

ABSTRACT

This research is entitled "Management of Communication Privacy of Users of Instagram's Second Account in Using the Close Friend Feature". The use of a second Instagram account among college students is a unique phenomenon to study, especially in the current information technology era. Thus, this study aims to find out how communication privacy management is carried out by users of the second Instagram account when using the close friends feature in accordance with the five theoretical assumptions used in this study, namely the Communication Privacy Management theory, namely personal information, personal boundaries, control and ownership, rule-based management systems, and management dialectics. This research is a qualitative research with a phenomenological study approach with data collection techniques carried out by in-depth interviews with 8 informants and strengthened by literature and documentation. Based on the results of the study it was found that this personal information emphasizes individual judgments about sharing personal information based on their privacy boundaries. Private boundaries in the results of this study find differences between public and private information and emphasize the role of personal and collective boundaries in privacy management. Control and ownership The results of this study indicate that individuals perceive themselves as the owners of their personal information. The rule-based management system in this study reveals motivation and behavior in managing information and privacy on social media platforms. These results mention the practice of filtering personal information to determine what to share on social media platforms. The management dialectic in this study shows the importance of managing information and privacy effectively on social media platforms, in line with the tendency not to share and filter personal data excessively. The informant stressed the need for individuals to carefully select and categorize content, ensuring it is shared appropriately based on the principles of Communication Privacy Management (CPM) theory. This finding supports previous research showing their awareness of privacy issues and the practice of filtering personal information before sharing it on social media platforms.

Keywords: *Communication Privacy Management, Instagram Second Account, Close Friends*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna *Second Account* Instagram dalam Menggunakan Fitur *Close Friend*”. Penggunaan *second account* Instagram di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang unik untuk diteliti terutama pada era teknologi informasi yang ada seperti saat ini. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen privasi komunikasi yang dilakukan pengguna *second account* Instagram ketika menggunakan fitur *close friend* menurut lima asumsi dari teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Communication Privacy Management* yaitu informasi privat, batasan privat, kontrol dan kepemilikan, sistem manajemen berdasarkan aturan, dan dialektika manajemen. Penelitian ini merupakan penelitian pendekatan kualitatif studi fenomenologi dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap 8 orang informan serta diperkuat dengan studi pustaka dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa informasi privat ini menekankan penilaian individu tentang berbagi informasi pribadi berdasarkan batasan privasi mereka. Batasan privat pada hasil penelitian ini didapatkan perbedaan antara informasi publik dan pribadi dan menekankan peran batasan pribadi dan kolektif dalam manajemen privasi. Kontrol dan kepemilikan pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa individu menganggap diri mereka sebagai pemilik informasi pribadi mereka. Sistem manajemen berdasarkan aturan pada penelitian ini mengungkapkan motivasi dan perilaku dalam mengelola informasi dan privasi di platform media sosial. Hasil ini menyebutkan praktik penyaringan informasi pribadi untuk menentukan apa yang akan dibagikan di platform media sosial. Dialektika manajemen pada hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya mengelola informasi dan privasi secara efektif di platform media sosial, sejalan dengan tren untuk tidak membagikan dan memfilter data pribadi secara berlebihan. Informan menekankan perlunya individu untuk memilih dan mengkategorikan konten dengan hati-hati, memastikannya dibagikan dengan tepat berdasarkan prinsip-prinsip teori *Communication Privacy Management* (CPM). Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan kesadaran mereka akan masalah privasi dan praktik menyaring informasi pribadi sebelum membagikannya di platform media sosial.

Kata Kunci : Manajemen Privasi Komunikasi, *Second Account* Instagram, *Close Friend*

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan “Manajemén Privasi Komunikasi Pamaké Akun Kadua Instagram dina Ngagunakeun Fitur Rakan Deukeut”. Pamakéan akun Instagram kadua di kalangan mahasiswa mangrupikeun fenomena unik pikeun diajar, khususna dina jaman téknologi inpormasi ayeuna. Ku kituna, ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho kumaha manajemen privasi komunikasi dilaksanakeun ku pamaké akun Instagram kadua nalika ngagunakeun fitur babaturan deukeut luyu jeung lima anggapan téoritis anu digunakeun dina ieu panalungtikan, nya éta tiori Komunikasi Privacy Management, nya éta pribadi. inpormasi. , wates pribadi, kontrol jeung kapamilikan. , sistem manajemen dumasar aturan, jeung dialektika manajemén. Ieu panalungtikan mangrupa panalungtikan kualitatif kalawan pendekatan studi fénoménologis kalawan téhnik ngumpulkeun data dilaksanakeun ngaliwatan wawancara mendalam ka 8 informan sarta dikuatkeun ku pustaka jeung dokuméntasi. Dumasar kana hasil ulikan ieu, kapanggih yén informasi pribadi ieu nekenkeun judgments individu ngeunaan babagi informasi pribadi dumasar kana wates privasi maranéhanana. Wates swasta dina hasil ulikan ieu manggihan béda antara informasi umum jeung swasta sarta nekenkeun peran wates pribadi jeung koléktif dina manajemen privasi. Kontrol jeung kapamilikan Hasil ulikan ieu nunjukkeun yén individu ngarasa dirina salaku nu boga informasi pribadi maranéhanana. Sistem manajemen dumasar aturan dina ulikan ieu ngungkabkeun motivasi sareng paripolah dina ngatur inpormasi sareng privasi dina platform média sosial. Hasil ieu nyauran prakték nyaring inpormasi pribadi pikeun nangtukeun naon anu bakal dibagikeun dina platform média sosial. Dialektika manajemén dina ulikan ieu nunjukkeun pentingna ngatur inpormasi sareng privasi sacara efektif dina platform média sosial, saluyu sareng kacenderungan henteu ngabagi sareng nyaring data pribadi sacara kaleuleuwihan. Informan negeskeun kabutuhan individu pikeun milih sareng ngagolongkeun eusi sacara saksama, mastikeun yén éta dibagi leres dumasar kana prinsip téori Komunikasi Privasi Manajemén (CPM). Papanggihan ieu ngadukung panalungtikan saméméhna anu nunjukkeun kasadaran masalah privasi sareng prakték nyaring inpormasi pribadi sateuacan ngabagikeunana dina platform média sosial.

Konci: Manajemén Privasi Komunikasi, Akun Instagram Kadua, Babaturan Deukeut