

**KONTRIBUSI *ONLINE PRIVACY CONCERN* TERHADAP TENDENSI BENTUK
PRESENTASI DIRI DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Pembimbing:

**Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi., M.A
Triani Arfah, S.Psi., M.Psi., Psikolog**

Oleh:

**Mario Muhammad Noer Fauzan
C021181321**



**UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS KEDOKTERAN
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
MAKASSAR
2022**

**KONTRIBUSI *ONLINE PRIVACY CONCERN* TERHADAP TENDENSI BENTUK
PRESENTASI DIRI DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Program Studi Psikologi
Fakultas Kedokteran
Universitas Hasanuddin

Pembimbing:

Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi., M.A
Triani Arfah, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Oleh:

Mario Muhammad Noer Fauzan
C021181321



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS KEDOKTERAN
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
MAKASSAR
2022

Halaman Persetujuan

SKRIPSI

**KONTRIBUSI *ONLINE PRIVACY CONCERN* TERHADAP TENDENSI BENTUK
PRESENTASI DIRI DI MEDIA SOSIAL**

Disusun dan diajukan oleh:

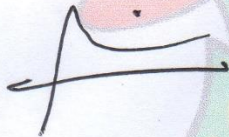
**Mario Muhammad Noer Fauzan
C021181321**

Telah disetujui dan diajukan di hadapan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 12 September 2022

Makassar, 29 Agustus 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi., M.A
NIP. 19810725 202012 1 004



Triani Arfah, S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIDN. 0911018406

Ketua Program Studi Psikologi
Fakultas Kedokteran
Universitas Hasanuddin



Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi., M.A
NIP. 19810725 202012 1 004

SKRIPSI

**KONTRIBUSI ONLINE PRIVACY CONCERN TERHADAP TENDENSI BENTUK
PRESENTASI DIRI DI MEDIA SOSIAL**

Disusun dan diajukan oleh:

Mario Muhammad Noer Fauzan
C021181321

Telah dipertahankan dalam Sidang Ujian Skripsi
Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 12 September 2022

Menyetujui,

Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi.,M.A	Ketua	1. 
2.	Elvita Bellani, S.Psi.,M.Sc	Sekretaris	2. 
3.	Yassir Arafat Usman, S. Psi.,M.Psi., Psikolog	Anggota	3. 
4.	Triani Arfah, S.Psi.,M.Psi.,Psikolog	Anggota	4. 
5.	Istiana Tajuddin, S.Psi.,M.Psi.,Psikolog	Anggota	5. 
6.	Susi Susanti, S.Psi.,M.A	Anggota	6. 

Mengetahui,

Wakil Dekan
Bidang Akademik dan Kemahasiswaan
Fakultas Kedokteran
Universitas Hasanuddin

Ketua Program Studi Psikologi
Fakultas Kedokteran
Universitas Hasanuddin

dr. Agussalim Bukhari, M.Clin.Med, Ph.D, Sp. GK(K)
NIP. 19700821199903 1 001

Dr. Ichlas Nanang Afandi, S.Psi., M.A
NIP. 19810725 202012 1 004

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan atau doktor), baik di Universitas Hasanuddin maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya Tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali Tim Pembimbing dan masukan Tim Penelaah/Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini telah saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Makassar, 15 September 2022

Yang Membuat Pernyataan,


Mario Muhammad Noer Fauzan
NIM. C021181321

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji Syukur peneliti haturkan kepada kehadiran Allah SWT atas segala limpahan petunjuk, berkah, dan nikmat-Nya yang tak henti-hentinya diberikan kepada peneliti sehingga penelitian dapat terlaksana dan skripsi ini dapat dirampungkan. Tak lupa Shalawat dan Salam peneliti kirimkan kepada junjungan dan teladan peneliti, Rasulullah SAW yang telah membumikan petunjuk dari-Nya sebagai rahmat bagi seluruh alam.

Penelitian berjudul *Kontribusi Online Privacy Concern Terhadap Tendensi Bentuk Presentasi Diri Di Media Sosial* dilaksanakan sebagai bentuk penyelesaian studi program sarjana di Prodi Psikologi FK Unhas. Hasil penelitian tersebut kemudian dituliskan dalam karya tulis ilmiah ini. Topik penelitian ini berdasar pada fenomena penggunaan media sosial yang peneliti nilai terlalu vulgar dalam membagikan informasi-informasi yang bersifat pribadi dan rahasia. Penelitian ini dilakukan sepenuhnya untuk menyelesaikan studi.

Peneliti berharap temuan penelitian ini dapat memberikan *insight* mengenai penggunaan media sosial sebagai *platform* sosial kepada pembaca secara khusus dan masyarakat secara umum sehingga dapat memberi kontribusi, manfaat, dan pada akhirnya dapat bermakna. Proses penelitian dan penulisan ini tidak mungkin peneliti selesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan apresiasi dan terima kasih kepada:

1. Keluarga Besar Peneliti atas dukungan sebagai *support system* pertama dan utama, baik dalam proses belajar maupun dalam menjalani kehidupan saat ini dan yang akan datang nantinya.
2. Tim Pembimbing Skripsi atas segala arahan dan umpan balik yang telah diberikan dalam rangka perbaikan dan peningkatan kualitas penelitian dan skripsi.
3. Dosen Pendamping Akademik peneliti, Ibu Istiana Tajuddin, S.Psi., M.Psi, Psikolog atas dukungan yang telah diberikan selama berproses di Prodi Psikologi FK Unhas
4. Tim Penguji Skripsi, Pak Yassir Arafat Usman, S.Psi., M.Psi., Psikolog, Ibu Susi Susanti, S.Psi., M.A, Ibu Elvita Bellani, S.Psi, M.Sc., dan Pak Nur Fajar Alfitra, S.Psi., M.Sc atas arahan dan masukan yang diberikan untuk penelitian ini sehingga dapat memberikan hasil yang sesuai standar.
5. Ibu Dr. Arlina Gunarya, M.Sc dan Ibu Dra. Dyah Kusmarini, Psych yang telah berdedikasi dalam memberikan pengetahuan dan wawasan yang melebihi kewajibannya dengan memberikan umpan balik yang 'menampar' serta menanamkan nilai-nilai yang sangat berharga dan sarat makna.

6. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Psikologi FK Unhas yang telah mengabdikan segenap waktu, membagikan sebagian ilmu dan memberikan pengalaman belajar kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Prodi Psikologi FK Unhas yang telah banyak berperan dalam proses keseharian di prodi, khususnya kepada Ibu Nur Aswi, S, Pi yang selalu bersedia membantu dan mendukung proses belajar dan telah direpotkan untuk menghadapi orang tua peneliti.
8. Bapak dan Ibu Pengurus Pusat Layanan Psikologi Universitas Hasanuddin yang telah memberikan kepercayaan dan pengalaman belajar.
9. Teman-teman Mahasiswa Psikologi "Closure" Angkatan 2018 yang telah saling kebersamai proses belajar, saling mendukung dalam berbagai situasi dan telah meluangkan waktu bersama, serta telah memberikan kepercayaan kepada peneliti sebagai pemimpin.
10. Kakak-kakak tingkat mahasiswa Prodi Psikologi FK Unhas yang telah merangkul dan menerima untuk berkolaborasi, menunjukkan teladan, memberikan dukungan serta arahan selama berproses sebagai mahasiswa.
11. Adik-adik tingkat mahasiswa Prodi Psikologi FK Unhas yang telah membuka diri, memberikan kepercayaan dan telah kebersamai berbagai proses kolaborasi.
12. Kakak-kakak dan teman-teman seperjuangan di Himpunan Mahasiswa Psikologi FK Unhas serta seluruh anggota yang telah berkolaborasi pada masanya dalam menghadapi berbagai tantangan dan bersama-sama mengabdikan kepada almamater dan masyarakat. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan.
13. Kakak-kakak dan teman-teman warga prodi yang telah meluangkan waktu bersama dan mengisi waktu dengan kebersamaan.
14. Rekan-rekan mahasiswa dan komunitas eksternal, Tim JC, Tim MIND MAP, Tim Lontara, Tim WU, dsb. yang telah memberikan inspirasi, umpan balik, waktu, dan kepercayaannya selama berproses dan berkolaborasi pada masanya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian dan skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan dan tak lupa memanjatkan syukur atas kelebihan dan manfaat dari penelitian ini.

Sekian dan Terima Kasih
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Makassar, 15 September 2022

Mario Muhammad Noer Fauzan
NIM. C021181321

ABSTRAK

Mario Muhammad Noer Fauzan, C021181321, Kontribusi *Online Privacy Concern* Terhadap Tendensi Bentuk Presentasi Diri Di Media Sosial, Skripsi, Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Hasanuddin, Makassar, 2022.

xiv + 59 halaman, 5 lampiran

Media sosial bagi sebagian besar masyarakat yang menggunakannya tidak hanya berperan sebagai media komunikasi, namun juga sebagai sarana pemenuhan kebutuhan dan keinginan pribadi. Di samping komunikasi, media sosial disebut dapat memberikan gratifikasi terhadap kebutuhan kognitif, afektif, integrasi diri, relasi sosial, dan rekreasional. Penggunaan media sosial yang semakin komprehensif mendorong pengguna untuk berupaya menghadirkan sosok 'diri' individu dalam ruang maya, hal ini dilakukan dengan membagikan berbagai informasi tentang diri. Perkembangan terkini menunjukkan semakin banyak informasi pribadi yang tergolong privasi tetap diunggah ke media sosial dan menjadi konsumsi publik. Diduga tingkat kepedulian (*concern*) pengguna terhadap privasi berkontribusi dalam fenomena ini. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif yang melibatkan 204 responden pengguna media sosial aktif. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa tidak ada kontribusi *online privacy concern* terhadap bentuk presentasi diri di media sosial. Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan persepsi privasi pada masyarakat Indonesia sebagai masyarakat kolektif yang memiliki batasan personal yang lebih terbuka. Selain itu, pengguna media sosial memiliki alternatif lain untuk membatasi privasi salahsatunya dengan menggunakan akun alternatif yang disembunyikan.

Kata Kunci: Media Sosial, Privasi, Keamanan Data, *Online Privacy Concern*, Presentasi diri

Daftar Pustaka, 53 (1967-2022)

ABSTRACT

Mario Muhammad Noer Fauzan, C021181321, Contribution of Online Privacy Concern to the Tendency of Self-presentation in Social Media, Thesis, Psychology Study Program, Faculty of Medicine, Hasanuddin University, Makassar, 2022.

xiv + 59 pages, 5 attachments

Social media for most people who use it not only acts as a medium of communication, but also as a means of fulfilling personal needs and desires. In addition to communication, social media is said to be able to provide gratification for cognitive, affective, self-integration, social relations, and recreational needs. The increasingly comprehensive use of social media encourages users to try to present an individual 'self' in cyberspace, this is done by sharing various information about themselves. Recent developments show that more and more personal information that is classified as privacy is still uploaded to social media and becomes public consumption. It is suspected that the level of user concern for privacy contributes to this phenomenon. The study was conducted using quantitative methods involving 204 respondents who are active social media users. The results of data processing show that there is no online privacy concern contribution to the form of self-presentation on social media. This finding shows that there are differences in the perception of privacy in Indonesian society as a collective society that has more open personal boundaries. In addition, social media users have other alternatives to limit privacy, one of which is by using alternative hidden accounts.

Keywords: Social Media, Privacy, Data Security, Online Privacy Concern, Self-presentation

Bibliography, 53 (1967-2022)

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Abstrak.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Maksud, Tujuan, dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.3.3 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1. Online Privacy Concern.....	11
2.1.2. <i>Self-Presentation</i>	15
2.2. Hubungan antara <i>Online Privacy Concern</i> dan <i>Online Self-Presentation</i> 21	
2.3. Kerangka Konseptual	24
2.4. Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Desain Penelitian.....	26
3.3 Variabel Penelitian.....	27
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4.1 Online Privacy Concern	27
3.4.2 Online Self-presentation	28

3.5 Populasi dan Sampel	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6.1 Online Privacy Concern	29
3.6.2 Skala Online Self-presentation.....	30
3.7 Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.7.1 Uji Validitas	32
3.7.2 Uji Reliabilitas	33
3.8 Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1 Analisis Deskriptif	35
3.8.2 Uji Hipotesis.....	35
3.9 Prosedur Kerja	35
3.9.1 Tahap Persiapan	35
3.9.2 Tahap Pengumpulan Data	36
3.9.3 Tahap Analisis Data.....	36
3.9.4 Tahap Penyusunan Laporan.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Data Demografi Responden.....	38
4.1.2 Analisis Deskriptif	46
4.1.3 Uji Hipotesis.....	51
4.2 Pembahasan.....	52
4.3 Limitasi Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Blueprint</i> Skala SPFBQ.....	30
Tabel 3. 2 <i>Blueprint</i> Akhir Skala SPFBQ.....	31
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Konstruk Skala SPFBQ.....	33
Tabel 3. 4 Nilai Kriteria Koefisien Reliabilitas.....	33
Tabel 3. 5 Nilai Reliabilitas SPFBQ.....	34
Tabel 4. 1 Hasil Uji Deskriptif <i>Privacy Concern</i> Responden.....	46
Tabel 4. 2 Tabel Penormaan <i>Privacy Concern</i> Responden.....	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 3. 1 Keterkaitan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen....	27
Gambar 4. 1 Data Responden berdasarkan Usia.....	38
Gambar 4. 2 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Gambar 4. 3 Data Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
Gambar 4. 4 Data Responden berdasarkan Tujuan Menggunakan Media Sosial.	41
Gambar 4. 5 Data Responden berdasarkan Media Sosial yang digunakan untuk Membagikan Informasi Pribadi.....	42
Gambar 4. 6 Data Responden berdasarkan Tingkat Kenyamanan Menggunakan Media Sosial yang digunakan untuk Membagikan Informasi Pribadi.....	43
Gambar 4. 7 Data Responden berdasarkan Media Sosial yang digunakan untuk Berkomunikasi.....	44
Gambar 4. 8 Data Responden berdasarkan Tingkat Kenyamanan Menggunakan Media Sosial yang digunakan untuk Berkomunikasi.....	45
Gambar 4. 9 Gambaran <i>Privacy Concern</i> Responden.....	47
Gambar 4. 10 Gambaran Tingkat <i>Privacy Concern</i> berdasarkan Kelompok Usia.	47
Gambar 4. 11 Gambaran Tingkat <i>Privacy Concern</i> berdasarkan Jenis Kelamin..	48
Gambar 4. 12 Gambaran <i>Online Self Presentation</i> Responden.....	49
Gambar 4. 13 Gambaran <i>Online Self Presentation</i> Responden berdasarkan Kelompok usia.....	50
Gambar 4. 14 Gambaran Online Self Presentation Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Alat Ukur Penelitian

Lampiran 2 Lembar Adaptasi Skala

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Skala Privacy Concern

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Skala SPFBQ

Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial bagi sebagian besar masyarakat yang menggunakannya tidak hanya berperan sebagai media komunikasi, namun juga sebagai sarana pemenuhan kebutuhan dan keinginan pribadi. Di samping komunikasi, media sosial disebut dapat memberikan gratifikasi terhadap kebutuhan kognitif, afektif, integrasi diri, relasi sosial, dan rekreasional (Quan-Haase & Young, 2010). Kemampuan-kemampuan tersebut dapat disebut sebagai alasan media sosial dewasa ini semakin tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, bahkan kedepannya media sosial yang kini berupa laman di internet akan berkembang menjadi suatu ruang dimensional yang dapat menjadi 'ruang hidup' bagi manusia melalui pengembangan *virtual reality* dan *brain-computer interface* (Kool & Agrawal, 2016).

Media sosial (*social media*), menurut *Cambridge Dictionary* (2021) bermakna sebuah laman atau sekelompok program komputer yang memfasilitasi orang untuk berkomunikasi dan berbagi informasi melalui internet yang diakses melalui komputer atau telepon genggam. Secara teknis, media sosial pada saat ini didefinisikan sebagai sebuah situs internet yang berfungsi sebagai laman pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*) (Kaye, 2021). Carr & Hayes (2015) menyimpulkan media sosial sebagai sebuah fasilitas komunikasi berbasis internet berbentuk kanal komunikasi massal yang selalu tersedia untuk diakses yang dapat memberikan persepsi interaksi antarpengguna melalui konten yang dibagikan. Berdasarkan hal tersebut, media sosial pada

hakikatnya merupakan sebuah *platform* yang hadir sebagai media berbagi informasi secara masif, terbuka, tersedia setiap saat, dan informasi yang dibagikan dapat diakses oleh semua penggunanya.

Dijck & Poell (2015) menjelaskan bahwa dalam masa awal perkembangan media sosial sebagai *platform* pada tahun 2004-2010, media sosial dipandang sebagai sebuah ruang ekspresi karena maraknya berbagai konten kreatif dibagikan melalui ruang-ruang yang tersedia di Internet. Kemudian bermula dari tahun 2010, penelitian-penelitian menunjukkan adanya peningkatan penggunaan media sosial dalam aspek kehidupan yang lebih serius, seperti pengembangan karir profesional, edukasi, penegakan hukum, transaksi komersil, serta menjadi media eksisnya gerakan sosial dan partisipasi masyarakat dalam berbagai hal menyangkut kehidupan sosial, politik, dan ekonomi. Perkembangan-perkembangan ini mengindikasikan penggunaan media sosial yang semakin komprehensif dalam berupaya untuk menghadirkan sosok 'diri' individu dalam ruang maya. Bentuk-bentuk interaksi yang dapat difasilitasi menjadi semakin beragam, sehingga berbagai aspek diri pun dapat diunggah ke media sosial melalui berbagai cara dan media yang tersedia serta pada gilirannya akan balik memengaruhi individu penggunanya.

'Mengunggah' diri ke dalam media sosial dilakukan melalui pembagian informasi tentang diri, baik dalam bentuk tulisan maupun multimedia dalam profil yang dapat disusun sedemikian rupa oleh masing-masing pengguna. Hal ini termasuk sebagai salah satu bentuk presentasi diri yang dimediasi oleh teknologi menggunakan fasilitas dan layanan tertentu yang diberikan oleh situs media sosial (Atrill, 2015). Profil yang telah dibuat akan menjadi data yang bebas diakses oleh pengguna media sosial lain, baik pengguna yang dikenal maupun tidak dikenal

karena informasi yang dibagikan pada dasarnya dipublikasikan secara terbuka dalam ruang komunikasi massal (Carr & Hayes, 2015). Semua informasi personal yang dicantumkan, baik data diri dalam profil maupun informasi terkini yang dibagikan melalui fitur berbagi informasi seperti status di *Facebook* atau *post Instagram* akan dapat diakses oleh semua pengguna lain, kecuali dilakukan pembatasan melalui fitur yang disediakan layanan media sosial.

Pengguna media sosial pun tidak asal dalam menghadirkan diri di media sosial. Pengguna media sosial dapat menggunakan pelbagai fitur yang tersedia untuk membentuk gambaran diri yang diinginkan. Dalam keilmuan psikologi, hal ini dipandang sebagai salahsatu bentuk presentasi diri, yang merupakan upaya individu untuk membentuk impresi yang diinginkan melalui perilaku-perilaku yang ditunjukkan (Goffman, 1959). Leary & Kowalski (1990) menjelaskan bahwa berdasarkan definisi tersebut, presentasi diri memiliki tiga tujuan utama, yaitu untuk memaksimalkan keuntungan yang didapatkan dari interaksi yang dilakukan, meningkatkan *self-esteem*, dan mengembangkan identitas yang diinginkan. Ketiga hal ini pada intinya bertujuan untuk membuat identitas yang dapat diterima dan disukai oleh orang lain sesuai dengan konteks lingkungan masing-masing.

Hal tersebut menggambarkan bahwa presentasi diri individu bersifat kontekstual dan sangat mungkin individu mempresentasikan diri berbeda di lingkungan berbeda. Namun, karena profil yang dibuat di sosial media dapat diakses oleh semua orang, terdapat kemungkinan audiens yang tidak diinginkan melihat presentasi diri yang ditunjukkan oleh individu di media sosialnya. Barmaki (2019) menjelaskan bahwa fenomena tersebut dapat menyebabkan presentasi diri yang dibuat individu runtuh dan mendiskreditkan diri individu di hadapan lingkungan sosialnya. Dalam kondisi seperti ini, individu akan berada dalam

tekanan psikologis dan kemungkinan melakukan tindakan ekstrem, mulai dari kekerasan hingga bunuh diri, tergantung pada cara individu mengatasi situasi yang dihadapi tersebut.

Trottier (2012) menemukan bahwa pengguna *Facebook* yang menggunakan fitur berbagi informasi melalui status dan komentar merasa nyaman dan senang menggunakan fitur tersebut untuk berhubungan dengan teman dan kolega, namun lama kelamaan menyadari bahwa komunikasi yang dilakukan dengan memanfaatkan fitur tersebut dapat diakses dan dilihat oleh orang lain. Trottier mengklaim bahwa sifat media sosial yang menyimpan bentuk-bentuk komunikasi dan informasi yang dibagikan dalam media yang dapat diakses dengan bebas oleh publik menghasilkan isu visibilitas, terkhusus mengenai informasi personal dan pembentukan impresi diri. Adanya kemungkinan informasi yang diakses oleh publik dapat dipahami di luar konteks disebut akan mengarah pada pembentukan impresi yang tidak diharapkan dan dapat menjadi sumber masalah atau konflik, sehingga menurut Trottier diperlukan perhatian khusus dalam menggunakan fasilitas-fasilitas tersebut dan berharap pengguna media sosial dapat lebih hati-hati dalam membentuk dan menjaga bentuk kehadirannya dalam ruang maya.

Sifat alami desain media sosial yang menyimpan hal-hal yang dibagikan secara publik di laman profil secara tidak langsung dapat menjadi sumber data yang dapat menggambarkan diri pemiliknya. Karena data yang dipublikasi adalah bentuk presentasi diri. Bilal, et al (2019) menjelaskan bahwa informasi-informasi yang tersedia di profil media sosial dapat digunakan sebagai dasar untuk memprediksi perilaku dan kepribadian penggunanya, baik data berupa biodata, konten yang dibagikan, konten yang disukai, jejaring sosial, daftar akun yang diikuti, dan lain sebagainya. Data yang terpublikasi di laman profil media sosial individu bebas

diakses oleh siapa saja, baik oleh sesama pengguna, penyedia layanan, maupun pihak ketiga yang ingin menggunakan data tersebut karena termasuk dalam data yang dapat bebas diakses kapan saja, siapa saja, baik dengan atau tanpa izin pemiliknya.

Ketersediaan informasi yang ada tidak hanya berdampak positif, tetapi juga menghadirkan ancaman terhadap data pribadi pengguna. Data yang telah diunggah dan disimpan oleh penyedia layanan dapat diretas oleh pihak dengan kepentingan tertentu. Salah satu contoh nyata dalam skala besar terkait hal ini adalah pencurian data 214 juta pengguna media sosial *Facebook* dan *Instagram* yang menyebabkan bocornya data nama lengkap, alamat surel dan nomor telepon yang terjadi akibat pengolahan dan penyimpanan data yang tidak aman (CNBC Indonesia, 2021). Data yang tercuri direncanakan akan dijual kembali di pasar gelap dan dapat digunakan untuk berbagai keperluan pihak yang tidak bertanggungjawab. Selain itu, dalam skala individual, ketersediaan informasi di media sosial dapat menjadi sasaran penguntitan (*stalking*) data pribadi yang dapat berakhir pada fenomena penindasan (*bullying*) baik yang dilakukan di ruang maya maupun di dunia nyata, pemerasan (*blackmail*) dan peniruan identitas (*personification*) untuk membuat impresi buruk terkait korbannya.

Data yang dikumpulkan oleh Kemp (2022) bersama *We Are Social* menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai jumlah 191 juta orang yang memiliki berbagai akun media sosial. Jumlah ini setara dengan 68.9% total populasi Negara Indonesia pada awal tahun 2022 dengan rata-rata penggunaan harian selama 3 jam 17 menit. Total keseluruhan ini didominasi oleh pengguna berusia 18-34 tahun dengan presentase 64% dari total pengguna. Hal ini menunjukkan lebih dari setengah masyarakat Indonesia merupakan pengguna

media sosial yang aktif menggunakan media sosial setiap hari. Pola penggunaan media sosial masyarakat Indonesia berdasarkan data yang dikumpulkan Kemp (2022) juga menggambarkan penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai media komunikasi, informasi, rekreasi, serta sebagai alat bantu dalam kehidupan sehari-hari maupun kehidupan profesional. Meskipun demikian, hanya 60.3% pengguna media sosial di Indonesia yang merasakan adanya risiko keamanan dan misinformasi dalam menggunakan dan media sosial. Selain itu, hanya terdapat sekitar 30% pengguna yang menyadari bahwa terdapat risiko pencurian atau kebocoran data dari penyedia layanan media sosial dan hanya terdapat 40% pengguna yang mengambil tindakan untuk mencegah dan melindungi data diri yang diunggah ke media sosial.

Hal diatas kembali menegaskan gejala yang ditemukan Trottier (2012), menggambarkan adanya akses terbuka terhadap informasi-informasi yang dibagikan ke media sosial, baik oleh penyedia layanan media sosial, organisasi pihak ketiga, maupun sesama pengguna media sosial yang memungkinkan terjadinya pengawasan (*surveillance*) terhadap data pribadi individu serta menunjukkan adanya kesenjangan kesadaran pengguna terhadap risiko tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa visibilitas sebagai konsekuensi dari perilaku membagikan informasi dapat dikendalikan melalui pengendalian privasi. Namun, terdapat keterbatasan pengguna dalam mengetahui dan mengendalikan batasan privasi informasi yang dibagikan di media sosial. Akses terbuka terhadap informasi pribadi membuka peluang individu dapat mudah dikenali dalam rangka memudahkan membangun dan menjalankan jejaring sosial (Gross & Acquisti, 2005) serta dapat menghasilkan visibilitas yang tidak diinginkan.

Bagi sebagian orang, isu-isu ini dipandang sebagai ancaman tertentu dan menyebabkan keresahan, sehingga menghasilkan kepedulian tersendiri terhadap privasi (*privacy concern*). Privasi pengguna media sosial merupakan keinginan untuk membatasi informasi dan interaksi berdasarkan tingkat atau jenis hubungan yang dimiliki pengguna dengan pihak-pihak yang kemungkinan menjadi audiens konten yang dibagikannya, secara lebih spesifik mengarah kepada regulasi pembatasan hubungan interpersonal berdasarkan persepsi relasi individu (Jeong & Kim, 2017). Kepedulian ini dapat berupa kekhawatiran informasi yang dibagikan di media sosial diakses oleh pihak-pihak tertentu seperti orang tua hingga orang tak dikenal (Jeong & Coyle, 2014). Kekhawatiran terhadap penyebaran informasi yang tersebar melalui profil dapat disebut wajar karena informasi yang terdapat dalam profil tersebut menjadi bagian dari presentasi diri pemiliknya (Attrill, 2015) dan dapat menjadi risiko keamanan.

Privasi dalam praktiknya membutuhkan fasilitas yang disediakan oleh penyedia layanan media sosial dan kesadaran pengguna untuk menggunakan fasilitas yang disediakan. Paramarta, et al (2018) menyebutkan bahwa kajian-kajian sebelumnya mengenai privasi menemukan bahwa privasi di media sosial berhubungan dengan risiko yang dihadapi pengguna, kepercayaan pengguna pada penyedia layanan, dan seberapa besar kendali yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pengguna untuk mengatur batasan privasi konten dalam layanannya. Dari sudut pandang pengguna, Gupta & Dharmi (2015) menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara kendali atas informasi pribadi dengan kepercayaan pengguna terhadap sistem keamanan *Facebook*. Adanya fasilitas seperti pembatasan audiens konten yang dibagikan memberikan persepsi keamanan bagi pengguna yang kemudian meningkatkan kepercayaan pengguna untuk menggunakan

Facebook sebagai media berbagi informasi. Selain kepercayaan terhadap layanan, tingkat kepercayaan individu terhadap audiens yang dianggap dapat mengakses informasi yang dibagikan juga disebut memengaruhi perilaku berbagi di media sosial. Flanagin & Metzger (2001, dalam Fianu, et al, 2019) menemukan bahwa tingkat kepercayaan individu terhadap lingkungan media sosialnya memediasi hubungan antara *privacy concern* dan perilaku berbagi informasi pribadi.

Penggunaan media sosial dalam membagikan informasi pribadi dengan tujuan presentasi diri pun dipengaruhi oleh hal yang sama. Adanya privasi yang dirasakan pengguna memungkinkan pengguna media sosial untuk mengekspresikan diri secara lebih terbuka, dapat menjadi media kompensasi untuk meningkatkan *self-esteem*, serta menjadi wahana untuk eksplorasi diri (Keipi, Oksanen & Räsänen, 2014). Hal tersebut dapat dicapai karena pengguna merasakan keamanan dalam berinteraksi, merasa informasi yang dibagikan hanya akan terlihat oleh pihak yang mereka izinkan untuk melihat, namun pada kenyataannya privasi pengguna tidak selamanya terjamin. Westin (1967) memaparkan bahwa ancaman terhadap privasi dapat disebabkan oleh kebocoran data, eksploitasi data oleh penyedia layanan atau pihak ketiga, atau dari pengguna lain yang dapat mengakses informasi pribadi yang dibagikan (Westin, 1967). Ancaman yang dikhawatirkan khususnya terkait dampak informasi tersebut terhadap pandangan orang lain mengenai individu.

Dari uraian diatas, berdasarkan adanya kekhawatiran terhadap penyebaran informasi yang tersebar melalui media sosial kepada pihak yang tidak diinginkan sebagai salah satu bentuk *online privacy concern*, diduga terdapat hubungan antara *online privacy concern* pengguna dan persepsi terhadap lingkungan media sosial yang menjadi audiens informasi yang dibagikan dalam memengaruhi

presentasi diri di media sosial. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin meneliti kontribusi *online privacy concern* terhadap tendensi bentuk presentasi diri yang dilakukan individu di media sosial.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat kontribusi *online privacy concern* terhadap tendensi bentuk presentasi diri di media sosial pada pengguna media sosial?

1.3. Maksud, Tujuan, dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi *online privacy concern* terhadap tendensi bentuk presentasi diri di media sosial pada pengguna media sosial.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya kontribusi *online privacy concern* terhadap tendensi bentuk presentasi diri di media sosial.

1.3.3 Manfaat Penelitian

1.3.3.1 Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini, terdapat beberapa manfaat teoritis, yaitu:

1. Memberikan kontribusi pada bidang keilmuan psikologi sosial, khususnya psikologi teknologi terkait kontribusi *online privacy concern* terhadap presentasi diri di media sosial pada pengguna media sosial.
2. Menambah wawasan ilmiah mengenai *privacy concern* sebagai salah satu faktor yang memengaruhi perilaku berbagi informasi pribadi di media sosial.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.3.3.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai seberapa mawas dan peduli pengguna media sosial terhadap privasi yang dimilikinya saat menggunakan media sosial dan bagaimana pengguna media sosial beradaptasi dengan menyesuaikan cara presentasi dirinya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Online Privacy Concern

2.1.1.1. Definsi *Privacy Concern*

Privacy jika ditranslasikan ke dalam Bahasa Indonesia disebut privasi, yang bermakna kebebasan atau keleluasaan pribadi (KBBI, 2021). Privasi sebagai sebuah konsep belum memiliki definisi yang tetap dan diakui sebagai konsensus ilmiah, namun dapat dimaknai melalui penerapan konsep privasi dari masa ke masa (Buchanan, Paine, Joinson & Reips, 2007). Konsep privasi berakar pada isu hukum di Amerika yang pertama kali mendefinisikan privasi sebagai *right to be left alone* atau hak untuk menyendiri/ditinggal sendiri/memiliki keleluasaan (Wallace, 2016). Konsep privasi ini diterapkan dalam sistem hukum Amerika untuk menindakaduan tentang informasi pribadi yang tersebar tanpa persetujuan pemiliknya, seperti foto artis yang disebar tanpa izin hingga penyadapan telepon. Privasi juga digunakan untuk menindakaduan pelanggaran batas ruang publik, misalnya menggunakan tanah pribadi tanpa izin pemilik hingga membuka suatu barang yang ditutup oleh pemiliknya. Dari penerapan konsep tersebut, didapatkan gambaran mengenai privasi sebagai sebuah konsep yang berkaitan dengan batasan antara ranah pribadi dan ranah publik, serta merupakan istilah yang dapat digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari bisnis hingga politik (Burgoon, 1982).

Altman (1975, dalam Joinson & Paine, 2012) menjelaskan bahwa privasi dalam dinamika ranah psikologi individu adalah kendali selektif individu dalam memberikan akses terhadap diri kepada orang lain. Akses yang dimaksud adalah

tingkat pembukaan diri (*self-disclosure*) yang ditunjukkan kepada orang lain dalam interaksi interpersonal. Kendali atas privasi mendukung individu untuk melakukan eksplorasi dan evaluasi diri yang akan berdampak positif pada proses perkembangan diri individu. Pembukaan dan pembatasan informasi terhadap pihak tertentu ditentukan oleh tingkat kepercayaan (*trust*) yang dimiliki individu terhadap lawan interaksinya terkait aspek diri yang akan dibuka (Joinson, Reips, Buchanan & Schofield, 2010). Interaksi dengan orang lain yang dipercaya mampu untuk menghargai privasi diri disebut memiliki empat fungsi utama menurut Westin (1967), yaitu sebagai bentuk otonomi atas diri, evaluasi diri, pelepasan emosi, dan ekspresi diri yang lebih terbuka dalam komunikasi yang dipercaya terbatas.

2.1.1.2. Online Privacy Concern

Dalam konteks komunikasi modern, utamanya dalam komunikasi menggunakan media situs jejaring sosial (*Social Networking Sites/SNS*), privasi lebih spesifik diterapkan dalam hal berkaitan penyebaran informasi pribadi (Baruh, Secinti, & Cemalcilar, 2017). Definisi privasi yang paling dianggap relevan adalah definisi menurut Nissenbaum (2009) yang memaknai privasi sebagai hak individu untuk mengatur alur penyebaran informasi pribadi dan/atau informasi tentang diri individu.

Kepedulian atau *concern* terhadap privasi di dunia maya muncul dalam persepsi pengguna mengenai adanya potensi dan resiko penyebaran informasi yang tidak diinginkan dalam media sosial dengan segala karakteristiknya, mengingat bahwa dapat dipastikan informasi tentang diri dapat tersebar melalui interaksi apapun yang dilakukan melalui media sosial dan informasi tersebut alaminya akan tersimpan dalam jaringan serta mudah diakses oleh pengguna lain mengikuti pengaturan yang disediakan penyedia layanan (Atrill, 2015), sehingga

berpotensi menyebabkan informasi pribadi tersebar tanpa izin atau diluar kendali individu.

Berdasarkan hal tersebut, *privacy concern* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan (*belief*) individu mengenai risiko dan konsekuensi negatif dari membagikan informasi secara daring (Zhou & Li, 2014). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *privacy concern* merupakan sebuah variabel yang berada di ranah sikap (*attitude*) dan langkah-langkah yang diambil untuk menindaklanjuti kepedulian tersebut disebut manajemen privasi atau *privacy management* (Baruh, Secinti, & Cemalcilar, 2017).

2.1.1.3. Dinamika Psikologis *Online Privacy Concern*

Westin (1967) memandang bahwa terdapat dorongan dari dalam diri manusia untuk mengontrol informasi pribadi yang dibagikan dalam berinteraksi guna menjalin hubungan dengan nyaman. Lebih lanjut, menurut Rachels (1975), kesediaan untuk membagikan informasi beragam menyesuaikan jenis hubungan yang dijalin dengan lawan interaksi. Berdasarkan hal tersebut, tergambar bahwa terdapat proses regulasi pembagian informasi pribadi berdasarkan kedekatan sosial antara individu dengan lawan interaksinya. Jika dikembalikan pada definisi privasi itu sendiri, maka terdapat proses penilaian subjektif dalam menentukan informasi jenis apa yang dapat disebar ke audiens tertentu berdasarkan perasaan nyaman atau tidaknya individu membagikan informasi tersebut kepada audiens tertentu. Berdasarkan hal tersebut, yang menjadi objek dari *online privacy concern* dalam hal ini adalah risiko tersebarnya informasi pribadi tertentu kepada audiens yang tidak diinginkan.

Menurut Rachels (1975) hal ini menunjukkan bahwa terdapat dua konsep utama yang berperan dalam manajemen privasi, yaitu kontrol atas informasi dan

aksesibilitas informasi yang dibagikan. Kontrol atas informasi didefinisikan sebagai tingkatan kemampuan individu dalam membatasi penyebaran informasi, sedangkan aksesibilitas informasi merupakan tingkatan sejauh mana informasi yang telah dibagikan dapat diakses oleh orang lain. Dua konsep ini berdiri di dua ujung proses komunikasi. Kontrol atas informasi terletak di sisi komunikator sedangkan aksesibilitas berdasar di sisi komunikan. Kontrol atas informasi akan membatasi aksesibilitas, sehingga proses manajemen privasi berpusat pada kontrol atas informasi untuk mengatur aksesibilitas informasi yang dibagikan.

Kontrol atas informasi yang dibagikan merupakan hal yang berada dalam kendali individu yang menyusun profilnya di media sosial. Terdapat keleluasaan bagi individu untuk mengatur aksesibilitas konten yang dibagikan sesuai dengan pengaturan yang disediakan oleh penyedia layanan. Pembatasan terhadap aksesibilitas konten memengaruhi visibilitas konten tersebut. Visibilitas konten merupakan tingkatan sejauh mana informasi yang dibagikan dapat dilihat oleh orang lain. Berbeda dari aksesibilitas, konten tetap dapat terlihat walaupun konten tersebut tidak dapat diakses secara langsung. Hal ini dapat dilakukan melalui akses secara tidak langsung, baik melalui orang lain yang memiliki akses maupun melalui penyedia layanan media sosial. Hal ini memungkinkan terjadinya akses yang sama sekali tidak diketahui oleh pemilik informasi dan merupakan ancaman yang lebih besar karena tidak selalu dapat dikendalikan oleh pengguna (Fox & Moreland, 2015). Hal ini biasanya terjadi secara tidak disadari, misalnya saat individu menyukai suatu konten dan penyedia layanan memungkinkan orang lain untuk melihat siapa saja yang menyukai konten tersebut atau menunjukkan konten-konten yang disukai dalam laman profil pengguna.

2.1.2. Self-Presentation

2.1.2.1. Definisi Self-Presentation

Self-presentation atau presentasi diri dalam Bahasa Indonesia adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh individu untuk membentuk impresi diri yang dipersepsikan oleh orang lain melalui pesan verbal dan non-verbal (Goffman, 1959). Kramer & Haferkamp (2011) menyebutkan bahwa presentasi diri merupakan perilaku-perilaku yang dilakukan individu dengan tujuan untuk memengaruhi persepsi orang-orang yang berada di sekitar individu sehingga membentuk impresi tertentu yang diinginkan. Myers (2001) lebih lanjut menyebutkan bahwa dalam melakukan presentasi diri, individu berupaya untuk menunjukkan sesuatu yang disukai oleh lawan interaksinya agar membentuk impresi yang positif. Hal ini didukung oleh pandangan Worchel, Cooper, Goethals & Olson (2000) yang menyebutkan bahwa dalam melakukan presentasi diri, individu menyesuaikan perilakunya sesuai kondisi dan keadaan terkini di lingkungannya. Berdasarkan uraian diatas, disimpulkan bahwa presentasi diri merupakan perilaku-perilaku yang dilakukan individu yang bertujuan untuk mengkonstruksi gambaran tertentu tentang diri dalam persepsi orang lain di sekitarnya melalui perilaku verbal maupun non-verbal.

2.1.2.2. Online Self-Presentation

Online self-presentation atau presentasi diri yang dilakukan melalui internet, khususnya media sosial merupakan penerapan konsep presentasi diri dalam membentuk impresi menggunakan media sosial. Attrill (2015) memaparkan bahwa perilaku presentasi diri menggunakan media sosial tak ubahnya seperti presentasi diri yang dilakukan secara langsung, sehingga konsep-konsep presentasi diri yang sudah ada sebelumnya dapat digunakan untuk memahami perilaku presentasi diri

di media sosial, namun dengan memperhatikan karakteristik khusus media sosial dalam terjalinnya komunikasi daring. Komunikasi yang hanya bisa dilakukan secara verbal, khususnya melalui tulisan dan pesan multimedia yang dapat dibuat sedemikian rupa (Krämer & Haferkamp, 2011).

Attrill (2015) menitikberatkan implikasi karakteristik ini pada informasi-informasi yang dibagikan ada dalam kendali penuh pengguna media sosial. Presentasi diri yang dilakukan melalui media tulisan dan pesan multimedia memungkinkan pengguna menyusun identitas baru yang dapat disusun sesuai keinginan. Hal ini memberikan kemampuan pada pengguna untuk menggunakan berbagai strategi untuk mendapatkan perhatian dan impresi yang diinginkan. Tidak adanya komunikasi non-verbal, seperti gestur dan tampilan fisik secara langsung memungkinkan informasi yang dibagikan tidak sesuai dengan kenyataan agar mencapai hasil yang diinginkan (Krämer & Haferkamp, 2011)..

Michikyan, Dennis, dan Subrahman (2014) menemukan bahwa presentasi diri di media sosial dilakukan melalui beberapa strategi dan cara-cara tertentu, yaitu sebagai berikut:

1. Presentasi diri sebenarnya (*real self*) adalah cara presentasi diri di media sosial yang menunjukkan diri sesuai dengan kenyataan dan keadaan diri secara autentik.
2. Presentasi diri ideal (*ideal self*) adalah cara presentasi diri di media sosial dengan menunjukkan gambaran diri yang dianggap ideal oleh pengguna, sehingga sosok yang terlihat dalam presentasi dirinya adalah kondisi diri yang diinginkan oleh individu.
3. Presentasi diri palsu (*false self*) adalah cara presentasi diri melalui media sosial yang menunjukkan diri yang tidak sesuai dengan diri yang ditunjukkan

dalam interaksi tatap muka. Hal ini dapat dikategorikan menjadi tiga strategi, yaitu:

- a. Penipuan (*deception*) adalah presentasi diri dengan menunjukkan diri yang berbeda melalui manipulasi informasi yang dibagikan, misalnya dengan membentuk identitas baru.
- b. Eksplorasi (*exploration*) adalah presentasi diri dengan menunjukkan diri yang tidak dapat diekspresikan di dunia nyata. Hal ini bermakna sosok yang ditunjukkan merupakan bagian dari diri yang tidak nampak, namun tetap merupakan bagian dari diri individu.
- c. Perbandingan dan Impresi (*compare/impress*) adalah presentasi diri dengan menunjukkan gambaran diri yang dianggap baik berdasarkan standar yang tertentu agar orang yang melihat terkesan dan mendapatkan respon positif.

2.1.2.3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Self-Presentation*

Leary & Kowalski (1990) memaparkan bahwa terdapat lima variabel yang dapat memengaruhi proses konstruksi impresi individu, yaitu sebagai berikut:

1. *Self-concept*

Konsep diri individu dianggap sebagai acuan utama individu dalam mempresentasikan diri. Individu ingin dipersepsikan oleh orang lain sebagaimana individu tersebut mempersepsi dirinya sendiri. Hal ini yang dianggap sebagai motivasi utama individu melakukan presentasi diri. Lebih lanjut, hal yang dipresentasikan di hadapan orang lain merupakan cerminan dari konsep diri individu, walaupun hal yang ditunjukkan tidak linear dengan kondisi nyata.

Presentasi diri yang ditunjukkan dapat berupa refleksi dari gambaran ideal tentang diri individu.

2. *Desirability*

Individu dapat memilih gambaran seperti apa yang ingin dibentuk tentang dirinya, sehingga menjadi wajar jika individu akan memilih untuk membentuk gambaran yang dianggap lebih baik menurut pandangan pribadi. Dalam mempresentasikan diri, individu akan mengafirmasi pandangan-pandangan yang mendekati gambaran yang disukai dan akan menolak pandangan yang tidak sesuai dengan gambaran tersebut. Di saat yang sama, individu juga berusaha untuk konsisten dalam berperilaku agar gambaran yang diinginkan tersebut dapat tercapai.

3. *Role Constraint*

Individu memiliki peran-peran tertentu dalam masing-masing sistem sosialnya dan bersamaan dengan itu ada ekspektasi dan norma terkait peran tersebut. Presentasi diri individu akan selalu menyesuaikan dengan peran yang dimiliki karena persepsi orang lain tentang diri individu akan selalu terikat dengan peran yang dimilikinya. Maka dari itu, dalam mempresentasikan diri, selain menyesuaikan dengan konsep diri dan gambaran yang diinginkan, individu juga akan memilih untuk menunjukkan perilaku yang konsisten dengan peran sosial yang sedang dijalankan dalam sistem sosial yang sedang dihadapinya. Konformitas terhadap norma dan ekspektasi sistem sosial dianggap menjadi hal pertama yang menentukan individu dapat diterima dengan baik dalam sistem sosial atau tidak, sehingga hal ini membatasi keleluasaan individu dalam memilih perilaku yang menjadi presentasi dirinya.

4. *Target Value*

Penyesuaian presentasi diri yang dilakukan individu juga dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dimiliki oleh orang yang akan menjadi lawan interaksi. Individu disebut bersedia untuk melakukan perilaku yang dianggap buruk secara pribadi jika lawan interaksinya menganggap perilaku tersebut merupakan sesuatu yang baik. Dalam mempresentasikan diri menyesuaikan dengan nilai orang lain, individu disebut akan memilih untuk tidak menyampaikan informasi pribadi yang tidak sesuai dengan nilai orang lain dibandingkan berbohong. Hal ini juga didorong oleh keinginan individu untuk tetap konsisten dengan konsep diri, tetapi di saat bersamaan perlu untuk menyesuaikan agar dapat diterima dengan baik. Hal ini berlaku sebaliknya, jika individu ingin ditolak oleh orang atau kelompok tertentu, individu akan secara sadar untuk mempresentasikan dirinya agar tidak sesuai dengan nilai-nilai tersebut.

5. *Current or Potential Social Image/Metaperception*

Persepsi individu tentang persepsi orang lain memandang dirinya memengaruhi presentasi diri individu karena dorongan untuk membentuk gambaran diri yang konsisten. Individu akan lebih cenderung untuk mempresentasikan diri sesuai dengan pandangannya mengenai informasi tentang dirinya yang dianggap telah diketahui oleh lawan interaksinya. Hal-hal terkait prestasi, keberhasilan, kegagalan, dan kesalahan yang dianggap menjadi pengetahuan umum merupakan contoh hal-hal yang akan memengaruhi pilihan perilaku individu saat mempresentasikan dirinya di hadapan orang lain. Saat individu merasa pandangan orang lain sedang buruk, individu secara sadar akan mencari cara memperbaiki hal tersebut dengan menunjukkan kelebihannya dalam suatu hal yang dianggap dapat membuatnya dapat diterima kembali.

2.1.2.4. Dinamika Psikologis *Self-Presentation*

Presentasi diri menurut Goffman (1959) dianalogikan sebagai penampilan teater. Individu berperan sebagai aktor dan lingkungannya merupakan panggung dan penonton teater. Saat berada di atas panggung, individu akan menampilkan diri sesuai dengan peran dalam penampilan yang dimainkan dan kembali menjadi dirinya sendiri setelah kembali ke belakang panggung (*back stage*). Saat memasuki belakang panggung, aktor tidak perlu menjalankan peran lagi, tetapi masih berada diantara sesama aktor dan hanya akan kembali menjadi dirinya sendiri sepenuhnya setelah meninggalkan panggung (*off stage*).

Goffman mengibaratkan lingkungan sosial sebagai penonton teater yang memiliki ekspektasi dan preferensi tertentu terhadap perilaku individu sebagai seorang aktor, maka dari itu aktor perlu untuk menampilkan dirinya dengan cara tertentu agar penonton memiliki pandangan yang diinginkan terhadap dirinya. Hal ini menyebabkan presentasi diri yang dilakukan juga berubah mengikuti audiens yang menjadi penontonnya. Belakang panggung merupakan analogi yang digunakan Goffman untuk menggambarkan lingkungan terdekat/*significant others* dari *individu*, seperti keluarga dan teman dekat. Goffman berpendapat bahwa dalam lingkungan ini individu lebih dapat leluasa dalam mempresentasikan diri karena orang-orang yang berada di sekitarnya adalah orang-orang yang mengenali individu dengan lebih dekat dan intim. Individu dalam lingkungan ini diasumsikan telah mengenali bagian dari diri asli (*real self*) individu sehingga lebih dapat menerima individu.

Terakhir, Goffman menggunakan istilah *off stage* untuk menganalogikan ruang tempat individu hanya sendiri, meninggalkan lingkungan sosial apapun. Dalam ruang ini individu dapat menjadi diri sendiri sepenuhnya. Menurut Goffman, ruang

ini hanya dapat diisi oleh diri sendiri, sehingga yang dimaksud dengan *offstage* biasanya merupakan ruang pribadi seperti kamar atau saat individu sedang sendirian. Goffman (1959) pada dasarnya memandang bahwa presentasi diri hanya dilakukan di ruang publik karena tujuan dari perilaku ini adalah membentuk impresi.

2.2. Hubungan antara *Online Privacy Concern* dan *Online Self-Presentation*

Presentasi diri yang dilakukan oleh seseorang dapat berbeda di hadapan masing-masing sistem sosialnya. Presentasi diri tersebut disesuaikan terhadap peran, norma, dan pandangan yang dimiliki orang dalam sistem sosial tersebut terhadap individu (Leary & Kowalski, 1990) sebagai bentuk adaptasi diri. Pembagian informasi tentang diri juga dipengaruhi oleh *trust* yang dimiliki individu terhadap lawan interaksinya dalam konteks yang sedang dihadapi (Joinson, Reips, Buchanan & Schofield, 2010), sehingga ada informasi-informasi yang secara sengaja tidak diungkap dalam satu sistem sosial namun diungkapkan di sistem sosial lainnya. Hal tersebut menjadi bagian dari ranah privasi individu dan seharusnya pengungkapan informasi tersebut menjadi bagian dari hak privasi individu.

Individu juga dinilai memiliki tujuan yang berbeda dalam menggunakan media sosial tertentu, sehingga bentuk presentasi diri yang dibuat juga akan disesuaikan dengan tujuan tersebut. Penelitian Vasalou & Joinson (2009) menunjukkan bahwa individu akan memilih *avatar* yang terlihat atraktif saat membuat profil yang akan digunakan untuk mencari pasangan dan memilih *avatar* yang terlihat intelektual dalam membuat profil yang akan digunakan untuk bermain permainan yang

dimainkan bersama secara *online*. Penelitian ini menunjukkan bahwa individu secara sadar akan memilih sebagian dari dirinya untuk ditunjukkan dalam situasi tertentu di media sosial. Hal ini juga menunjukkan dinamika pengaruh *target value* dan *role constraint* terhadap presentasi diri (Leary & Kowalski, 1990).

Privasi menjadi penting dalam hal ini untuk membatasi informasi yang dibagikan dalam media sosial agar tetap dapat memiliki impresi yang diinginkan, sehingga menggambarkan adanya kebutuhan untuk menjaga keterbatasan informasi dalam konteks yang spesifik, mengikuti karakteristik presentasi diri yang pada dasarnya bersifat kontekstual. Penelitian Davidson & Joinson (2021) menemukan bahwa untuk menjaga batasan antar media sosial, individu membuat lebih dari satu akun untuk kebutuhan berbeda yang bertujuan untuk memisahkan diri yang ditunjukkan dalam konteks profesional dan diri yang lebih personal untuk ditunjukkan dalam lingkaran sosial pribadi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa individu mempertimbangkan dampak perilaku dan informasi yang dibagikan di media sosial terhadap impresi yang akan terbentuk tentang dirinya.

Penelitian Keipi, Oksanen & Räsänen (2014) menemukan bahwa pengguna media sosial yang tidak ingin teridentifikasi oleh orang lain menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri secara lebih terbuka. Pengguna dengan karakteristik tersebut menggunakan akun anonim dengan identitas palsu untuk menghindari dampak ekspresi diri yang dilakukannya di media sosial terhadap reputasi yang dimilikinya di dunia nyata. Anonimitas sebagai kondisi yang dicapai melalui manajemen privasi yang saksama menjadikan temuan penelitian ini menggambarkan bahwa privasi di media sosial dalam hal ini dimanfaatkan untuk melindungi impresi yang telah terbangun di lingkungan sosialnya di dunia nyata, sehingga dalam kasus ini privasi yang dimiliki memungkinkan individu untuk

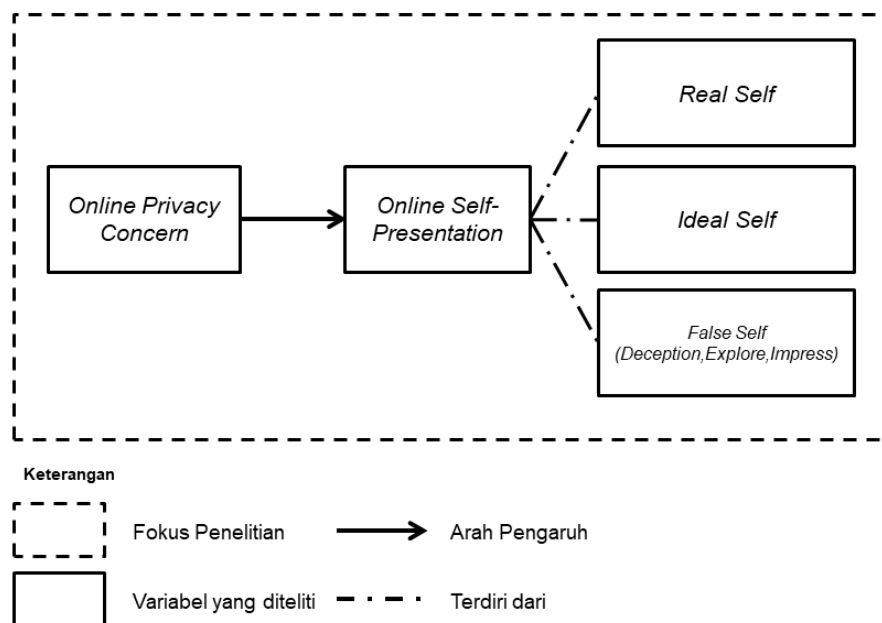
menunjukkan dirinya yang sebenarnya ataupun menunjukkan sisi lain yang tidak biasanya ditunjukkan pada lingkungan sosial yang menjadi lingkungan utamanya.

Namun pada kenyataannya, informasi yang dibagikan di media sosial memiliki tingkat aksesibilitas dan visibilitas yang berbeda-beda. Hal tersebut mengikuti layanan privasi yang disediakan oleh layanan tersebut serta kemampuan pengguna untuk memanfaatkan layanan yang disediakan untuk menjaga privasi informasi pribadinya di media sosial. Meski demikian, risiko terbawanya informasi pribadi yang menjadi privasi ke ranah publik akibat isu privasi tentu menjadi ancaman tersendiri. Ancaman ini dapat disebabkan oleh kebocoran data, eksploitasi data baik dari penyedia layanan atau pihak ketiga dan bahkan dari 'teman' yang dimiliki di media sosial yang dapat mengakses informasi pribadi yang dibagikan (Westin, 1967). Ancaman yang dikhawatirkan khususnya terkait dampak informasi tersebut terhadap pandangan orang lain mengenai individu.

Online Privacy Concern muncul tidak hanya karena disebabkan ancaman teknis seperti pencurian data, namun juga disebabkan oleh adanya kemungkinan data yang diakses dapat tersebar dan menjadi gosip dan rumor yang dapat mencelakai pemilik akun, baik secara psikologis maupun fisik (Debatin et al, 2009). Informasi yang tersebar tersebut akan mempengaruhi pandangan orang lain terhadap diri individu dan akan berpotensi membentuk gambaran yang inkonsisten dengan presentasi diri yang telah ditunjukkan sebelumnya. Hal ini merugikan individu karena reputasi yang dimiliki rusak dan hal ini dapat menyebabkan individu dikucilkan, dsb. Maka dari itu, berdasarkan bahwa adanya kontribusi privasi terhadap keleluasaan individu dalam mengekspresikan diri, adanya ancaman dan risiko terhadap privasi yang dirasakan diasumsikan dapat memengaruhi strategi presentasi diri yang dilakukan, sehingga menarik untuk ditelaah lebih lanjut

mengenai pengaruh sikap dan persepsi individu terhadap kondisi privasi yang dimiliki, yang termasuk dalam variabel *online privacy concern* terhadap bentuk presentasi dirinya di media sosial.

2.3. Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual di atas menggambarkan hubungan antarvariabel yang akan diteliti dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya kontribusi *online privacy concern* terhadap cara *online self-presentation* yang digunakan oleh pengguna media sosial. Tingkat *online privacy concern* dilihat melalui pengukuran terhadap *privacy concern* dan visibilitas informasi yang dibagikan di media sosial, sedangkan strategi *online self-presentation* menurut Michikyan, Dennis, dan Subrahman (2015) terdiri dari tiga jenis strategi, yaitu *real*, *ideal*, dan *fake self*.

2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah terdapat kontribusi *online privacy concern* terhadap presentasi diri di media sosial pada pengguna media sosial.