

MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PADA REMAJA PENGGUNA AKUN ALTER EGO DI TWITTER

Muhammad Saifulloh, Andi Ernanda

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
musyaffa00@yahoo.com

Diajukan: 13-12-2-18; Direview: 15-12-2018; Diterima: 20-12-2018;

Abstract

Management of privacy information not only in the real world, now individuals can disseminate their personal information to others through social media such as Twitter. The existence of alter ego accounts on the Twitter social networking site, has a very different level of private information. These accounts are made to post photos that contain self pornography content, each time uploading their sensual photos to Twitter; they complete it with a nametag that says username and attach the hashtag keyword #Realava. This study looks at how the communication privacy management of alter ego account owner, uses the theory of Communication Privacy Management. With the phenomenology approach, the research gets the following description: First, the owner of the alter ego account still applies private restrictions in its use. The collective boundary that is applied is in the form of cutting or covering the part of his face on the photos that are distributed. Second, the motives that arise in the account owner are motives of self-identity, motives of interaction and motives of entertainment.

Keywords: *twitter, alter ego Account, privacy management.*

Abstrak

Pengelolaan informasi privasi tidak hanya dalam dunia nyata, saat ini individu dapat menyebarkan informasi pribadi mereka kepada orang lain melalui media sosial seperti *Twitter*. Keberadaan akun-akun alter ego di situs jejaring sosial *Twitter*, memiliki tingkat keterbukaan informasi privat sangat berbeda. Akun-akun ini dibuat untuk melontarkan foto yang mengandung konten pornografi diri sendiri, setiap kali mengunggah foto sensual dirinya ke *Twitter*, mereka melengkapinya dengan *nametag* bertuliskan *username* dan melampirkan kata kunci *hashtag #Realava*. Penelitian ini melihat bagaimana manajemen privasi komunikasi pemilik akun alter ego menggunakan teori Manajemen Privasi Komunikasi. Dengan pendekatan fenomenologi penelitian ini mendapatkan deskripsi berikut: *Pertama*, Pemilik akun alter ego tetap menerapkan batasan privat dalam penggunaannya. Batasan kolektif yang diterapkan berupa memotong atau menutupi bagian wajah dirinya pada foto yang disebar. *Kedua*, Adapun motif yang muncul pada pemilik akun adalah, motif identitas diri, motif interaksi dan motif hiburan.

Kata Kunci: *twitter, akun alter ego, manajemen privasi.*

PENDAHULUAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* bekerjasama dengan *Hootsuite*, menyebutkan bahwa ada 130 juta orang Indonesia yang terbilang aktif di media sosial (*medsos*). Laporan *We Are Social* mengungkapkan bahwa total populasi Indonesia mencapai 265,4 juta jiwa, sedangkan pengguna internetnya setengah dari populasi, yakni sebesar 132,7 juta. Bila dilihat dari jumlah

pengguna internetnya, maka bisa dibilang seluruh pengguna internet di Indonesia sudah mengakses *medsos*. *We Are Social* mengatakan 132,7 juta pengguna internet, 130 juta diantaranya pengguna aktif di *medsos* dengan penetrasi 49%. Sedangkan dari jumlah perangkat, *We Are Social* mengatakan *unique mobile users* menyentuh angka 177,9 juta dengan penetrasi 67%. (sumber: *We Are Social*, Januari 2018).

Fakta lainnya, orang Indonesia rata-rata

menghabiskan waktu untuk berselancar di internet dengan berbagai perangkat hingga delapan jam 51 menit. Sementara, rata-rata berkecimpung di medsos dengan berbagai perangkat hingga tiga jam 23 menit. Mengenai kecepatan koneksi internet, We Are Social mengatakan rata-rata kecepatan untuk fixed broadband mencapai 13,79 Mbps dan rata-rata kecepatan untuk mobile broadband mencapai 9,82 Mbps. Platform medsos yang paling digandrungi oleh orang Indonesia, di antaranya YouTube 43%, Facebook 41%, WhatsApp 40%, Instagram 38%, Line 33%, BBM 28%, Twitter 27%, Google+ 25%, FB Messenger 24%, LinkedIn 16%, Skype 15%, dan WeChat 14% (sumber: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos> diakses 1 November 2018)

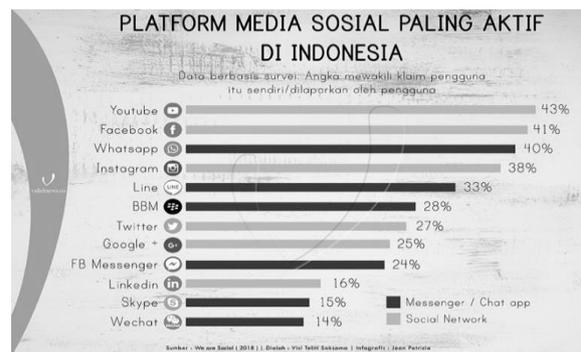
Menurut Creeber dan Martin (2009:72) social media sendiri merupakan kombinasi dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang masuk kedalam kategori new media. New media merupakan produk dari komunikasi yang termediiasi teknologi yang terdapat bersama dengan computer digital. Banyaknya fitur dan fungsi social media menjadikan social media sebagai wadah atau medium bagi masyarakat khususnya para pengguna gadget dalam memberikan dan memperoleh informasi, media dalam mengekspresikan diri, maupun sebagai media promosi, yang dilakukan baik sebagai pengguna individu maupun organisasi dan perusahaan (Aisah dan Yuliana, 2018: 29-38).

Twitter menjadi salah satu situs yang sering di kunjungi oleh pengguna internet di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari Alexa Web Traffic yang mencatat *Twitter* termasuk dalam 10 besar daftar situs yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia (lihat gambar 1).

Twitter merupakan sebuah situs *web* yang menawarkan jaringan sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunaanya untuk mengirimkan dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweet*). Kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil penggunaanya. Pengguna *Twitter* juga memungkinkan untuk mengunggah sebuah foto yang disebut sebagai *tweetpic*. Dengan memiliki sebuah akun *Twitter* memungkinkan seseorang untuk mendapatkan berbagai macam informasi sesuai kebutuhannya dan saling berinteraksi

dengan sesama pengguna *Twitter* lainnya.

Kelompok usia produktif merupakan pengguna internet terbanyak di Indonesia. Menurut riset katadata, hampir separuh dari total pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam kelompok usia 19-34 tahun (49,52%). Sementara penggunaan terbanyak kedua merupakan kelompok usia 35-54 tahun (29,55%), kelompok usia 13-18 tahun (16,68%), dan pengguna dengan usia di atas 54 tahun (4,24%).



Gambar 1.

Twitter merupakan salah satu website yang sering di akses oleh masyarakat Indonesia. (Sumber: We Are Social, 2018)

Hasil riset yang dilakukan oleh katadata (2018) dapat melihat sendiri bahwa remaja dan *Twitter* semakin akrab saat ini. Ketersediaan akses internet yang terus-menerus dalam telepon genggam juga turut memicu jumlah remaja dalam menggunakan *Twitter*. Hal tersebut didukung dengan keunggulan *Twitter* yang bersifat *mobile* dan *real-time*. Kedua sifat tersebut mempunyai peranan *Twitter* disukai oleh remaja.

Keberadaan akun-akun di situs jejaring sosial *Twitter* yang memiliki tingkat keterbukaan informasi privat sangat berbeda. Umumnya remaja menggunakan *Twitter* sebagai tempat berinteraksi, mencari informasi dan menuangkan isi hatinya melalui sebuah *tweet*, akan tetapi akun-akun ini justru melontarkan sebuah foto yang mengandung konten pornografi dan celakanya foto yang mereka lontarkan tersebut merupakan dirinya sendiri. Hal tersebut dapat dilihat dari setiap kali mengunggah foto sensual dirinya ke *Twitter*, mereka selalu melengkapinya dengan *nametag* bertuliskan *username* akun yang digunakan serta melampirkan

kata kunci *hashtag #Realava*.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Komunikasi Dunia Maya

Kehadiran dunia maya menimbulkan suatu komunitas maya (*virtual communities*). “Komunitas maya adalah komunitas-komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata”. (Severin & Tankard, 2008:447). Berdasarkan pengertian tersebut, penulis memahami bahwa komunitas maya merupakan sebuah kelompok yang terdiri dari individu melakukan sebuah interaksi yang lebih banyak berinteraksi melalui komunikasi digital dibandingkan tatap muka. Ruang *chatting*, *e-mail*, *milis*, dan kelompok-kelompok diskusi via elektronik adalah beberapa contoh tempat-tempat yang dapat dipakai oleh komunitas untuk saling berkomunikasi. Orang-orang yang tinggal di berbagai penjuru dunia yang memiliki ketertarikan yang sama dapat berkumpul untuk membicarakan topik yang menarik perhatian bersama tersebut dalam dunia maya.

Realitas inilah yang dikenal dengan istilah hiperrealitas atau realitas semu. Fenomena komunikasi melalui internet sekarang ini bagi sebagian orang tampaknya lebih menarik daripada berkomunikasi secara langsung tatap muka. Gejala inilah yang oleh Walther (1996) disebut sebagai komunikasi hiperpersonal, yakni komunikasi dengan perantara internet yang secara sosial lebih menarik daripada komunikasi langsung (Severin & Tankard, 2008:462).

Selanjutnya Walther menjelaskan, ada tiga faktor yang cenderung menjadikan partner komunikasi via komputer lebih menarik, yaitu: 1) E-mail dan jenis komunikasi lainnya memungkinkan presentasi diri yang sangat selektif, dengan lebih sedikit penampilan atau perilaku yang tidak diinginkan dibandingkan komunikasi langsung. Dengan kata lain, seseorang tidak perlu repot menata perilaku visual ketika berkomunikasi melalui internet. 2) Orang yang terlibat dalam komunikasi via komputer kadang kala mengalami atribusi yang berlebihan yang di dalamnya mereka membangun kesan *stereotype* tentang *partner* mereka. Kesan-kesan ini sering mengabaikan informasi negatif, seperti kesalahan cetak, kesalahan ketik, dan

sebagainya. 3) Ikatan intensifikasi bisa terjadi yang di dalamnya pesan-pesan positif dari seorang partner akan membangkitkan pesan-pesan positif dari rekan komunikasinya.

Computer Mediated Communication

Kini internet telah menjadi salah satu mediator antar manusia untuk saling berkomunikasi dan berhubungan atau yang disebut sebagai *Computer Mediated Communication* (CMC). Wright & Lynn (2011:122) mendeskripsikan karakteristik CMC, yaitu: 1) Sinkronitas, merujuk pada tingkat dimana pesan bersifat segera. 2) Anonimitas, merepresentasikan level personal, mengindividukan informasi yang ditransmisikan oleh sebuah *channel*. 3) Kostuminasi, adalah tingkat dimana lingkungan termediasi memodifikasi dirinya sendiri berdasarkan keinginan pengguna. 4) Interaktivitas, mengacu pada komunikasi dua arah. 5) Kehadiran sosial, mengacu pada tingkat kehadiran sosial di dunia maya sama seperti dengan dunia nyata. 6) Banyaknya pengguna. 7) Homogenitas pengguna, merujuk pada karakteristik pengguna yang cenderung memiliki kesamaan.

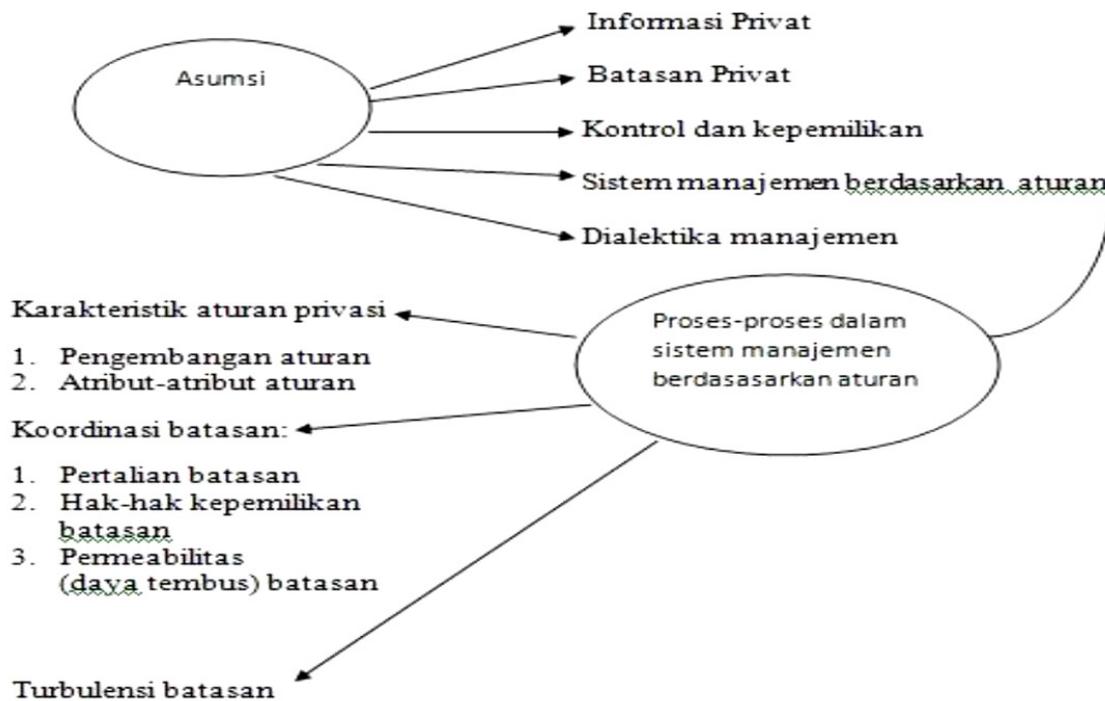
Salah satu cara individu berhubungan satu sama lain adalah melalui situs jejaring sosial yang menjadi alat terjadinya komunikasi. Oleh karena itu, CMC memungkinkan adanya kehidupan lain yaitu kehidupan virtual yang menjadi salah satu bentuk CMC. Beberapa bentuk CMC di antaranya adalah *public discussion board*, *chat rooms*, *instant messaging*, dan *virtual world* (Wright & Webb, 2011:126-129).

Manajemen Privasi Komunikasi

Teori manajemen privasi komunikasi (CPM) berakar pada asumsi-asumsi mengenai bagaimana seorang individu berpikir dan berkomunikasi sekaligus asumsi-asumsi mengenai sifat dasar manusia. Petronio (2002) dalam (West & Turner, 2008:255).melihat bahwa manusia membuat pilihan dan peraturan mengenai apa yang harus dikatakan dan apa yang harus disimpan dari orang lain berdasarkan “kalkulus mental”, yang dimaksud “kalkulus mental” adalah sebuah peringkat dalam diri seseorang didasarkan pada kriteria penting, beberapa diantaranya seperti budaya, gender, konteks. Ia berargumen bahwa kriteria-kriteria ini mencakup pertimbangan akan

orang lain yang terlibat dan juga akan konsep diri. Untuk alasan itu, Petronio menggunakan istilah pembukaan (*disclosure*) dan pembukaan pribadi

(*private disclosure*) daripada menggunakan istilah pembukaan diri (*self disclosure*).



Gambar 2.
Asumsi Dasar Teori Manajemen Privasi Komunikasi

Situs Jejaring Sosial

Definisi Situs jejaring sosial (SJS) diartikan oleh Boyn dan Ellison (2007) sebagai situs yang memberikan layanan berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk, membangun suatu profil publik atau semi publik dalam suatu sistem terbatas, membangun daftar teman yang melaluinya para pengguna dapat saling berbagi relasi, dan memperlihatkan dan mengubah daftar relasi mereka dalam sistem tersebut.

Sedangkan Ofcom (Ofcom, 2008) mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai situs yang menyediakan layanan bagi pengguna untuk membuat profil atau halaman pribadi dan membangun jejaring sosial online. Halaman profil berisi informasi pribadi (nama, kelamin, agama, hobi, dsb). Sebagai tambahan, situs jejaring sosial juga menyediakan modifikasi halaman, layanan berbagi foto, video, dan musik. Pengguna dapat membangun jejaring sosial yang dapat ditampilkan dalam bentuk daftar teman. Teman di sini dapat

berarti teman atau kenalan mereka di dunia nyata, atau orang-orang yang hanya mereka kenal secara online, atau bahkan yang tidak mereka kenal sama sekali.

Dari beberapa literatur (Boyd & Ellison, 2007) dan (Ofcom, 2008), penggunaan SJS dapat memberikan keuntungan dan kerugian. Keuntungan yang dapat diberikan berupa: (1) sebagai tempat mencari kesenangan dan hiburan; (2) salah satu cara menjaga relasi yang sudah ada; (3) salah satu jalan untuk mencari teman lama; (4) salah satu cara untuk membangun relasi baru; (5) sebagai alat untuk membangun kepercayaan diri; (6) sebagai kesempatan untuk menjadi orang lain; dan (7) sebagai sarana untuk mengangkat masalah-masalah sosial. Kerugian yang dapat diberikan oleh SJS adalah sebagai berikut: (1) terlalu banyak menghabiskan waktu pada SJS; (2) menggunakan profil untuk mempromosikan diri berlebihan; (3) menipu melalui SJS; dan (4) disalahgunakan untuk tindakan menyimpang seperti pencurian identitas.

Twitter

Twitter merupakan sebuah situs jejaring sosial yang berbasis layanan *microblogging*. *Microblogging* sendiri adalah sebuah layanan blog multimedia yang menggunakan batasan karakter. *File* seperti teks, foto maupun audio dapat dipublikasikan kepada khalayak umum atau terbatas sesama anggota. Pada dasarnya ini adalah *web-blog* yang dipersempit. Inti dari *Twitter* adalah layanan pesan pendek sekitar 230 karakter yang disebut dengan *Tweet*. *Tweet* dapat berisi bermacam-macam informasi, kisah, cerita, judul, foto atau video. Pengguna *Twitter* juga bisa mendapatkan informasi cukup dengan *memfollow* akun lainnya.

Twitter juga bersifat *real time*, mengembangkan jaringan yang tak terbatas, dapat menyebarkan ide, membuka peluang pasar, menciptakan *personal brand*, dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen, serta memanusiasikan *brand* (Puntoadi, 2011:92). Adapun kekuatan *Twitter* adalah: *Following*: *Twitter* dapat mengidentifikasi jumlah akun yang diikuti; *Followers*: *Twitter* dapat mengidentifikasi jumlah akun yang mengikuti; *Updates*: *Twitter* mendeteksi seberapa sering orang melakukan *posting* (menulis konten); *ReTweet*: Dengan *me-retweet* status *following*, menunjukkan *tweet* tersebut dapat dibaca oleh seluruh *followers*; Keterlibatan: harus mampu untuk meningkatkan keterlibatan dalam berbagai percakapan; Kecepatan: Konsistensi dan frekuensi diperlukan untuk mengimbangi kecepatan perubahan informasi yang beredar di *Twitter* (Puntoadi, 2011:129-131).

Twitter di Kalangan Remaja

Tingginya penggunaan jejaring sosial *Twitter* tidak lepas dari peranan remaja yang begitu dominan dalam penggunaannya sehari-hari. Remaja sendiri adalah masa peralihan dari masa anak menuju dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek serta fungsi untuk memasuki masa dewasa. Sarlito Wirawan (2003:14) mengatakan, "Pedoman umum remaja di Indonesia menggunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah". Hall berpendapat bahwa mendidik remaja harus dengan cara memberinya kebebasan seluas-luasnya. Hal itu karena perkembangan manusia tidak banyak dipengaruhi oleh lingkungannya melainkan sudah

digariskan oleh alam sendiri.

Fenomenologi

Fenomenologi mempelajari struktur-struktur dari pengalaman akan suatu kesadaran yang didasari kepada subjektifitas, bersama dengan keadaan-keadaan yang relevan akan suatu pengalaman. Struktur utama dari suatu pengalaman adalah kesengajaannya, bagaimana pengalaman itu diarahkan kepada maknanya akan suatu objek tertentu di dunia (Raco, 2010:81).

Fenomenologi mencoba untuk menganalisa dan melukiskan tentang kehidupan sehari-hari atau dunia kehidupan melalui kehidupan yang disadari oleh seorang individu dan bagaimana keseharian itu tercipta. Kajian dalam fenomenologi adalah bagaimana suatu realitas sosial individu terbentuk.

Peneliti fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti tidak mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti, oleh karena itu, penelitian dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang diteliti berdasarkan subjektifitas mereka untuk kemudian menggali penelitian sedalam mungkin. Mereka berusaha untuk masuk ke dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang mereka kembangkan di sekitar peristiwa kehidupannya sehari-hari. Makhlik hidup memiliki berbagai cara untuk menginterpretasikan pengalaman melalui interaksi berbagai cara untuk menginterpretasikan pengalaman melalui interaksi dengan orang lain dan bahwa pengertian pengalaman kitalah yang membentuk kenyataan atau suatu realitas. Mereka berusaha masuk kedalam dunia subjek yang ditelitinya sehingga peneliti mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian dikembangkan dalam kehidupan sehari-hari. Subjek penelitian dipercaya memiliki kemampuan untuk menafsirkan pengalamannya melalui interaksi. Peneliti membiarkan subjek untuk memaknai tindakannya tanpa mengabaikan realitas yang ada (Moleong, 2012:9)

Paradigma Penelitian

Deddy Mulyana (2003) dalam Tahir (2011:59) mendefinisikan paradigma sebagai suatu kerangka berpikir yang mendasar dari suatu kelompok

saintis (ilmuwan) yang menganut suatu pandangan yang dijadikan landasan untuk mengungkap suatu fenomena dalam rangka mencari fakta.

Paradigma dapat didefinisikan sebagai acuan yang menjadi dasar bagi setiap peneliti untuk mengungkapkan fakta-fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukannya (Arifin, 2012:140-146). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang berpandangan bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Pengenalan manusia terhadap realitas sosial berpusat pada subjek dan bukan pada objek, hal ini berarti bahwa ilmu pengetahuan bukan hasil pengalaman semata, tetapi merupakan juga hasil konstruksi oleh pemikiran manusia bersifat tidak tetap tetapi berkembang terus.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan seorang peneliti untuk menginterpretasikan dan menjelaskan suatu fenomena secara holistik dengan menggunakan kata-kata, tanpa harus bergantung pada sebuah angka. Menurut Bogdan dan Taylor, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan (Moleong, 2012:4)

Metode Penelitian

Metode fenomenologi dapat mempelajari bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung, seolah-olah kita mengalaminya sendiri. Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya. Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya (Kuswarno, 2009:9).

Berikut ini merupakan proses inti dalam penelitian fenomenologi yang dikemukakan

Hursserl (Kuswarno,2009:10), yaitu: 1) Epoche: Epoche adalah pemutusan hubungan dengan pengalaman dan pengetahuan yang kita miliki sebelumnya. Dalam epoche, peneliti menyingkirkan prasangka, penyimpangan (bias) dan bentuk-bentuk opini tentang sesuatu. Dalam menerima kehidupan memerlukan cara untuk melihat, memperhatikan, menjadi peka, tanpa melibatkan prasangka peneliti pada apa yang dilihat, dipikirkan, dibayangkan, atau dirasakan; 2) Reduksi Fenomenologi: Dalam reduksi fenomenologis, peneliti menjelaskan dalam susunan bahasa bagaimana objek itu terlihat. Tidak hanya dalam term objek secara eksternal, namun juga kesadaran dalam tindakan internal, pengalaman, ritme, dan hubungan antara fenomena dan “aku” sebagai subjek yang mengamati; 3) Variasi Imajinasi: Tugas dari variasi imajinasi ini adalah mencari makna-makna yang mungkin dengan memanfaatkan imajinasi, kerangka rujukan, pemisahan dan pembalikan, dan pendekatan terhadap fenomena dari perspektif, posisi, peranan dan fungsi yang berbeda. Tujuannya adalah untuk mencapai deskripsi structural dari sebuah pengalaman; 4) Sintesis Makna dan Esensi: Tahap ini adalah tahap integrasi fundamental dari deskripsi tekstural dan structural menjadi satu pernyataan sebagai esensi pengalaman dan fenomena secara keseluruhan.

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *Twitter*, akun alter ego dan para informan yang memiliki informasi, pengalaman dan individu yang terlibat langsung dalam penggunaan akun alter ego di jejaring sosial *Twitter*. adapun syarat informan, yaitu: 1) Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui tetapi juga dihayati; 2) Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti; 3) Mereka yang mempunyai waktu memadai untuk dimintai informasi; 4) Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi “kemasannya” sendiri (Sugiono, 2010:293).

Teknik pemilihan unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* artinya bahwa penentuan unit analisis mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap objek yang

sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiono, 2007:53). Peneliti memfokuskan objek penelitian pada pengguna akun alter ego adalah individu remaja yang berusia 12-25 tahun atau kelompok masa remaja menurut Hall. Masa remaja dipilih karena pada masa ini individu mengalami eksplorasi diri dan umumnya melakukan pertentangan dengan nilai-nilai yang sudah ada.

TEMUAN DAN DISKUSI

Manajemen Privasi Komunikasi

Informasi Privat

Pemberian nama akun tersebut sebagai akun alter ego disadari oleh para informan sebelum memiliki akun tersebut. Ketika menggunakan akun alter ego ketujuh informan dapat melontarkan berbagai macam ekspresi yang tidak bisa dikeluarkan pada realita sebenarnya dan dapat dikatakan dengan menggunakan akun alter ego mereka memiliki kebebasan mengekspresikan segala hal walaupun itu bersifat pornografi. Karena dengan akun tersebut pengguna tidak menggunakan identitas asli dirinya. Mereka dengan sengaja membuat akun tersebut dengan menutupi identitas dirinya untuk melindungi dirinya agar terhindar dari rasa malu jika diketahui oleh keluarga dan sahabatnya, sehingga akun alter ego yang mereka gunakan dapat menopang kebutuhan mereka untuk mengekspresikan dirinya tanpa perlu cemas identitasnya tersebar.

Berdasarkan dari pernyataan informan, penulis memahami bahwa informasi privat yang disebar dengan menggunakan akun alter ego di *Twitter* ialah foto-foto sensual diri pengguna. Para remaja pengguna akun alter ego yang menjadi informan dalam penelitian ini secara sengaja menyebarkan foto-foto sensual yang merupakan dirinya. Mereka beranggapan bahwa hal tersebut dilakukan untuk mengekspresikan dirinya melalui dunia maya dengan identitas akun alter. Sehingga mereka secara bebas melakukan keterbukaan informasi privat melalui akun tersebut tanpa adanya rasa takut atau malu karena mereka menyembunyikan identitas dirinya. Dengan menggunakan akun tersebut mereka secara bebas mengeluarkan sisi lainnya yang sebelumnya tidak pernah diungkapkan dalam

bentuk melontarkan sebuah foto sensual dirinya sendiri di *Twitter*, pengguna akun alter ego tidak malu-malu mengunggah foto-foto tersebut karena mereka secara sengaja membuat sebuah identitas virtual baru yang dikhususkan untuk memenuhi kebutuhannya.

Batasan Privat

Privasi adalah sebuah informasi penting mengenai diri seseorang yang seharusnya tidak disebar. Rendahnya tingkat menjaga privasi ketika berkomunikasi di dunia maya merupakan salah satu karakter penggunaan media baru seperti *Twitter*. Akun-akun alter ego yang berada di *Twitter* seringkali melontarkan foto yang memamerkan bagian-bagian tubuh pengguna yang mengandung unsur pornografi, sekilas terlihat pengguna akun tersebut tidak memiliki batasan privasi dalam berkomunikasi di ruang publik.

Sebagian besar pengguna akun alter ego memiliki batasan *privacy* tersendiri ketika melontarkan informasi *privacy* mengenai dirinya. Berbeda terbalik dengan akun-akun *Twitter* pada umumnya yang menggunakan identitas sebenarnya, akun alter ego justru merahasiakan identitas dirinya dan melakukan keterbukaan informasi privat dengan cara menyebarkan foto-foto dirinya yang mengandung unsur pornografi. Namun mereka biasanya selalu menutupi bagian wajahnya ketika menyebarkan foto, hal tersebut mereka lakukan sebagai cara untuk melindungi identitas atau jati diri pengguna agar tetap merasa nyaman dan juga untuk menghindari resiko sosial akun yang mereka gunakan diketahui oleh keluarga dan sahabatnya di dunia nyata (*offline*).

Biasanya hal tersebut dapat terlihat dari siapa saja yang mereka *follow*, bila mereka ingin melewati batasan-batasan yang ditentukan maka mereka menggunakan fitur *direct message* untuk mengungkapkan informasi-informasi yang lebih penting kepada seseorang yang mereka percaya. Dari keterangan informan tersebut menunjukkan bahwa pengguna akun alter ego ternyata juga memberikan batasan personal apa yang ingin diungkapkan untuk menghindari berbagai macam resiko sosial yang dapat timbul.

Kontrol dan Kepemilikan

Twitter memungkinkan seseorang penggunaanya

untuk mengontrol siapa saja yang dapat menjadi *follower* dan siapa saja yang dapat melihat *tweet-tweet* yang dilontarkannya. Tidak semua pengguna *Twitter* dapat saling mengirimkan informasi melalui fitur *direct message* karena untuk menggunakan fitur tersebut dibutuhkan syarat yaitu saling *memfollow* antar sesama pengguna. Beberapa akun kerap kali memilih untuk *protect* akunnya untuk mempermudah mereka agar dapat mengetahui serta mengatur siapa saja orang-orang yang dapat melihat *tweet* dari akunnya. Sehingga mereka memiliki kuasa untuk mengatur orang-orang yang ia rasa cocok untuk melihat *tweetnya*.



Gambar 3.

Contoh pengguna *Twitter* yang *protect* profilnya

Sebagai pemilik informasi privat ternyata tidak membuat informan selaku pengguna akun alter ego untuk menggunakan fitur *protect* pada akunnya. Mereka memilih untuk membiarkan akun alter ego yang digunakannya dapat dilihat oleh siapapun. Bagi mereka, dengan menampilkan sebuah foto sensual tetapi tanpa wajah sudah cukup untuk menjaga informasi penting dirinya sehingga mereka beranggapan bahwa fitur *protect* tidak dibutuhkan lagi.

Sebagian besar informan jika dilihat dari tampilannya memang tidak menggunakan fitur *protect* lantaran mereka memang sengaja untuk membukannya begitu saja sehingga mereka dapat berinteraksi dengan siapapun. Beberapa informan lebih memilih untuk menggunakan fitur *block* akun atau *mute* ketika merasa tidak nyaman dengan beberapa akun lainnya, akun-akun yang terkena *blok* tidak dapat melihat akun alter ego yang digunakan oleh informan sehingga dapat dikatakan

fitur *block* di *Twitter* menjadi pilihan utama mereka dalam mengontrol informasi privat yang mereka jaga.

Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan

Untuk menyebarkan beberapa informasi privat mengenai diri sendiri, ketujuh informan tidak begitu saja melontarkan foto-foto sensual dirinya melalui akun alter ego, mereka melewati suatu pengolahan tersendiri dari dalam dirinya ketika berusaha untuk mencapai keputusan final akan mengungkapkan suatu informasi privat ke dalam bentuk *tweet*. Hal tersebut dilakukan oleh mayoritas informan yang merupakan pengguna akun alter ego.

Pengguna akun alter ego tidak begitu saja langsung melontarkan sebuah informasi-informasi privat dan juga foto-foto yang mengandung unsur pornografi tersebut ternyata melewati sebuah pengolahan sebelum mereka memutuskan untuk membukanya ke *Twitter*. Mereka memilih untuk mengolahnya dalam bentuk melihat bagaimana situasi *timelinenya* sebelum melontarkan *tweet-tweetnya*. *Mood* menjadi salah satu faktor utama ketika seseorang pengguna akun alter ego melontarkan sebuah foto sensual dirinya.

Karakteristik Aturan Privasi

Pengguna akun alter ego memiliki privasi yang berbeda dari akun pada umumnya. Akun-akun *Twitter* pada umumnya menggunakan identitas dirinya dijadikan juga sebagai identitas virtualnya melalui jejaring sosial *Twitter* untuk mempermudah mempertemukan para pengguna *Twitter* yang sebelumnya sudah dikenal di dunia nyata dapat bertemu di dunia maya. Berbeda terbalik dengan pengguna akun alter ego. Mereka secara sengaja membuat satu identitas virtual baru untuk memisahkan fungsinya secara berbeda. Para remaja pengguna akun alter ego menggunakan akun tersebut untuk mengekspresikan sisi lainnya. Sisi lain dari pengguna akun alter ego disini maksudnya ialah menyebarkan *tweet* yang mengandung foto-foto sensual para pengguna akun alter ego. Dengan menggunakan akun alter ego.

Memiliki *follower* berjumlah ribuan karena pelontaran foto-foto tersebut tidak membuat pengguna akun alter ego ketakutan akan identitasnya tersebar. Ketika melontarkan sebuah foto, mereka secara sengaja menutupi bagian

wajahnya sehingga identitasnya tidak diketahui. Namun para informan juga tidak menutup begitu saja informasi penting mengenai dirinya yang berupa identitas diri pengguna akun alter ego. Mereka dapat saling berbagi informasi diri dengan pengguna akun alter ego lainnya jika merasa sudah nyaman dan dapat dipercaya melalui fitur *direct message*.

Kriteria Motivasional

Para pengguna akun alter ego memiliki sebuah motivasi tersendiri ketika menggunakan akun tersebut untuk menyebarkan informasi privat dalam dirinya. Dengan menggunakan akun tersebut mereka dapat menjalin sebuah persahabatan yang tidak hanya berinteraksi melalui *Twitter* saja, interaksi melalui akun alter ego hanyalah sebuah tahapan awal yang akan berlanjut pada komunikasi tatap muka. Dengan menyebarkan berbagai macam informasi yang seharusnya tidak disebar ke dalam ruang publik tersebut mereka mendapatkan sebuah kesenangan tersendiri. Pada awalnya para pengguna akun alter ego menggunakan akun tersebut berangkat dari rasa penasaran akun alter ego yang ia lihat dan mencoba untuk berinteraksi dengan akun tersebut sehingga para informan memutuskan untuk membuat akun alter ego. Dari proses awal tersebut hubungan interaksi akan berlanjut apabila informan menemukan seseorang pengguna akun alter ego lainnya yang dirasa nyaman dan dapat dipercaya untuk menjaga kerahasiaan identitas diri mereka lalu hubungan tersebut berlanjut ke tahap tatap muka.

Hubungan Interaksi

Tingginya intensitas penggunaan akun alter ego oleh para informan menciptakan sebuah hubungan interaksi dengan sesama pengguna akun alter ego lainnya. Hubungan interaksi yang berlangsung antar pengguna akun alter ego yang digunakan oleh informan ternyata tidak hanya terjalin melalui jejaring sosial *Twitter* tetapi berlanjut ke komunikasi tatap muka.

Berdasarkan dari keterangan informan tersebut, penulis dapat memahami bahwa setelah menggunakan akun alter ego para informan memiliki beberapa teman baru yang memiliki kesamaan minat dan latar belakang yang sama sehingga mereka saling menjaga satu sama lain.

Hubungan interaksi yang terjalin begitu baik para informan dengan *followers*nya pada awalnya hanya pada tahap komunikasi melalui dunia maya, namun pada prosesnya interaksi tersebut terbawa ke dalam tahap komunikasi tatap muka yang pada awalnya mereka tidak merencanakan untuk memiliki hubungan interaksi ke dalam tahap tersebut. Bahkan beberapa informan pernah berpacaran dari kenalan barunya yang merupakan pengguna akun alter ego juga.

Koordinasi Batasan

Koordinasi batasan merujuk pada bagaimana seseorang mengelola informasi yang dimiliki bersama agar tidak tersebar. Bagi para informan yang merupakan pengguna akun alter ego mengelola informasi privat yang dimiliki bersama dengan para pengguna akun alter ego lainnya yang sudah saling bertukar informasi diri melalui cara tidak membicarakannya dalam bentuk *tweet* langsung terhadap dirinya.

Berdasarkan dari pernyataan informan, penulis memahami bahwa informan yang merupakan remaja pengguna akun alter ego mengelola informasi privat yang berupa informasi jati dirinya dengan cara menggunakan fitur *direct message*. Apabila terdapat hal-hal penting seputar informasi identitas di balik pengguna akun alter ego, mereka lebih memilih untuk berinteraksi dengan menggunakan fitur *direct message* atau membicarakannya secara tatap muka.

Turbulensi Batasan

Turbulensi batasan dapat muncul ketika aturan-aturan koordinasi batasan tidak jelas atau ketika harapan seseorang untuk manajemen privasi berkonflik antara satu dengan lainnya. Aturan batasan tidak selalu merupakan sistem yang berjalan dengan lancar, dan orang-orang yang terlibat dapat mengalami benturan yang disebut oleh Petronio sebagai turbulensi.

Kasus yang mungkin terjadi dalam turbulensi batasan adalah bocornya suatu rahasia seseorang ke orang lain. Penggunaan akun alter ego oleh para informan yang menyembunyikan jati dirinya yaitu dengan cara menutupi bagian wajah ketika mengunggah sebuah foto sensual tidak dapat menjamin bahwa informasi yang sangat mereka rahasiakan terjaga begitu saja. Interaksi antar

sesama pengguna akun alter ego lainnya dimana interaksi itu dilakukan dengan akun alter ego yang mereka sudah percaya dapat menimbulkan suatu masalah tersendiri yang dapat muncul kapanpun.

Pengalaman-pengalaman turbulensi batasan yang terjadi pada infoman yang merupakan pengguna akun alter ego tidak membuat dirinya berhenti untuk membuka informasi privat dirinya. Mereka lebih memilih untuk mengkoordinasikan kembali pada batasan-batasan yang ditentukan dengan berbagai macam cara. Ketika dirasa keadaan sudah kembali normal, mereka kembali mengungkapkan informasi pribadinya dalam bentuk *tweet* dan juga foto melalui akun alter ego.

Dialektika Manajemen

Sebelum membuka informasi privat seseorang dapat merasakan ketegangan- ketegangan antara keinginan untuk mengungkapkan informasi privat miliknya dan keinginannya untuk menutupinya. Hal tersebut juga dirasakan oleh sebagian informan ketika ingin mengungkapkan informasi privat dirinya, mereka terkadang mempertimbangkannya terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membaginya ke dalam ruang publik.

SIMPULAN

Fenomena keberadaan akun alter ego di kalangan remaja merupakan suatu bukti bahwa *Twitter* saat ini menjadi sebuah media untuk mengekspresikan diri, *privacy* yang seharusnya bukan untuk konsumsi umum dapat tercampur ke dalam ruang publik. Mengenai kontrol dan kepemilikan, *Twitter* memungkinkan seseorang penggunanya untuk mengontrol siapa saja yang dapat menjadi *follower* dan siapa saja yang dapat melihat *tweet-tweet* yang dilontarkannya. Tidak semua pengguna *Twitter* dapat saling mengirimkan informasi melalui fitur *direct message* karena untuk menggunakan fitur tersebut dibutuhkan syarat yaitu saling *memfollow* antar sesama pengguna. Beberapa akun kerap kali memilih untuk *protect* akunnya untuk mempermudah mereka agar dapat mengetahui serta mengatur siapa saja orang-orang yang dapat melihat *tweet* dari akunnya. Sehingga para pemilik akun alter egomemiliki kuasa untuk mengatur orang-orang yang ia rasa cocok untuk melihat *tweetnya*.

Mengenai dialektika manajemen, sebelum membuka informasi privat seseorang dapat merasakan ketegangan-ketegangan antara keinginan untuk mengungkapkan informasi privat miliknya dan keinginannya untuk menutupinya. Hal tersebut juga dirasakan oleh pengguna akun alter ego ketika ingin mengungkapkan informasi privat dirinya, mereka mempertimbangkannya terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membaginya ke dalam ruang publik: 1) Manajemen Privasi berdasarkan Aturan: Untuk menyebarkan beberapa informasi privat mengenai diri sendiri, para pemilik akun alter ego, tidak begitu saja melontarkan foto-foto sensual dirinya, mereka melewati suatu pengolahan tersendiri dari dalam dirinya ketika berusaha untuk mencapai keputusan final akan mengungkapkan suatu informasi privat ke dalam bentuk *tweet*. 2) Turbulensi batasan dapat muncul ketika aturan-aturan koordinaasi batasan tidak jelas atau ketika harapan seseorang untuk manajemen privasi berkonflik antara satu dengan lainnya. Aturan batasan tidak selalu merupakan sistem yang berjalan dengan lancar, dan orang-orang yang terlibat dapat mengalami benturan yang disebut oleh sebagai turbulensi.

Kasus yang mungkin terjadi dalam turbulensi batasan pada pemilik akun alter ego adalah bocornya suatu rahasia seseorang ke orang lain. Penggunaan akun alter ego oleh para informan yang menyembunyikan jati dirinya yaitu dengan cara menutupi bagian wajah ketika mengunggah sebuah foto sensual tidak dapat menjamin bahwa informasi yang sangat mereka rahasiakan terjaga begitu saja. Interaksi antar sesama pengguna akun alter ego lainnya dimana interaksi itu dilakukan dengan akun alter ego yang mereka sudah percaya dianggap tetap dapat menimbulkan suatu masalah tersendiri yang dapat muncul kapanpun.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, Deska Dera dan Yuliana Riana Prasyawati. 2018. *Pengaruh Konten dan Gaya Komunikasi di Platform Konsultasi Berbasis Online@ibunda_id Terhadap Brand Awareness*. Wacana Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 17. No. 1, (hal: 29-38).
- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode*

- dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. 2007. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issues1/boyd.ellison.html>
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Yogyakarta: Perpustakaan Pusat UII.
- Moleong, Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*, 3rd Edition. Thousand Oaks, California: Sage Publications inc.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Puntoadi. Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT.Gramedia.
- J.R, Raco. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2004. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2010. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeda.
- Tahir, Muh. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tubbs, L Stewart dan Moss Sylvia. 2001. *Human Communication (Konteks-Konteks Komunikasi)*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Werner J, Saverin- James W, Tankard, Jr. 2007. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- West, Richard., Turner, H. Lynn. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wright, Kevin B., Lynne., M. Webb. 2011. *Computer Mediated Communication in Personal Relationship*. New York: Peter Lang Publishing.

Internet

- Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isma Graha. 2007. *Pengertian Media Sosial*. <http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html>
- Ofcom. 2008a. Annex 3: *Social Networking qualitative Research Report*. England: Office of Communication. Available at <http://www.ofcom.org.uk/>
- Ofcom. 2008b. *Social Networking: A Quantitative and Qualitative Research Report into Attitude, Behaviours, and Use*. England: Office of Communication. Available at <http://www.ofcom.org.uk/>
- <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos-diakses-1-November-2018>)
- www.katadata.co.id
- www.media.ofcom.org.uk/2008/04/02/are-you-an-alpha-socialiser-or-an-attention-seeker-ofcom-research-identifies-social-networking-profiles/
- We Are Social, Januari 2018.