BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media sosial adalah bagian dari kehidupan banyak orang saat ini. Mengunggah kegiatan sehari-hari ke media sosial adalah hal yang biasa. Namun pada kenyataannya, banyak orang yang terlalu banyak mengunggah kehidupan pribadinya, bahkan sampai pada privasi dan rasa malu yang tidak boleh diketahui orang lain. Ini dikenal sebagai berbagi berlebihan. Salah satu alasan untuk berbagi berlebihan adalah karena seseorang tidak dapat membedakan antara apa yang perlu dan apa yang tidak perlu untuk dibagikan di jejaring sosial. Berbagi berlebihan didefinisikan sebagai perilaku di mana terlalu banyak detail yang tidak pantas diberikan tentang kehidupan pribadi seseorang atau kehidupan pribadi orang lain (Pertiwi, 2021).

Perilaku oversharing adalah data pribadi pengguna media sosial. Menurut sebuah laporan oleh perusahaan perangkat lunak yang berfokus pada keamanan, Tessian, 84% orang mengunggah pesan ke media sosial setiap minggu. 42% dari mereka berbagi banyak informasi tentang hobi, minat, hubungan, dan tempat tinggal mereka secara publik setiap hari. Separuh dari mereka yang memposting di jejaring sosial bahkan membagikan nama dan foto anak mereka, dan 72 persen dari mereka mengucapkan selamat ulang tahun. Bukan sekedar update status atau informasi download. Lagi pula, 55% responden secara terbuka mempublikasikan informasi profil mereka di Facebook dan hanya 33% responden yang memblokir akun Instagram mereka. (Pertiwi, 2021).

Hoffman (dalam Akhtar, 2020) mendefinisikan oversharing sebagai pengungkapan informasi yang berlebihan atau di luar konteks. Sebagai fenomena akhir-akhir ini, banyak anggapan negatif tentang perilaku ini. Ketika kita mengungkapkan sesuatu kepada seseorang, mereka dapat membagikannya kepada orang lain yang bahkan tidak kita inginkan. Itulah mengapa sangat penting untuk mencapai keseimbangan antara keterbukaan dan privasi saat mengelola hubungan

kita. Saat seseorang mengungkapin dirinya, yang disebut tidak dapat diambil kembali.

Berbagi unduhan dengan pengikut Anda di jejaring sosial memang menyenangkan, tetapi ingat bahwa jika aktivitas ini berlebihan atau berlebihan, lebih baik batasi saja. Salah satu tujuan pembatasan media sosial adalah untuk menghindari kemungkinan tindakan kriminal, seperti: B. Penipu atau peretas yang mengumpulkan data pribadi dari unggahan yang dibagikan oleh pengguna media sosial (Fallahnda, 2020). Mengutip Collage Times Magazine, ada 10 tipe orang yang overshare di media sosial, yakni *cute seekers, selfie queens, chain taggers, profile editor, darling diaries, constagrammers, ret-a-reason, Snapchatters, Family Posts*, dan *Champions*. populer (Fallahnda, 2020).

Menurut website djkn.kemenkeu.go.id, beberapa waktu lalu Indonesia menjadi sorotan berkat survei Microsoft Digital Civility Index (DCI), seperti dikutip penulis Civility, Safety and Security edisi ke-5. Laporan Internet Februari 2021 diterbitkan oleh Microsoft. Indonesia menempati urutan ke-29 dengan skor DCI 76, menunjukkan bahwa kesopanan roaming orang Indonesia sangat rendah dibandingkan Singapura dan Taiwan. Kesopanan yang disebutkan dalam laporan ini mengacu pada perilaku penjelajahan dunia maya dan media sosial, termasuk risiko penyebaran berita bohong atau hoaks, ujaran kebencian, diskriminasi, misogini, intimidasi dunia maya, trolling, atau tindakan disengaja yang mempromosikan kebencian, agresi mikro, atau memarginalkan penyebab Grup (suku atau etnik). kelompok agama, perempuan, penyandang disabilitas, kelompok LGBT dan lainnya) yang menjadi sasaran pelecehan, penipuan, pengungkapan atau pengumpulan data pribadi untuk dibagikan di dunia maya untuk mengganggu atau merusak reputasi seseorang, perekrutan untuk kegiatan radikal dan terorisme serta pornografi. Oleh karena itu, Anda harus memiliki etika dalam bermedia sosial, seperti: B. Menggunakan bahasa yang baik, menghindari penyebaran SARA, pornografi dan tindak kekerasan, mengecek kebenaran berita, menilai karya orang lain dan tidak terlalu banyak mengungkapkan informasi pribadi (Rokhayah, 2021).

Dijelaskan viva.co.id, salah satu kasus oversharing pengguna media sosial di TikTok terjadi di Desa Kopang Rembiga, Kecamatan Kopang, Kabupaten Lombok

Tengah. Kasus ini melibatkan seorang perempuan berusia 19 tahun berinisial RE. RE menjadi populer dengan video viralnya di media sosial TikTok, di mana dia berdoa sambil menari diiringi musik disko atau klub. Perkara ini tunduk pada Pasal 156 KUHP dan UU ITE dengan ancaman hukuman 5 tahun penjara (Priatmojo, 2020). Untuk mengantisipasi kehebohan dan kewaspadaan, polisi memastikan RE. Wanita yang telah menikah itu kini ditahan di Polres Lombok Tengah. PS Aipda Taufik, Humas Polres Lombok Tengah, mengatakan sampai saat ini RE masih dalam tahanan. Polisi menunggu keputusan MUI apakah RE masuk kategori penodaan agama (Priatmojo, 2020).

Seiring waktu, TikTok menjadi semakin populer untuk konten yang memungkinkan pengguna menampilkan kehidupan dan informasi pribadi mereka dalam video pendek. Video (viral) terkenal baru-baru ini di aplikasi TikTok menunjukkan bocoran postingan pengguna untuk mengiringi lagu dan lirik. Terkadang, video yang ditampilkan bersifat satir dan juga topik pribadi dengan maksud menyinggung orang lain. Apalagi di era digital, yang awalnya tatap muka dan privat kini telah berubah menjadi dunia maya seperti TikTok (Safitri, 2021).

Bahkan banyak pengguna media sosial yang menyayangkan apa yang mereka tuangkan ke dalam akun mereka. Hal ini didukung oleh survei oleh situs web Findlaw terhadap 1.000 responden, yang menemukan bahwa 29% penuh dari usia 18-34 tahun mengatakan bahwa mereka khawatir dengan pekerjaan mereka saat ini atau di masa depan setelah mengunggah foto, komentar, dan berbagi emosi di media sosial karena hal itu pengaruh. ulasan negatif dari orang lain. Selain itu, studi ini juga menemukan bahwa lebih dari 75 persen antara usia 18 dan 34 tampaknya menghapus informasi yang mereka unggah ke media sosial untuk menghindari reaksi negatif dari rekan kerja di tempat kerja mereka saat ini. atau kolega yang mungkin kita temui di tempat kerja di masa depan (Ginting, 2018).

Seperti yang tercatat di situs FindLaw, 75% kegiatan ini dilakukan oleh kelompok usia 18-34 tahun. Hal ini sesuai dengan data pengguna internet yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2016). Tingkat penetrasi generasi muda berusia 20-29 tahun lebih dari 80 persen pengguna internet Indonesia. Berdasarkan kedua data tersebut, pengguna media sosial yang

mendominasi aktivitas streaming adalah kelompok dewasa awal (Ginting, 2018). Berdasarkan penelitian, ditemukan 176 perempuan (53,8%) dan 151 laki-laki (46,1%) terlibat dalam media sosial (Ginting, 2018).

Media sosial sedang tren di semua kelompok umur. Termasuk kelompok dewasa awal juga mengikuti tren ini. Dalam bermedia sosial dapat melakukan aktivitas hanya untuk memberi informasi tentang kehidupan, perasaan, atau aktivitas sehari-hari mereka dengan mengunggah gambar mereka. Oleh karena itu, *smartphone* sangat populer di kalangan berbagai kelompok umur. Seseorang tertarik dengan smartphone ini karena individu dapat dengan mudah mengakses internet dan membuka akun media sosial mereka (Santrock dalam Natari, 2016).

Gambar 1. 1 Data Pengguna Tiktok di Indonesia

Dipaparkan Ginee.com, dari data pengguna TikTok di Indonesia tahun 2021, mayoritas pengguna TikTok di Indonesia adalah warga Jakarta dengan total 22%. Disusul Jawa Timur dengan prosentase 18%. Jawa Barat dengan jumlah pengguna TikTok Indonesia terbanyak, 13% (Ginne, 2020). Berdasarkan data tersebut, jumlah pengguna TikTok terbanyak di Indonesia adalah Jakarta.

Gambar 1. 2 Data Pengguna TikTok berdasarkan Usia

Dari gambar 1.2 menunjukan bahwa demografi pengguna media sosial TikTok terdapat pada usia 18 – 34 tahun. Usia ini masuk dalam kalangan dewasa awal. Total demografi pengguna dewasa awal sebesar 76% pengguna TikTok. 13% pengguna demografi TikTok usia 13 – 17 tahun, disusul oleh usia 35 – 44 tahun sebanyak 8% dan usia 45 tahun ke atas sebanyak 3% pengguna (Ginee, 2020).

Berdasarkan riset dari Katadata menunjukkan bahwa, pasar terbesar kedua TikTok di dunia pada tahun 2020 adalah Indonesia. Menurut Statista, terdapat 22,2 juta pengguna aktif bulanan (MAU) untuk aplikasi video pendek di Indonesia tahun lalu. Sementara itu, Amerika Serikat menduduki puncak daftar dengan 65,9 juta pengguna aktif bulanan TikTok pada 2020. Rusia mengikuti Indonesia dengan 16,4 juta pengguna aktif bulanan TikTok (Annur, 2021).

Mengenai masalah privasi, teori yang sesuai dengan masalah privasi adalah teori Communication Privacy Management (CPM) yang dikemukakan oleh Sandra Petronia karena teori ini berfokus pada pengungkapan diri sebagai cara utama untuk mengembangkan hubungan dekat. Petronia melihat teori ini sebagai cara orang untuk menavigasi privasi dan mengontrol informasi pribadi dan menentukan batasan informasi pribadi mereka (Griffin, P.168, 2012). Dalam teori Manajemen Privasi Komunikasi, ada tiga asumsi. Pertama, batasan privasi berpacu pada pembatasan privasi yang ditetapkan oleh individu. Selain itu, terdapat kontrol yang berguna untuk memantau informasi pribadi yang dibagikan oleh individu tersebut. Kemudian turbulensi ketiga. Privasi, yaitu masalah atau ketidaknyamanan yang terjadi ketika kontrol seseorang terhadap privasinya tidak demikian (Petronio,

2019). Dengan demikian, salah satu hal yang menarik untuk dikaji adalah salah satu batasan konsep kepemilikan dalam Communication Privacy Management Theory (Griffin, 2012).

Media sosial TikTok memungkinkan perangkat siapapun untuk mengunggah siapa saja. Kebebasan inilah yang pada akhirnya dapat memunculkan budayaberbagi yang berlebihan dan pengungkapan diri di dunia maya. Pengungkapan diriyang berlebihan ini dapat menimbulkan kerugian bagi pengguna TikTok seperti memicu kejahatan, *Cyber bullying*, perkembangan fisik dan emosi, pornografi, serta memicu komunikasi yang buruk (Fauziah, 2021).

Peneliti terdahulu yang pernah membahas mengenai *Communication Privacy Management* yaitu berjudul "Penerapan Communication Privacy Management di Instagram (Studi Deskriptif Komparasi antara Pengguna Instagram Kalangan Digital Immigrant dengan Digital Native)" yang dilakukan oleh Annisa Rahma Gemilang, mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya tahun 2021. Hasil penelitianAnnisa menunjukkan pertama, adanya temuan yang dikaitkan dengan 5 aturan privasi. Hasil survei tentang 5 aturan privasi. Dari segi norma budaya, saya menemukan bahwa dunia online memiliki nilai dan norma yang sama dengan dunia offline. Dalam hal kriteria gender, terdapat perbedaan dalam cara penggunaan fitur Instagram, dengan laki-laki lebih aktif dalam membuat video langsung dan cerita Instagram daripada perempuan. Selain itu, kriteria motivasi penggunaan Instagram secara umum adalah hiburan, interaksi, kebutuhan informasi, dan identitas pribadi. Kedua, berdasarkan kriteria kontekstual, rata-rata whistleblower tertarik menggunakan fitur Insta Stories dan live video. Terakhir, standar manfaat-risiko asli digital, rata-rata, dikompromikan saat mengungkapkan privasi di Instagram (Gemilang, 2021).

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terletak pada subjek dan objek penelitiannya. Subjek pada penelitian Annisa yaitu *Digital Native* dan *Digital Immigrant*. Sedangkan subjek dalam penelitian ini berfokus pada kalangan perempuan dewasa awal. Peneliti selanjutnya yang pernah membahas mengenai *Communication Privacy Management* berjudul "Manajemen Privasi Komunikasi Orang Dengan HIV/AIDS (Studi Kualitatif

Deskriptif pada ODHA di Warga Peduli Aids CahayaKasih Peduli di Kecamatan Turen, Kabupaten Malang) yang dilakukan oleh Marissa Fortunata Purnamasari, mahasiswi Universitas Brawijaya, tahun 2018. Hasil dari penelitian ini adalah ODHA menganggap status kesehatannya sebagai bagian dari informasi pribadinya, sehingga pengungkapan informasi pribadi harus diperhatikan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi bagaimana orang yang hidup dengan HIV membangun profil aturan privasi mereka. Ini termasuk motif yang dinyatakan sendiri dan keintiman hubungan, latar belakang sosial dan fisik, dan keseimbangan risiko-manfaat..

Selain itu, penelitian tersebut mengasumsikan bahwa orang yang hidup dengan HIV tidak pernah mengalami gangguan perbatasan sebelumnya. Hal ini karena tidak ada rekan pemilik informasi pribadi Odha yang pernah bertentangan dengan harapan Odha terkait pengelolaan informasi pribadi. Dalam penelitian ini, ODHA cenderung lebih suka berbagi informasi dengan anggota keluarga. Karena keluarga dianggap amanah dan lebih akrab. Namun, setelah kesehatannya stabil, beberapa orang yang hidup dengan HIV berbagi informasi pribadi dengan tetangga untuk menghindari penularan. Meminimalkan stigma terhadap ODHA negatif. Mengenai karakteristik hubungan antara ODHA dengan WPA-nya, penelitian ini menemukan bahwa jenis hubungan konsultasi termasuk jenis hubungan. (Purnamasari, 2018). Perbedaan yang dilakukan oleh Marissa terletak pada subjek penelitiannya. Subjek pada penelitian Marissa yaitu Orang Dengan HIV/AIDS sedangkan subjekdalam peneitian ini berfokus pada kalangan perempuan dewasa awal.

Peneliti terdahulu yang pernah membahas perilaku *Oversharing* berjudul "Perilaku Oversharing di Media Sosial: Ancaman atau Peluang?" yang dilakukan oleh Hanif Akhtar Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang pada tahun 2020. Penelitian ini menemukan beberapa hasil diantaranya beberapa motif perilakuoversharing, antara lain menjaga relasi sosialdengan orang lain, melakukan presentasi diri, serta mendapatkan hiburan dan belajar (Akhtar,2020).

Risiko yang diperhitungkan pelapor saat mengelola privasi sebelum membuat keputusan akhir untuk mengunggah konten ke Instagram Stories. Yang pertama adalah data pribadi yang disalahgunakan. Ada ekspresi diri dan persetujuan

yang tidak perlu secara umum ketika dia membagikan konten Instastory-nya. Investigasi mengungkapkan beberapa alasan di balik keputusan pelapor untuk mengungkapkan informasi pribadi tentang dirinya melalui Insta-Stories miliknya. Yang pertama adalah adanya ekspresi diri yang ideal, dan yang kedua adalah keinginan untuk lebih memahami orang-orang di sekitar informan.

Perolehan dan penyampaian informasi merupakan salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi dari anak-anak hingga orang dewasa di era internet. Jaringan internet sangat dibutuhkan untuk penyebaran informasi. Lompatan teknologi kini begitu canggih sehingga mampu menempatkan manusia di tempat yang berbeda dalam waktu yang bersamaan. Ini karena kemungkinan telekomunikasi Internet.

Berdasarkan uraian di atas, CPM memberikan kerangka teoritis yang dapat digunakan untuk menganalisis manajemen privasi komunikasi atas pengungkapan informasi. CPM menggunakan metafora batasan kepemilikan untuk menjelaskan bagaimana individu memisahkan informasi privat yang mereka simpan dan informasi publik yang mereka bagikan kepada orang lain (Petronio dalam Pederson & McLaren, 2015). Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai perilaku *oversharing* perempuan dewasa awal di media sosial TikTok studi deskriptif penerapan konsep batasan privasi *communication privacy management* yang berfokus pada batasan kepemilikan privasi.

1.2. Rumusan Masalah

"Bagaimana penerapan batasan privasi dan kontrol privasi pada pengguna media sosial TikTok oleh perempuan dewasa awal mengenai pengguna media sosial TikTok dengan perilaku *oversharing*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan batasan privasi dan kontrol privasi pada pengguna media sosial TikTok oleh perempuan

dewasa awal (studi deskriptif kualitatif mengenai pengguna media sosial TikTok dengan perilaku *oversharing).*

1.4. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini selesai dikaji, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini dibagi ke dalam 2 kategori:

1.4.1. Manfaat Akademis

Dapat berguna untuk peneliti selanjutnya yang menggunakan penelitian sejenis dan memberi kontribusi ilmiah pada kajian mengenai konsep batasan privasi melalui teori *Communication Privacy Management* di media sosial TikTok.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana bagi masyarakat terkait bagaimana pengguna TikTok melakukan pengontrolan informasi pribadi.