

MANAJEMEN PRIVASI DI *NEW MEDIA* (Studi Kasus Pengguna *Facebook* Pada Pegawai Negeri Sipil)

Danang Wisnu Anggoro

dnangelzdroid@gmail.com

Progam Pascasarjana Peminatan Manajemen Komunikasi, Prodi Ilmu Komunikasi,
Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Abstract

This study aims to (1) describe and analyze messages in a production activities inf facebook and (2) to express and analyze factors, why would he do that (maintenanepriavacy or uncover) information. The result of this research, show that in conducting management privacy as in wrote online with the native of identity and not his/her real name, use photos yourself, a photograph with couples in such a case and a photograph of with family. In addition, a thing done is that by menas of writing the activities in facebook account that is performed alone without need some hel couples, for example manage their own for homemakers without assisted by their husband. In terms of a message, in expressive of, as kids learn to accompany, call the son of the streets and ate communal meals together and whichis again the parents can do to hospital although are working on or finish office work and rhetoric in doing persuasive through which aims to facebook account to lure others especially for us teammates for the 18 years old the number of civil servants get mutation work in order to be morepatient and remain trustful or responsible for jobs provide.

Keywords: *Privacy Management, New Media, Message*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mendeskripsikan dan menganalisis pesan-pesan yang di produksi dalam aktivitas di facebook dan (2) untuk mengungkapkan dan menganalisis faktor-faktor mengapa dia melakukan itu (menjaga privasi atau mengungkap informasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan manajemen privasi seperti dalam menuliskan identitas online dengan nama asli dan nama samaran, menggunakan foto diri sendiri, foto bersama pasangan (suami isteri) dan foto bersama keluarga. Selain itu, hal yang dilakukan ialah dengan cara menuliskan berbagai aktivitas di akun facebook yang dilakukan sendiri tanpa memerlukan bantuan pasangan, misalnya mengurus rumah sendiri bagi ibu rumah tangga tanpa dibantu oleh suami. Dari segi pesan, secara ekspresif, seperti menemani anak belajar, mengajak anak jalan-jalan dan makan bersama serta menjaga anak yang lagi sakit walaupun sedang mengerjakan atau menyelesaikan pekerjaan kantor dan secara retorika dalam melakukan persuasif melalui akun facebook yang bertujuan untuk membujuk orang lain khususnya bagi rekan-rekan pegawai yang mendapatkan mutasi pekerjaan agar bisa lebih bersabar dan tetap amanah atau bertanggung jawab dengan pekerjaan yang diberikan.

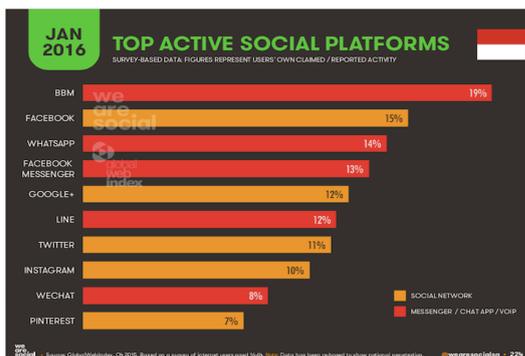
Kata kunci: *Manajemen Privasi, New Media, Pesan*

Pendahuluan

Jaringan sosial (*social network*) merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-

teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Berdasarkan riset dari *We Are Social* pada Januari 2016

menyatakan dari 72,7% pengguna internet aktif di Indonesia, sebanyak 88,1 juta penggunanya menggunakan media sosial. Jumlah penggunaan media sosial meningkat 15% dari tahun 2015 (<https://id.techinasia.com>). Dari data tersebut, terdapat fakta bahwa jejaring sosial menjadi alasan seseorang dalam mengakses internet. Popularitas jejaring sosial saat ini juga dipacu oleh kebutuhan manusia untuk berkomunikasi jarak jauh dengan mudah dan cepat. Salah satu jejaring sosial yang banyak diminati khalayak adalah *Facebook*. Data lain yang diperoleh melalui riset tahunan oleh tim dari *We Are Social* (<https://www.techinasia.com/indonesia-web-mobile-statistics-we-aresocial>) memberikan hasil yang tidak jauh berbeda. Data penggunaan sosial media di Indonesia dijabarkan kedalam gambar berikut:



Gambar 1. Penggunaan sosial media di Indonesia, Januari 2016.

Dari kedua data tersebut menunjukkan bahwa *Facebook* masih sangat eksis dikalangan pengguna internet. Seperti yang ditunjukkan pada survey tentang *top active social platforms*, terlihat bahwa intensitas penggunaan *Facebook* sebagai media sosial masih tinggi, yaitu sebanyak 15% pengguna. Angka tersebut lebih unggul dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Twitter, LinkedIn, Instagram, ataupun Google+.

Facebook menjadi teman dekat bagi generasi internet pada saat ini. Banyak hal yang tentunya dapat dilakukan seseorang pada hanya satu jejaring sosial tersebut. Idy Subandi (2009) menyatakan bahwa *Facebook* bisa menjadi tempat pelarian dari kesendirian bagi masyarakat yang teralienasi secara sosial dan ingin membunuh waktu luang (Budiargo, 2015: 50). Pernyataan tersebut membuktikan bahwa *Facebook* memiliki dampak yang besar bagi kualitas kehidupan sosial seseorang. Jika dibandingkan dengan komunikasi secara langsung, jejaring sosial memang memiliki beberapa kelemahan, namun pemanfaatannya yang semakin luas dan berbagai fasilitas yang terus dikembangkan membuat kelemahan tersebut semakin lama semakin berkurang.

Keberadaan *Facebook* menciptakan adanya jaringan pertemanan yang besar. Siapapun bisa berteman secara bebas, tentunya dengan akses yang mudah. *Facebook* dapat memfasilitasi seseorang untuk mengumpulkan teman sebanyak mungkin dalam waktu yang cepat. Kemudahan untuk menghubungkan satu orang dengan orang lain secara terus menerus membuat jaringan pertemanan tersebut semakin luas. Terdapat beberapa fitur menarik dan dinamis yang mendukung interaksi di *Facebook*, seperti *wall*, *status*, *chatting*, *news feed*, foto dan komentar foto, album dan lain-lain. *Wall* merupakan ruang yang terdapat pada setiap halaman profil penggunaan yang dapat dilihat oleh pengguna itu sendiri dan pengguna-pengguna lain. Foto yang diunggah dengan jumlah yang tidak terbatas menjadi daya tarik lain dari *Facebook*. Kotak status memudahkan penggunaan menginformasikan pada teman-

temannya dimana dan apa saja yang sedang dilakukannya. Hampir semua fitur-fitur yang ada di *facebook* dapat diatur, apakah ini sangat privat, moderat atau terbuka. Pengguna dapat mengatur privasi mereka.

Facebook sebagai media interaksi menarik berbagai kalangan untuk melakukan studi. Indonesia merupakan pengguna jaringan sosial *Facebook* tertinggi di Asia. Banyaknya pengguna *Facebook* ternyata mengundang kekhawatiran. Bagi parapenggunanya, *Facebook* memiliki berbagai risiko, seperti pemanfaatan situs pertemanan itu sebagai alat untuk kegiatan terorisme, pelecehan seksual, penebar kebencian, penghasutan, penghinaan, penipuan, dan perdagangan manusia. Selain itu penyebaran konten pornografi sering juga memanfaatkan *Facebook*.

Kekhawatiran yang menjadi perhatian banyak orang ini sudah mulai terjadi dan merajalela di Indonesia. Beberapa kasus yang diakibatkan karena komunikasi di *Facebook* tidak hanya terjadi pada kalangan remaja sebagai mayoritas pengguna *Facebook* terbesar, tetapi juga terjadi pada kalangan dewasa khususnya pada Pegawai Negeri Sipil yang notabene lebih matang secara pemikiran, pengalaman dan pendidikan. Berdasarkan beberapa berita yang dimuat dalam *Tribunnews.com* pada Rabu 5 Agustus 2015, suami istri bercerai setelah menikah 17 tahun akibat perselingkuhan via *Facebook*. Tidak hanya kejadian ini saja, pada tahun 2015, seperti yang diberitakan di situs berita *Tempo.co*, Dua orang PNS di Makassar dilaporkan ke Markas Kepolisian Resor Kota Besar (Polrestabes) Makassar karena diduga melakukan kasus penghinaan. "Keduanya dilaporkan dengan tuduhan fitnah dan perbuatan tidak

menyenangkan," seperti yang dikatakan juru bicara Polrestabes Makassar, Komisaris Mantasiah, Kamis, 12 Juli 2012. Kasus yang tidak kalah menarik yaitu terjadi di tahun 2014 yaitu pembunuhan dan perampasan seorang PNS di Bogor yang dibunuh kenalannya di *facebook* karena korban terlalu mengumbar informasi di dunia maya khususnya *facebook*, sehingga pelaku leluasa untuk mengetahui berbagai macam aktivitas korban.

Rumusan Masalah

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa salah satu masalah komunikasi adalah dilanggarnya peraturan tentang komunikasi privasi yang dibangun oleh masing-masing individu pengguna jaringan sosial *Facebook*, sehingga pesan yang disampaikan melalui jaringan sosial ini menjadi pesan yang terlalu terbuka dan tidak menjaga aturan privasi pribadi maupun pengguna lain. Mengapa kasus-kasus tersebut bisa terjadi khususnya di kalangan Pegawai Negeri Sipil di Sukoharjo?

Peneliti melihat bahwa kebanyakan orang menganggap bahwa dunia siber berbeda dengan dunia nyata, padahal penggambaran diri di dunia siber (*Facebook*) secara tidak langsung berkaitan dengan kehidupan nyata nya (*real life*). Hal ini perlu dibuktikan pada pengguna *Facebook* khususnya pada PNS di Sukoharjo melalui 2 (dua) cara yaitu:

1. Level Teks

Bagaimana manajemen privasi diri Pegawai Negeri Sipil terungkap di dalam aktivitas *Facebook*, dilihat dari individu tersebut dalam memproduksi pesan?

2. Level Konteks

Mengapa Pegawai Negeri Sipil tersebut mengungkapkan privasi

dirinya seperti itu di dalam jejaring sosial *Facebook*?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis pesan-pesan yang di produksi dalam aktivitas di *facebook*.
2. Mengungkapkan dan menganalisis faktor-faktor mengapa dia melakukan itu (menjaga privasi atau mengungkap informasi).

Tinjauan Pustaka

Computer Mediated Communication

Computer Mediated Communication merupakan perkembangan komunikasi yang menarik. Penggunaan komputer yang berubah menjadi sebuah kebutuhan bagi proses komunikasi saat ini membuat keberadaannya sangat menentukan bagaimana proses yang terjadi. Adanya komputer sebagai media komunikasi merupakan alat untuk mempermudah proses pertukaran pesan secara cepat.

“CMC adalah suatu proses komunikasi atau pertukaran informasi yang dilakukan melalui medium, dalam hal ini komputer. Dalam prakteknya, CMC biasanya dikaitkan dengan komunikasi manusia pada, melalui, atau menggunakan internet dan web.” (Tomic dalam Astuti, 2011: 217-218)

Kapasitas atau porsi seseorang untuk melakukan adaptasi lingkungan dalam CMC lebih rendah dibandingkan pada komunikasi langsung. Dalam komunikasi *face to face*, nada bicara, gesture, ekspresi menjadi hal yang sangat berpengaruh, tetapi dalam CMC, keseluruhan kondisi tersebut dapat

diperbaiki dan diterima sesuai dengan ekspektasi komunikasi. Seseorang tidak perlu memahami kondisi lingkungan sekitar untuk dapat memahami komunikannya. Pemahamannya akan lebih kecil dibandingkan dengan komunikasi langsung (Dijk, 1999: 228). Dibandingkan dengan komunikasi *face to face*, komunikasi menggunakan media akan memiliki kelemahannya masing-masing. Seperti dalam CMC, komunikasi kinetik sangat terbatas. Bahasa dan tanda yang datang melalui sebuah layar akan berbeda dibandingkan dengan bahasa dan tanda yang secara langsung kita simak.

CMC dapat merubah seseorang menjadi asosial ataupun antisosial. Asosial yang dimaksudkan adalah memiliki sikap yang tidak ramah atau dingin kepada oranglain, sedangkan antisosial adalah sikap dimana seseorang mengurangi interaksi langsung dengan oranglain. Selain beberapa hal tersebut, CMC juga memiliki kelebihan yang tidak dapat diabaikan manfaatnya. Terdapat empat aspek yang merupakan ciri utama dari *computer mediated communication* (Dijk, 1999: 228), yaitu:

- a. Partner komunikasi tidak harus berada di satu tempat yang sama.
- b. Tidak harus berkomunikasi dalam waktu yang bersamaan.
- c. Komputer atau media dapat menjadi pengganti manusia sebagai partner komunikasi, baik hanya sebagian atau keseluruhan.
- d. Proses mental selama berkomunikasi dapat tergantikan oleh alat proses informasi.

Media Komunikasi 2.0

Media komunikasi 2.0 dalam hal ini disebut dengan internet. Internet menjadi media baru yang memiliki dampak signifikan bagi kehidupan manusia. Internet muncul seiring dengan

berkembangnya teknologi komunikasi. Adanya media baru ini difungsikan sebagai alat untuk mempermudah segala bentuk kegiatan manusia, khususnya dalam berkomunikasi. Kemunculannya menambah daftar perkembangan teknologi komunikasi yang telah berubah dari masa ke masa.

Internet merupakan media konvergensi, yang mengumpulkan berbagai model media lama ke dalam satu platform. Media konvensional kemudian diperbaharui agar sesuai dengan konteks dari media baru. Terdapat beberapa media konvensional yang terbarukan dengan adanya internet, contohnya adalah televisi dan radio digital. Penggunaan kedua media lama ini diakses melalui internet, sehingga keduanya dapat tertampung pada satu media bernama internet.

Media ini dianggap sebagai media yang informatif dalam menyampaikan berbagai pesan komunikasi dalam berbagai bentuk, mulai dari gambar, teks, suara, hingga video. Kemudahan yang diberikan media baru sangat menjanjikan bagi khalayak sehingga sulit untuk memberikan alasan untuk tidak menerima keberadaan media baru ini. Internet sebagai media baru menurut Lister et al, memiliki 6 karakteristik, yaitu *digital*, *interactive*, *hypertextual*, *virtual*, *networked*, dan *stimulated* (Giddings dalam Astuti, 2011: 218). Keenam karakteristik tersebut tidak dimiliki oleh media lama secara keseluruhan. Karakteristik tersebut menjadikan media baru lebih unggul dibandingkan dengan media-media sebelumnya.

Media baru sebagai media komunikasi interpersonal merupakan media yang lebih interaktif, karena komunikator dan komunikan dapat memberikan *feedback* dengan cepat. Media baru memiliki sifat

melewati batas ruang dan waktu, yang artinya media tersebut dapat di akses kapanpun, siapapun, dan dimanapun.

“.....Pierre Levy memandang World Wide Web sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.” (Littlejohn, 2009: 413).

Dengan pemahaman tersebut, tersirat bahwa media baru (*world wide web*) merupakan media yang memiliki pengaruh positif bagi kehidupan manusia. Dunia maya memberikan tempat bagi manusia untuk bertukar pesan dan menjadi media *public spaces*.

Konsep Privasi

Privacy dapat didefinisikan sebagai kemampuan seorang individu untuk menentukan kapan, bagaimana, dan seberapa luas informasi personal yang dapat disebarluaskan kepada orang lain (Westin, 1967). Semua orang memiliki sebuah rasa kepemilikan informasi tentang diri sendiri, dan mereka merasa memiliki hak untuk mengendalikan informasi tersebut. Ketika seseorang mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain, orang tersebut menjadi pemilik kedua dari informasi tersebut, dan kepemilikan bersama itu memiliki hak-hak dan kewajibannya sendiri. (Stephen Littlejohn & Karen Foss. *Theories of Human Communication* 9thed. (USA: Thomson Wadsworth). 2008. hal. 307)

Saat penggunaan peralatan elektronik meluas, pelanggaran terhadap

privasi juga meningkat. Penggunaan telepon, email, perangkat lunak computer, telepon satelit, internet, menambah perhatian terhadap isu privasi. Misalnya isu penyadapan pembicaraan telepon, penyalahgunaan identitas pribadi yang terekam saat transaksi online, dan lain sebagainya membuat ketidaknyamanan.

Sandra Petronio (2002) menjelaskan bahwa memutuskan apa yang akan diungkapkan dan apa yang harus dirahasiakan bukanlah keputusan yang dapat langsung diambil, melainkan merupakan tindakan penyeimbangan yang berlangsung secara terus-menerus. Lebih lanjut, konsep *privacy* menurut Sandra Petronio adalah ketika kita berusaha untuk menimbang tuntutan-tuntutan situasi dengan kebutuhan kita dan orang lain di sekitar kita.

“...*Privacy* merupakan hal yang penting karena hal ini memungkinkan kita untuk merasa terpisah dari orang lain. Hal ini memberikan kita perasaan bahwa kita adalah pemilik sah dari informasi mengenai diri kita. (Richard West & Lynn Turner. *Introducing Communication Theory* 3rd ed. (New York: McGraw Hill).2007. hal.252).”

Istilah *Privacy* sering dikaitkan dengan akses yang tidak sah atau tidak beralasan terhadap informasi personal. Misalnya, seseorang yang membaca email orang lain, mengakses rekening bank atau rekam media, atau membidik foto-foto yang tidak diperbolehkan. Tentu saja, banyak pendekatan untuk memahami *privacy*, namun definisi-definisi ini tidak cukup hanya didasarkan pada akses yang tidak sah terhadap informasi.

Dalam konteks hukum, *privacy* secara luas sama dengan “hak untuk dibiarkan sendiri” (Warren & Brandeis, 1890). Meskipun demikian, *privacy* juga dilihat sebatas untuk melindungi disclosure terhadap informasi personal. Westin (1967) menjelaskan *privacy* sebagai pernyataan individu, kelompok atau institusi saat menentukan diri mereka; kapan, bagaimana, dan untuk apa mereka menambahkan atau memperluas informasi tentang diri mereka ketika berkomunikasi dengan orang lain.

Ada empat fungsi utama *privacy* menurut Westin dalam bukunya yang berjudul “*Privacy and Freedom*”. Fungsi-fungsi tersebut, antara lain: (1) personal autonomy, berlaku untuk kebutuhan akan pengembangan individualitas dan menghindari manipulasi orang lain; (2) emotional release, mengacu pada kebutuhan untuk relax dan melarikan diri dari tekanan-tekanan kehidupan sehari-hari dalam rangka mendukung fungsi kesehatan; (3) self evaluation, merupakan aplikasi individualitas pada suatu peristiwa dan integrasi dari pengalaman ke dalam bentuk-bentuk yang berguna; (4) *limited & protected communication*, mengacu pada berbagi informasi personal kepada orang lain yang saling mempercayai dan setting dari batasan interpersonal.

Altman (1975) menggabungkan sosial dan psikologi lingkungan untuk memahami sifat dasar *privacy*. *Privacy* dijelaskan sebagai “kontrol yang selektif terhadap akses diri” dan *privacy* bisa tercapai melalui regulasi dari interaksi sosial. Hal ini bisa menjadi feedback untuk menambah kemampuan orang saat berhadapan dengan dunia luar dan berefek sangat penting pada cara orang-orang

mendefinisikan diri mereka sendiri. Selanjutnya, definisi *privacy* menjadi lebih rumit karena konsep ini adalah sebuah pilihan sekaligus pernyataan (Margulis, 2003); yakni, orang-orang bisa “memiliki”-nya, atau mereka bisa menghendaki adanya *privacy* (Parent, 1983; Schoeman, 1984). *Privacy* juga merupakan sesuatu yang dinamis, yang dalam hal ini membantu mengatur interaksi sosial (Altman, 1975; Derlega & Chaikin, 1977). Di saat yang sama, *privacy* dapat menyorot relasi kekuasaan yang tidak merata (Derlega & Chaikin, 1977), dipakai untuk menandakan kepercayaan (Altman, 1975), atau memulai proses pertukaran (Archer, 1976). Sangat mungkin jika orang-orang bertukar satu bentuk *privacy* kepada orang lain (Joinson & Paine, 2007)

Teori Produksi Pesan (Message Production)

Bisa dikatakan kunci dalam sebuah komunikasi adalah pesan itu. Dari pesan itulah sebuah proses komunikasi dimulai. Komunikasi terjadi karena ada pesan yang ingin atau harus disampaikan kepada pihak lain. Seorang komunikator memiliki pesan yang akan disampaikan kepada orang lain (komunikan). Dalam penelitian ini landasan teori yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisa *message production* adalah Teori *Message Design Logic* (Barbara O’Keefe, 1988)

Premis utama dari *Message Design Logic* adalah bahwa individu memiliki cara penalaran yang berbeda tentang komunikasi. Perbedaan-perbedaan individual mempengaruhi bagaimana pesan diproduksi untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, *Message Design Logic* menyediakan “analisis tujuan rasional” pemahaman komunikator tentang

hubungan dan sarana dalam komunikasi menghasilkan berbagai variasi pesan yang dapat terlihat dalam pesan yang disampaikan dalam situasi yang kompleks (O’Keefe, 1988).³ model komunikator dalam memproduksi pesan berdasarkan tingkat kompleksitas kognitif individu, yaitu *Ekspresif Logic*, *Konvensional Logic*, dan *Retoris Logic*.

1. *Expressive Logic*. Komunikasi sebagai alat ekspresi diri untuk mengkomunikasikan perasaan dan pikiran. Maka pesan yang diproduksi bersifat terbuka dan reaktif. Lebih kepada *self-centered*, bukan *person-centered*.
2. *Conventional Logic*. Komunikasi seperti sebuah permainan peran yang dimainkan dengan mengikuti aturan tertentu. Sebagai alat ekspresi diri yang tunduk kepada aturan dan norma-norma, termasuk hak dan kewajiban tiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi. Pesannya bersifat santun, pantas, sesuai aturan yang telah diketahui oleh setiap orang dalam proses komunikasi yang terjadi.
3. *Rethoirical Logic*. Komunikasi sebagai cara untuk mengubah aturan melalui negosiasi. Pesannya didesain fleksibel, penuh ide, dan *person-centered*. Persuasi dan kesopanan menjadi tujuan yang harus dicapai bersama-sama.

Communication Privacy Management Theory

Littlejohn (2005 dan 2008) memetakan teori *Communication Privacy Management* ke (CPM) dalam kelompok teori-teori sosio kultural. Teori ini dikembangkan dari pemikiran Altman tentang privasi dalam komunikasi dan Baxter tentang

komunikasi dialektik. Teori communication *privacy* management berakar pada asumsi mengenai sifat dasar manusia dan bagaimana seorang individu berpikir dan berkomunikasi. Pertama, CPM menganut aspek-aspek peraturan dan sistem metateori. Dengan adanya metateoritis ini, teori ini membuat tiga asumsi mengenai sifat dasar manusia, antara lain: (1) manusia adalah pembuat keputusan, (2) manusia adalah pembuat peraturan dan pengikut peraturan, dan (3) pilihan serta peraturan itu didasarkan pada pertimbangan akan orang lain dan juga konsep diri.

Petronio (2002) melihat bahwa manusia membuat pilihan dan peraturan mengenai apa yang harus dikatakan dan apa yang harus disimpan dari orang lain berdasarkan “kalkulus mental” yang didasarkan pada kriteria penting. Beberapa diantaranya seperti budaya, gender, dan konteks. Petronio berargumen bahwa kriteria-kriteria ini mencakup pertimbangan akan orang lain yang terlibat dan juga akan konsep diri. Petronio menggunakan istilah *disclosure* dan *private disclosure* daripada menggunakan istilah *self disclosure* dalam teori CPM.

Kedua, teori communication *privacy* management merupakan teori dialektik. Sebagai teori ini mendukung asumsi yang mirip dengan asumsi yang mendasari teori dialektika relasional yaitu hidup berhubungan itu dicirikan oleh perubahan dan kontradiksi, yang merupakan fakta mendasar pada hidup yang saling berhubungan.

Teori CPM mengatakan bahwa *disclosure* atau pengungkapan dalam hubungan membutuhkan batasan (*boundary*) antara pribadi dan publik. Batasan-batasan antara perasaan ingin memperlihatkan atau menunjukkan dan ingin menyimpan rahasia. Pengungkapan

dalam membangun hubungan lebih merupakan memperlihatkan informasi pribadi (*private information*) kepada orang lain, membutuhkan negosiasi dan koordinasi batasan (West & Turner, 2007:242).

Johari Windows Theory

Johari windows atau jendela Johari merupakan salah satu cara untuk melihat dinamika dari *self-awareness*, yang berkaitan dengan perilaku, perasaan dan motif kita. Model yang diciptakan oleh Joseph Luth dan Harry Ingham di tahun 1955 ini berguna untuk mengamati cara kita memahami diri kita sendiri sebagai bagian dari proses komunikasi. Joseph Luth dan Harrington Ingham, mengembangkan konsep Johari Windows sebagai perwujudan bagaimana seseorang berhubungan dengan orang lain yang digambarkan sebagai sebuah jendela. ‘Jendela’ terdiri dari matrik 4 sel, masing-masing sel menunjukkan daerah *self* (diri) baik yang terbuka maupun disembunyikan. Keempat *self* tersebut adalah daerah publik, daerah buat, daerah tersembunyi dan daerah yang tidak disadari.

1. ***Open self/area*** adalah dalam diri kita terdapat daerah terbuka (*open*). *Open self* adalah bagian dari diri kita yang menyajikan semua informasi, perilaku, sifat, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Informasi yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain ini mencakup antara lain nama diri, warna kulit, usia, agama, sikap terhadap politik, hobi, dan sebagainya. Menurut Joseph Luft, makin kecil bagian *open self*, makin buruk komunikasi berlangsung. Komunikasi tergantung pada tingkat keterbukaan di mana kita membuka diri kepada orang lain

dan kepada diri kita sendiri. Jika kita tidak mengizinkan orang lain mengetahui tentang diri kita, komunikasi antara kita dan orang lain tersebut akan mengalami kesukaran, untuk tidak menyebut tidak mungkin. Untuk meningkatkan komunikasi antarpribadi dengan orang lain, kita harus memperlebar daerah open self .

2. **Blind self.** Dalam diri kita terdapat daerah yang disebut daerah buta (*blind*). *Self* adalah segala hal tentang diri kita yang diketahui orang lain namun tidak diketahui oleh diri kita sendiri. Karena adanya daerah buta atau blind, akan membuat komunikasi menjadi tidak efektif, maka kita harus mengusahakan agar daerah ini jangan terlalu besar dalam diri kita. Menghilangkannya sama sekali adalah tidak mungkin, namun kita harus berusaha untuk menyusutkannya.
3. **Hidden self area.** Dalam diri kita terdapat wilayah tersembunyi. Wilayah ini berisi apa – apa yang kita ketahui dari diri kita sendiri atau dari orang lain yang kita simpan untuk diri sendiri, yang orang lain tidak mengetahuinya. Misalnya, kita menyimpan sendiri rahasia kesuksesan kita, ketakutan kita akan sesuatu, masalah keluarga, kondisi keuangan yang buruk, dan sebagainya. Dalam menyingkapkan diri kita pada orang lain (yang dikenal dengan konsep *self disclosure*, yang akan kita pelajari pada bagian berikut terdapat dua ekstrim. Pada suatu ekstrim, kita menceritakan semua tentang diri kita pada orang lain. Disini berarti daerah hidden self sangat kecil. Pada ekstrim yang lain, kita sama sekali tidak

mencerminkan tentang diri kita pada orang lain. Orang – orang seperti ini umumnya takut membuka diri, antara orang lain karena takut ditertawakan dan ditolak. Pada ekstrim ini, daerah hidden self sangat besar.

4. **Unknown self.** Dalam diri kita terdapat wilayah yang tidak dikenal (*unknown*). Daerah unknown self adalah aspek dari diri kita yang tidak diketahui baik oleh diri kita sendiri maupun orang lain. Kita mungkin akan mengetahui aspek dari diri yang tidak dikenal ini melalui kondisi kondisi tertentu, misalnya melalui hipnotis. Walaupun sulit untuk mengetahuinya, kita harus menyadari bahwa aspek ini ada dalam diri kita.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif didasarkan pada fenomena, gejala, fakta, atau informasi sosial. Menurut Bogdan dan Taylor (1992:11-13) yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif disarankan untuk penelitian yang membutuhkan wawancara mendalam sebagai salah satu metode pengumpulan data. Wawancara mendalam ini dimaksudkan untuk mengetahui konstruksi-konstruksi sosial yang dialami oleh setiap informan di dalam sebuah penelitian.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pengguna aktif, sedang dan pasif yaitu

pegawai negeri sipil di daerah Kabupaten Sukoharjo.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah dengan Analisis Media Siber atau AMS. Metode AMS memberikan panduan dalam mengurai realitas baik *online* maupun *offline* serta bagaimana perangkat teknologi media siber itu digunakan atau memberikan pengaruh (December, 1996; Nasrullah, 2014: 203-209). Ada empat level yang menjadi unit analisis metode ini, yakni ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*)

Pembahasan

Teori CPM mengatakan bahwa *disclosure* atau pengungkapan dalam hubungan membutuhkan batasan (*boundary*) antara pribadi dan publik. Batasan-batasan antara perasaan ingin memperlihatkan atau menunjukkan dan ingin menyimpan rahasia. Pengungkapan dalam membangun hubungan lebih merupakan memperlihatkan informasi pribadi (*private information*) kepada orang lain, membutuhkan negosiasi dan koordinasi batasan (West & Turner, 2007:242).

Sup-positions atau asumsi-asumsi dasar bisa juga dikatakan sebagai prinsip-prinsip teori CPM yaitu:

1. *Private information* adalah isi pengungkapan. Dalam hasil temuan penelitian terdapat isi pengungkapan berupa (a) identitas *online* yaitu pada penulisan *nama asli* pada akun *facebook* seperti Supriyadi, Citra Kusumo Ekawati dan Candra Pratikta, *nama samaran* (*bukan nama asli*) seperti nama akun *facebook* PhaOel LieNa, Adekyanni Cool dan Depinkiss, (b) pada foto profil

seperti menggunakan *foto diri sendiri* dan *foto bersama pasangan* dan (c) pada tema *background facebook* seperti *foto bersama para keluarga*.

2. *Private boundaries* seperti *tidak menuliskan nama asli* dan *tidak memperlihatkan wajah asli* pada foto profil dan foto tema di akun *facebook*. Hal ini bisa dilihat pada akun *facebook* milik Candra Pratikta. Sedangkan untuk menyampaikan informasi pribadi seperti *menuliskan tempat bekerja, alamat tempat tinggal, status perkawinan* dan *telah memiliki anak* serta *agama yang dianut*.
3. *Management dialectic*. Dalam penelitian ini, temuan yang terkait *management dialectic* yaitu pada kalimat (1) “*sepertinya saya harus mulai terbiasa berdamai dengan kesendirian... bahkan ketika mencari obat ke RS pula harus rela kesana kemari karena sendiri.. heemmm..inikah resiko???dan saya harus belajar kuat, belajar tidak ## ngejibne ## siapapun mulai hari ini??!!## efekgelo.*” Artinya dalam kalimat tersebut terdapat ketegangan antara pasangan suami isteri yang hidup jarak jauh dan seorang isteri untuk mengelola sebuah hubungan yang baik agar tidak terjadi masalah maka dilakukan hal seperti berusaha untuk mandiri dengan cara *mengurus diri sendiri* dan (2) kalimat “*Semampu kita, kita jalani tanpa pembantu tanpa laundry. Nggak sempat masak ya beli lauk, atau kita makan di tmpat kerja masing2, atau makan keluar bareng sama anak-anak. Nggak smepat nyuci setria buanyak ya yg paling penting seragam sdh bersih dan rapi siap*

pakai. Nggak sempat bersih2 rumah ya yg penting kamar tertata rapi. Kita kerjakan bareng2 semampunya. Allhamdulillah bisa juga yah..." Artinya bahwa dalam kalimat tersebut menjadi seorang istri yang juga sebagai abdi negara harus pandai dalam memanfaatkan waktu yang ada sebagai ibu rumah tangga.

Keterbukaan Diri

1. Dalam penelitian ini, matrik *open self / area* memiliki keterkaitan dengan hasil temuan penelitian seperti *penulisan nama asli* pada akun *facebook*, menjelaskan tentang profil diri terkait dengan *pekerjaan, alamat dan status pernikahan* yang telah menikah dan memiliki anak serta titel pendidikan.
2. *Hidden self area*. Dalam hasil temuan penelitian ini yang berkaitan dengan matrik *hidden self area* seperti tidak menuliskan nama asli di akun *facebook* dan *tidak terbuka dengan siapa atasan yang dimaksud* dalam sebuah ungkapan kalimat "*Ada aturan tidak tertulis dalam pendidikan dan pekerjaan (1) pemimpin tidak pernah salah dan (2) Kalau pemimpin salah, maka ingat aturan no 1.*"

Penulisan Pesan Dalam Manajemen Privasi

1. Logika ekspresif (*expressive logic*). Dalam hasil temuan penelitian terkait dengan logika ekspresif tentang perasaan dan pikiran ditemukan hasil yaitu terdapat perilaku orangtua yang menyampaikan perasaan sayang terhadap anak dengan cara membahagiakan anak seperti

menemani anak belajar, mengajak anak jalan-jalan dan makan bersama serta menjaga anak yang lagi sakit walaupun sedang mengerjakan atau menyelesaikan pekerjaan kantor.

2. *Rethorical Logic*. Dalam hal ini ditemukan hasil temuan penelitian sebagai bentuk persuasif dengan kalimat *Mutasi..Promosi..!! Ada senang..ada yg kecewa..!! Ada yang merasa diuntungkan..ada jg yg merasa dirugikan, Namun apapun yang terjadi sy ucapkan selamat bt yg mendpt amanah baru...tempat tugas yg baru.... maupun yg ttp hrs melanjutkan perjuangan di tempat tgs semula..sukses bt smuanya..!! Aamiin*. Kalimat yang disampaikan oleh Yuliana Yani pada tanggal 21 Maret pukul 19.30 merupakan bentuk penyampaian pesan secara verbal yang bertujuan untuk bisa mempersuasi orang lain khususnya bagi rekan-rekan pegawai yang mendapatkan mutasi pekerjaan agar bisa lebih bersabar dan *tetap amanah atau bertanggung jawab* dengan pekerjaan yang diberikan.

Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu (1) isi pengungkapan diri dilakukan melalui (a) identitas *online* yaitu pada penulisan *nama asli* pada akun *facebook* seperti Supriyadi, Citra Kusumo Ekawati dan Candra Pratikta, *nama samaran (bukan nama asli)* seperti nama akun *facebook* PhaOel LieNa, Adekyanni Cool dan Depinkiss, (b) pada foto profil seperti menggunakan *foto diri sendiri* dan *foto bersama pasangan* dan (c) pada tema *background facebook* seperti *foto bersama para keluarga*. (2) Pemberian batasan privasi diri seperti tidak menuliskan nama asli dan tidak

memperlihatkan wajah asli pada foto profil dan foto tema di akun facebook. Hal ini bisa dilihat pada akun facebook milik Candra Pratikta. Sedangkan untuk menyampaikan informasi pribadi seperti menuliskan tempat bekerja, alamat tempat tinggal, status perkawinan dan telah memiliki anak serta agama yang dianut dan (3) mengelola ketegangan dalam manajemen diri agar tidak terjadi masalah yaitu dengan cara mengurus diri sendiri dan pandai dalam memanfaatkan waktu yang ada sebagai ibu rumah tangga.

Dalam melakukan manajemen privasi di *new media*, terdapat dua indikator yaitu :

1. Proses Pengungkapan Diri yang terbagi atas dua yaitu
 - a. Keterbukaan diri seperti menuliskan nama asli pada akun facebook, menjelaskan tentang profil diri terkait dengan pekerjaan, alamat dan status pernikahan yang telah menikah dan memiliki anak serta titel pendidikan.
 - b. Menyembunyikan informasi tentang diri sendiri yang kita ketahui, seperti tidak menuliskan nama asli di akun *facebook* dan *tidak terbuka dengan siapa atasan yang dimaksud* dalam sebuah ungkapan kalimat “*Ada aturan tidak tertulis dalam pendidikan dan pekerjaan (1) pemimpin tidak pernah salah dan (2) Kalau pemimpin salah, maka ingat aturan no 1.*”

2. Penggunaan Pesan Dalam Pengungkapan Diri yang terdiri atas dua bagian yaitu :

- a. Secara ekspresif, seperti menemani anak belajar, mengajak anak jalan-jalan dan makan bersama serta menjaga anak yang lagi sakit walaupun sedang mengerjakan atau menyelesaikan pekerjaan kantor.
- b. Secara retorika. Dalam hal ini ditemukan hasil temuan penelitian sebagai bentuk persuasif dengan kalimat *Mutasi..Promosi..!! Ada senang..ada yg kecewa..!! Ada yang merasa diuntungkan..ada jg yg merasa dirugikan, Namun apapun yang terjadi sy ucapkan selamat bt yg mendpt amanah baru...tempat tugas yg baru.... maupun yg ttp hrs melanjutkan perjuangan di tempat tgs semula..sukses bt smuanya..!! Aamiin.* Kalimat yang disampaikan oleh Yuliana Yani pada tanggal 21 Maret pukul 19.30 merupakan bentuk penyampaian pesan secara verbal yang bertujuan untuk bisa mempersuasi orang lain khususnya bagi rekan-rekan pegawai yang mendapatkan mutasi pekerjaan agar bisa lebih bersabar dan tetap amanah atau bertanggung jawab dengan pekerjaan yang diberikan.

Daftar Pustaka

- Bell, David., 2000. *An Introduction to Cyberculture*. Routledge
- Cangara, Hafied., 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT.Grafindo Persada.
- Dindia, Kathryn., 2000. Self-disclosure, Identity, and Relationship Development: A *Dialectical Perspective* dalam *Communication and Personal Relationships*. Editor Kathryn Dindia dan Steve Duck.England, John Wiley & Sons, LTD.

- Devito, Joseph A., 1986. *The Interpersonal Communication Book*, Fourth Edition. New York, Harper & Row Publishers.
- Devito, Joseph A., 2007. *The Interpersonal Communication*, Eleventh Edition, Pearson Education Inc.
- _____. 2008. *Essentials of Human Communication*, Sixth Edition, Pearson Education Inc.
- Griffin, EM., 2006. *A First Look Communication Theory*, Sixth Edition, International Edition. Singapore McGraw-Hill.
- Gudykunst, William B dan Kim, Young Yun., 1997. *Communication With Strangers : An Approach to Intercultural Communication*. Boston, McGraw Hill.
- Hall, Stuart., 1980. *Encoding/Decoding*. dalam Chandler, (n.d.). *Semiotics for Beginners*. Retrieved from www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem08c.htm
- Littlejohn, W. Stephen dan F. Karen., 2008. *Theories of Human Communication*, Ninth edition. CA, Thomson Wadsworth.
- Littlejohn. W. Stephen dan Kathy Dornenici., 2007. *Communication, Conflict, and the Management of Difference*. Illinois, Waveland Press, Inc.
- Markham, Annette N., 2007. *Internet Research Context* dalam *Qualitative Research Practice*, Editor: Clive Seale, Giampietro Gobo, Jaber F. Gubrium, David Silverman, Sage Publication
- Nasrullah, Rulli., 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Patton, Michael Quinn., 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. London, New Delhi, Sage Publications.
- Petronio, Sandra., 2002. *Boundaries Of Privacy: Dialectics Of Disclosure*. NY, Albany SUNY Press. www.googlebooks.com.
- Serewicz, Claire Morr Mary, dan Petronio, Sandra., 2007. *Communication Privacy Management Theory. dalam Explaining Communication. Contemporary Theories and Exemplars*. Edt- Bryan B. Whaley dan Wendy Samter, LEA, London.
- Straubhaar Joseph dan Robert LaRose., 2006. *Media Now, Understanding Media, Culture and Technology*, Thomson, Wadsworth.
- West, Richard dan Turner, H. Lynn., 2007. *Introducing Communication Theory. Analysis and Application*, Third Edition.
- Winder, D., 2008. *Being Virtual, Who You Really Are Online*. England