* yang dapat kecil sehingga kontrol terhadap informasi pribadi masih dapat dijangkau.. Kontrol privasi adalah cara yang tepat terdapat harapan agar penerima informasi dapat mengerti perasaan informan dan informasi tersebut tidak bocor di luar . Kontrol dalam mengungkapkan diri juga memiliki faktor lain, yaitu karena memotivasi diri informan untuk menginginkan orang lain memiliki pandangan yang sama dengan dirinya dan berharap dapat mengerti perasaannya.

Sistem Manajemen Berbasis Aturan : Sistem manajemen merupakan suatu cara yang dilakukan untuk penanganan informasi pribadi oleh informan dalam membagikan curahan hatinya yang lebih jujur tersebut kepada daftar pengikut *close friends*-nya. Pada hasil penelitian ini peneliti mendapatkan bahwa dalam membagikan pengalaman curhatan lebih jujur di fitur *close friends*, perempuan lebih memiliki pertimbangan sebelum menentukan informasi pribadi tersebut dibagikan kepada publik. Salah satu faktor penyebabnya adalah timbul perasaan nyaman dan ketenangan apabila informasi tersebut hanya diketahui orang terdekatnya saja. Keterbukaan diri pada media sosial didukung oleh adanya emosi yang dirasakan dalam diri sehingga membuat individu memilih mengungkapkan diri untuk terbuka, salah satunya adalah kerapatan jaringan. Kerapatan jaringan merujuk pada tingkat kualitas hubungan yang dibangun antara anggota lain hingga mendapati tingkat keintiman, seperti sahabat, keluarga, pasangan. Hubungan yang terjalin intim meningkatkan keinginan seseorang dalam hal berbagi emosional (Erland Hamzah & Eka Putri, 2020)

“Merasa lebih tenang jika diketahui oleh orang-orang terdekat saja” (Informan MR)

Dalam fitur *close friends* para informan dapat memilih siapa saja orang yang dapat melihat curahan hati yang diungkapkan. Walaupun informasi tersebut menjadi kepemilikan bersama, Informan menyatakan minim terjadi kebocoran informasi privasi, oleh karena itu, perspektif sistem manajemen dalam mengelola berbagi ungkapan diri yang lebih jujur bisa diperhatikan dalam penerapannya pada teori manajemen privasi komunikasi. Karena perkembangan media baru yang ada dalam internet meleburkan batasan informasi privasi pada publik yang dapat menimbulkan efek negatif (Liu, 2022).

Dialektika Manajemen Privasi : Dialektika secara umum mengacu pada ketegangan – ketegangan saat mempertimbangkan apakah informasi pribadi tersebut dibagikan atau tetap disimpan pribadi. Pada pengalaman membagikan curhatan lebih jujur di fitur *close friends* Instagram, perempuan merasakan ketegangan ketika akan membagikan masalah pribadinya tersebut dalam publik, mereka memikirkan pertimbangan dan kemudian memutuskan untuk mengungkapkannya atau tidak. Apabila dalam manajemen dialektika privasi berhasil melakukan negosiasi bersama daftar teman *close friends*-nya untuk saling menjaga informasi pribadi, maka tidak terjadi turbulensi diantara keduanya. Dalam penelitian ini 1 informan mengakui bahwa dalam pengalamannya membagikan curhatan informasi pribadi, salah seorang teman dalam *close friends*-nya membocorkan informasi tersebut, oleh karena itu mengatur negosiasi dan batasan tidak selalu berjalan sesuai dengan harapan.

“Pernah karena ada salah satu teman di cf yg suka cepu hihi” (Informan TH)

Suatu hal yang wajar apabila terdapat perbedaan sifat dan cara berpikir seseorang. Pengalaman bocornya informasi pribadi dalam publik bisa terjadi karena adanya kesalahan dalam menilai seseorang sehingga terlalu percaya.

Budaya Siber Pengungkapan Diri Yang Terbentuk di Fitur Instagram *Close Friends*

Sejak kehadiran jaringan internet hingga akhirnya satu – persatu mulai memunculkan ruang komunitas – komunitas baru yang terbentuk dalam dunia maya seperti komunitas konten kreator, komunitas *gaming*, dll yang meliputi komunikasi dan interaksi manusia didalamnya yang termediasi jaringan internet telah membentuk budaya baru dalam dunia maya. Budaya siber (*Cyberculture*) merupakan upaya – upaya praktik sosial, nilai komunikasi dan pola interaksi yang muncul di ruang siber antar pengguna, hubungan manusia dengan teknologi maupun manusia dengan perantara teknologi. Budaya tersebut merupakan budaya baru yang terbentuk dalam jaringan internet (Murfianti, 2019). Situs jejaring sosial membuka peluang lebih lanjut untuk mengungkapkan diri, membagikan pengungkapan emosional melalui unggahan – unggahan tulisan/foto/video. Dalam jejaring

sosial komunikasi dapat dilakukan tanpa tatap muka, karena dapat dilakukan dimana saja, dengan demikian pengungkapan diri pun dapat dilakukan di dalam jejaring sosial.

Pengungkapan diri kini lebih banyak terjadi melalui komunikasi jaringan online daripada melakukan tatap muka. Dalam dunia maya saat ini menjadi *common reality* dikarenakan banyaknya pengguna yang terus meningkat pada tiap tahunnya. Hal tersebut menyebabkan lunturnya nilai - nilai dan pengguna satu sama lain akan saling kontradiksi. Budaya siber juga menciptakan perbedaan sebelum internet muncul. Dengan kehadirannya saat ini menciptakan ruang baru yang dapat merubah karakter baru dalam dunia maya sehingga menjadi sosok yang berbeda bahkan dapat menjadi jauh lebih beda ketika dalam dunia nyata. Kehadiran internet dan sosial media secara tidak langsung mengubah pola interaksi individu (Widyaningrum, 2021).

Fitur Instagram *close friends* merupakan sebuah karakteristik baru yang menawarkan konsep privasi kepada pengguna. Fitur tersebut dapat mencakup pengungkapan diri, rahasia bersama, dan rasa eksklusivitas. Pengguna dapat membangun narasi mereka sendiri, sehingga terciptanya kebiasaan baru dalam budaya siber dengan berkomunikasi membagikan informasi privasi diri. Bell menyatakan kehadiran budaya siber ditimbulkan karena teknologi informasi di internet yang berintegrasi dengan masyarakat (dalam Maya Putri, 2021).

Kaumuda selalu mencurahkan perhatian pada presentasi diri. Generasi z mengikuti budaya keterbukaan diri dalam dunia maya karena kondisi psikologisnya yang merasa bahwa tidak ada orang yang bisa diajak untuk mencurahkan hati sehingga lebih memilih untuk mengungkapkannya dalam dunia maya agar dapat melepaskan emosi dan ekspresinya (Madden et al., 2013). Fitur Instagram *close friends* menciptakan ruang pribadi dan tempat privasi untuk keintiman diantara teman. Terdapat fitur – fitur yang dapat digunakan untuk membalas pesan kita informan mengungkapkan masalah pribadinya.

Dalam fenomena *hyperhonest*, pengalaman informan sebagai generasi z yang berbagi curahan hati lebih jujur karena ingin menyalurkan emosional yang dirasakannya dengan menceritakannya pada media terkait masalah pribadi yang dialami karena tidak memiliki ruang untuk melampiaskan, sehingga menggunakan fitur *close friends* dengan hanya ditunjukkan kepada orang – orang terdekatnya, hal tersebut tidak membuat pengguna merasa kesepian, selain itu mereka ingin mendapatkan respon balik dari pengikut *close friends*-nya dengan harapan memberikan perhatiannya kembali. Peneliti juga beropini bahwa selain ingin mendapat perhatian dari orang terdekat, namun masih ada “hal lain” yang ingin didapat ketika curhatan tersebut mendapat respon dari banyak orang. Pengungkapan diri dalam media sosial salah satu bentuk *eksistensi* dan representasi diri dalam internet. Semua orang dapat menjadi *celebrity internet* sebagai cara baru aktivitas online meliputi tindakan peningkatan kepopuleran (Abidin, 2018).

Peneliti menggunakan metode etnografi virtual untuk melihat budaya siber generasi z menggunakan fitur Instagram *close friends* sebagai media mengungkapkan diri lebih banyak.

Level ruang media, para informan menggunakan media sosial Instagram dan fitur *close friends* sebagai medianya. Unggahan pada fitur instagram *close friends* merupakan instastory yang hanya berlaku 24 jam saja, melewati 24 jam unggahan tersebut secara otomatis akan hilang. Dengan fitur *close friends* informan dibatasi oleh jumlah pengikut yang masuk kedalam daftar teman dekat dan jumlah maksimalnya hanyalah 20.

Level Dokumen Media, level tersebut digunakan untuk mengetahui apa isi makna pesan yang ada didalamnya. Instagram *close friends* merupakan fitur pengembangan dari instastory, sehingga yang menjadi dokumen media adalah unggahan – unggahannya berupa foto/video/teks dari yang informan bagikan. Dalam unggahan yang dibagikan isi pesan adalah narasi yang menggambarkan ungkapan dari informan, suasana hati yang dirasakan. Terdapat juga simbol – simbol yang digunakan untuk mempresentasikan seperti emoticon menangis, emoticon hati yang patah. Simbol tersebut memiliki makna terkait kondisi informan. Pengungkapan diri fenomena *Hyperhonest* pada level dokumen media dapat dilihat melalui pesan – pesan yang disampaikan di fitur *close friends* yang menunjukkan informasi privasi diri. Budaya siber yang dilakukan pengikut *close friends* adalah dapat menyukai unggahan foto / video / teks yang informan bagikan.

Level objek media, Instastory instagram merupakan sebuah fitur yang digunakan oleh pengguna ketika ingin mengunggah foto/video tanpa harus mengunggah unggahan yang masuk ke dalam unggahan Instagram itu sendiri, sehingga fitur instastory ini adalah unggahan yang sifatnya adalah sementara, sehingga dapat mengunggah mengenai aktivitas sehari – hari. Lamanya durasi waktu ketika mengunggah dalam instastory hanya 24 jam, setelah melebihi waktu tersebut maka secara otomatis unggahan tersebut akan hilang. Unggahan dalam instastory dapat dilihat oleh semua pengikut-nya, namun dalam fitur *close friends* unggahan instastory tersebut hanya ditunjukkan kepada pengikut yang masuk kedalam teman dekat saja. Fitur instastory *close friends* di konsep lebih privasi. Dapat digunakan untuk membagikan hal – hal yang bersifat privasi atau mengungkapkan diri bercerita masalah pribadi yang hanya diketahui oleh pengikut yang masuk ke dalam *close friends*-nya saja. Budaya siber yang dilakukan pengikut *close friends* adalah dapat menyukai unggahan dari informan. Fitur “likes” yang terdapat pada instastory Instagram, selain memiliki makna menyukai, tanda *likes* tersebut dapat berarti sebuah tanggapan yang berarti ikut bersimpati. Selain itu terdapat juga fitur “Reply” yang digunakan untuk

membalas unggahan yang dibagikan seperti komentar, lalu nantinya balasan tersebut akan masuk melalui pesan "Direct message" yang hanya bisa dilihat oleh akun pribadi informan sendiri.

Dengan adanya fitur *close friends* tersebut menjadikan ruang baru yang digunakan pengguna untuk mengekspresikan dirinya. Fenomena *hyperhonest* yang terjadi dalam media sosial membuat masyarakat membentuk budaya siber baru mengenai pengungkapan diri melalui internet. Keterbukaan diri di media sosial dapat diekspresikan melalui foto dan video. Mereka membagikan masalah pribadi dan informasi privatnya lebih jujur kepada orang lain.

Level Pengalaman, pada level pengalaman dalam fenomena *hyperhonest*, para informan mengungkapkan diri lebih jujur apa yang mereka alami dalam dunia nyata dan menceritakan-nya kedalam ruang virtual untuk berbagi masalah diri-nya yang kemudian masalah privasi tersebut menjadi konsumsi oleh teman –teman yang masuk kedalam daftar teman dekat-nya. Fitur Instagram *close friends* digunakan sebagai media perantara mereka untuk mengungkapkan diri, berbagi informasi privasi yang sifatnya sensitif. Interaksi yang terjadi di dalam ruang instagram menggambarkan seakan –akan menggambarkan keadaan realitas seperti di dunia nyata, namun terkadang realitas yang diciptakan dalam dunia maya terkadang berbeda sekali dalam dunia nyata (Hine, 2000). Hanya saja dalam sebaliknya, terkadang realitas dalam dunia maya tersebut sama terjadi juga dalam dunia nyata. Seperti yang diungkapkan oleh Informan ME melalui wawancara, informan ME mengungkapkan permasalahan pribadi-nya dalam fitur instagram *close friend*, namun berdasarkan hasil observasi partisipan peneliti permasalahan tersebut memang informan ME alami. Pada motif efek, mengungkapkan dalam fitur *close friends* hanya membuat diri-nya merasa lega. Teman – teman yang masuk kedalam *close friends*-nya adalah teman dekat-nya dalam dunia nyata. Interaksi yang dilakukan generasi z ketika mengungkapkan diri dalam ruang virtual dapat menciptakan ikatan emosional juga dengan teman –teman *online* mereka karena mereka dapat merasakan hal yang sama juga (Guo et al., 2017)

Pengungkapan diri Fenomena *Hyperhonest* yang dilakukan di fitur instagram *close friends* pada generasi z menjadi budaya siber keterbukaan di media sosial saat ini. Budaya berbagi hal –hal privasi yang kemudian menjadi konsumsi oleh pengguna lain mempengaruhi nilai – nilai komunikasi yang terjadi di ruang siber. Menurut Si Pahutar (2016) dalam (Ardijana & Rummyeni, 2022) keterbukaan diri yang dilakukan dalam mediasosial memberikan pengguna kenyamanan dan merasa lebih bebas apabila komunikasi tersebut dilakukan secara virtual dari pada secara tatap muka.

Adapun alasan mengungkapkan diri diri lebih banyak dengan berbagi informasi privasi, berbagi masalah diri pada fitur instagram *close friends* dikarenakan seseorang tersebut merasakan kenyamanan dan lebih memiliki kepercayaan untuk berbagi kepada daftar teman *close friends*-nya. Konsep fitur instagram *close friends* sendiri merupakan ruang virtual yang bersifat privasi dikarenakan keterbatasan orang yang dapat melihat unggahan yang dibagikan. Oleh karena itu, pengguna perlu melakukan seleksi dan pengontrolan terhadap orang – orang yang akan menjadi kepemilikan privasi bersama (*collective boundaries*).

SIMPULAN DAN SARAN

Pengalaman fenomena *hyperhonest* yang dialami oleh generasi Z perempuan dipengaruhi oleh faktor, yaitu fitur Instagram *close friends* yang konsepnya adalah privat menjadi tempat berlindung pengungkapan informasi pribadi mereka, sikap selektif manajemen privasi komunikasi diterapkan untuk menentukan batasan kolektif yang dipilihnya sebagai kepemilikan informasi bersama. Sebagian besar mereka mengatur batasan dalam berbagi masalah pribadi di fitur *close friends* karena adanya kepercayaan yang diberikan terhadap orang yang dipercayainya untuk kepemilikan informasi bersama. Faktor tersebut didukung karena adanya kedekatan interpersonal dengan pengikut *close friends* mereka dalam kehidupan sosial.

Budaya siber yang terbentuk dalam fitur Instagram *close friends* dalam level ruang media generasi Z perempuan menggunakan Instagram fitur *close friend* sebagai media curhat. Pada level dokumen media, unggahan – unggahan yang dibagikan yang menjadi dokumen media tersebut. Pada level objek media, instastory Instagram yang hanya berdurasi 24 jam menjadi tempat unggahan dokumen media curhat. Pada level pengalaman, budaya curhat berbagi masalah pribadi di media sosial terjadi karena konsep fitur *close friends* yang didesain privat dan seleksi pengikut *close friends* yang menjadi keyakinan percaya mereka. Dalam penelitian ini peneliti memahami bahwa masih terdapat kekurangan, diantaranya pada analisis data yang sebaiknya mendapatkan informan lebih banyak. Saran bagi peneliti selanjutnya dapat melanjutkan dengan menambah pengalaman *hyperhonest* pada laki – laki sehingga terdapat perbandingan antara laki – laki dan perempuan dalam fenomena *hyperhonest*.

REFERENSI

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity _ understanding fame online*. Emerald Publishing Limited.
- Arnus, S. H. (2016). Self Disclosure di Media Sosial pada Mahasiswa IAIN Kendari (Suatu Kajian Psikologi Komunikasi Pada Pengguna Media Sosial). *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 11(2), 143–160. Retrieved from <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31332/ai.v11i2.459>
- Arundati Putri, R., Lukmantoro, T., & Hasfi Raina, N. (2022). Pengelolaan Manajemen Privasi Dalam Penggunaan Akun Finsta (Fake Instagram). *Interaksi Online*, 10(3), 355–367. Retrieved 25 March 2023 from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/34634>
- Avdijan, A. A., & Romyeni, R. (2022). Pengungkapan Diri Mahasiswa pada Media Sosial Twitter (Studi Etnografi Virtual Akun Autobase @Collegemenfess). *Jurnal Komunikatif*, 11(2), 206–219. Retrieved from <https://doi.org/10.33508/jk.v11i2.4250>
- Badan Pusat Statistik. (2021). Badan Pusat Statistik. Retrieved 26 March 2023, from <https://demakab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Chambers, D. (2013). Social Media and Personal Relationships. *Social Media and Personal Relationships*. Retrieved 5 February 2023 from <https://doi.org/10.1057/9781137314444/COVER>
- Clarissa, J., & Daniel Tamburian, H. H. (2020). Instagram dan Self Disclosure dalam Perspektif Komunikasi Antarpribadi terhadap Siswa-Siswi SMA Santo Kristoforus II. *Koneksi*, 3(2), 328–335. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/kn.v3i2.6366>
- Dianiya, V. (2021). Management Privacy dalam Penggunaan Fitur “Close Friend” di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 249. Retrieved from <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2652>
- Egan, M. (2022). Privacy boundaries in digital space: an exercise in responsabilisation. *Information and Communications Technology Law*, 31(3), 301–318. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/13600834.2022.2097046>
- Erland Hamzah, R., & Eka Putri, C. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 221–229. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v3i2.1124>
- Farhan, H. (2022). Rizky Billar Curhat di Instagram Story Close Friend, Marissya Icha Bocorkan Isinya Lengkap - Pikiran-Rakyat.com. Retrieved 4 February 2023, from <https://www.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-015660782/rizky-billar-curhat-di-instagram-story-close-friend-marissya-icha-bocorkan-isinya-lengkap>
- Guo, D., Xu, J., Zhang, J., Xu, M., Cui, Y., & He, X. (2017). User relationship strength modeling for friend recommendation on Instagram. *Neurocomputing*, 239, 9–18. Retrieved 3 February 2023 from <https://doi.org/10.1016/J.NEUCOM.2017.01.068>
- Hidayah, N. (2020). *Pengaruh Fitur Close Friends Instagram Terhadap Self Disclosure Siswa SMAN 1 Maros*. Universitas Hasanuddin.
- Hine, C. (2000). *Virtual-Ethnography-*.
- Listyowantira, E. A. K., & Ardi, R. (2018). PEMBURU “LIKE” : EFEK NARSISME DAN KEBUTUHAN REKOGNISI PADA PENGGUNA INSTAGRAM. *Jurnal Ecopsy*, 5(3). Retrieved 6 February 2023 from <https://doi.org/10.20527/ECOPSY.V5I3.5149>
- Liu, Y. (2022). Social Media Changed Notions of the Self and Privacy. *BCP Education & Psychology ERHSS*, 6, 48–50. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.54691/bcpep.v6i.1684>
- Madden, M., Lenhart, Amanda, Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., & Beaton, M. (2013). *Teens, social media and privacy*. Pew Research Center.
- Maya Putri, D. (2021). Etnografi Virtual Pengungkapan Diri Mengenai Self Harm Dan Kesehatan Mental Pada Pengguna Media Sosial Twitter. *PERSEPSI: Communication Journal*, 4(2), 221–235. Retrieved from <https://doi.org/10.30596%2Fpersepsi.v4i2.8278>
- Murfianti, F., Desain, J., Rupa, S., & Desain, D. (2019). *Meme Di Era Digital Dan Budaya Siber*. *Jurnal Penelitian Seni Budaya* (Vol. 11).
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. State University of New York Press.
- Pouwels, J. L., Valkenburg, P. M., Beyens, I., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social media use and friendship closeness in adolescents’ daily lives: An experience sampling study. *Developmental Psychology*, 57(2), 309. Retrieved 3 February 2023 from <https://doi.org/10.1037/DEV0001148>

- Revilia, D. (Donna), & Irwansyah, N. (Nfn). (2020). Social Media Literacy: Millennial's Perspective of Security and Privacy Awareness. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(1), 478-416. Retrieved 5 February 2023 from <https://doi.org/10.33299/JPKOP.24.1.2375>
- Rohayati, R. (2017). Budaya Komunikasi Masyarakat Maya (Cyber): Suatu Proses Interaksi Simbolik. *Sosial Budaya*, 14(2), 179–189. Retrieved from <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/sb.v14i2.4432>
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share : Social Work Journal*, 9(1), 10–19. Retrieved from <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>
- Rulli, N. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sakinah, S. (2021). Analysis of the Use of Close Friend Feature on Instagram as a Social Networking Site Using Communication Privacy Management Theory. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(2), 95–104. Retrieved from <https://doi.org/10.25008/jpi.v3i2.85>
- Salim, A. (2020). Fenomena Keterbukaan Kelompok Minoritas Dalam Berkomunikasi di Media Sosial (Studi Pada Kelompok Minoritas LGBT di Media Sosial Instagram). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(3), 19–31. Retrieved 6 February 2023 from <https://doi.org/10.36418/SYNTAX-LITERATE.V5I3.971>
- Sarkawi, D. (2016). Perubahan Sosial dan Budaya Akibat Media Sosial. *Jurnal Administrasi Kantor*, 4(2), 307–338. Retrieved 25 March 2023 from <<http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/183>>.
- Siwi, D. R., & Febriana, P. (2022). Hyperreality dan Self Disclosure Kaum Homoseksual di Twitter. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 66–80. Retrieved 30 December 2022 from <https://doi.org/10.26905/NOMOSLECA.V8I1.7325>
- Soliha, S. F. (2015). Tingkat ketergantungan pengguna media sosial dan kecemasan sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–10. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.1-10>
- Sumarlan, I. (2020). Self-Concept of Milennial Generation in Managing the Boundaries of Information on Privacy on Social Media. *International Journal of Social Science and Human Research*, 03(12). Retrieved from <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v3-i12-07>
- Syaoki, M. (2018). Manajemen Privasi Jemaat Ahmadiyah di Kota Semarang. *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 39–50. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jail.v1i2.230>
- Trepte, S. (2021). The Social Media Privacy Model: Privacy and Communication in the Light of Social Media Affordances. *Communication Theory*, 31(4), 549–570. Retrieved from <https://doi.org/10.1093/ct/qtz035>
- Whitty, M., & Joinson, A. (2008). *Truth, Lies and Trust on the Internet*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Widiyastuti, A. (2016). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pada Pengguna Facebook. *Jurnal Psikologi Universitas Esa Unggul*, 1–8. Retrieved 28 March 2023 from <https://digilib.esaunggul.ac.id>
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi Study of Virtual Communities: Opportunities and Challenges in Communication Studies. *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2). Retrieved from <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457>
- Yunita, R. (2019). Aktivitas Pengungkapan Diri Remaja Putri Melalui Sosial Media Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 26–32. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5073>
- Zainuri, A. A. (2021). *The Closest One (Analisis Manajemen Privasi Komunikasi pada Akun Kedua di Instagram Menggunakan Teori Communication Privacy Management di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret)*. Retrieved from <https://digilib.uns.ac.id>
- Zellatiffanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). TIPE PENELITIAN DESKRIPSI DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90. Retrieved from <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>