

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memberikan perubahan pada cara manusia berinteraksi dan mencari informasi. Internet sebagai salah satu dari perkembangan teknologi komunikasi media baru, dengan menghadirkan ruang digital yang menciptakan ruang kultural. Sampai saat ini penggunaan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022, ditemukan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 210,03 juta jiwa dari penduduk Indonesia yang berjumlah 272.682.600 jiwa, yang artinya sekitar 77,02% dari penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Dari 210,03 juta pengguna internet ditemukan sebanyak 89,15% atau sekitar 187 juta menggunakan internet untuk mengakses media sosial.

Dari hasil persentase diatas, membuktikan bahwa masyarakat kini cenderung menggunakan internet sebagai sarana berkomunikasi dan berinteraksi, yang dibuktikan dari tingginya angka penggunaan internet yang mengakses media sosial. Media sosial di desain sebagai sebuah media komunikasi baru, yang dapat digunakan dalam banyak hal, diantaranya sebagai media yang memudahkan para penggunanya untuk saling berinteraksi secara langsung dalam sistem, tanpa adanya batasan wilayah dan waktu. Interaksi yang terjadi pada media sosial membentuk ruang para penggunanya untuk saling berbagi, bercerita, dan

menyalurkan ide-ide (Krisnawati, 2017). Kebebasan berinteraksi yang diberikan media sosial kepada penggunanya membuat pengguna menjadi terbuka untuk melakukan pengungkapan diri, seperti dalam jurnal Dianiaya (2021) mengatakan bahwa pengungkapan tidak hanya dilakukan pada interaksi sosial sehari-hari, melainkan dapat terjadi secara online, melalui perantara media sosial, seperti Instagram.

Instagram menjadi salah satu media sosial populer pada kalangan pengguna internet di Indonesia. Menurut hasil survei Populix tahun 2022 dilansir dari cncindonesia.com, Instagram menjadi aplikasi media sosial urutan kedua setelah Youtube yang paling banyak digunakan di Indonesia. Instagram menjadi salah satu media sosial yang memberikan ruang kepada para penggunanya untuk dapat bebas mengekspresikan diri melalui foto maupun video. Instagram menyediakan beberapa fitur, seperti fitur *feeds* instagram yang fungsinya dapat mengunggah foto maupun video di halaman profil pemilik akun tanpa ada jangka waktu untuk melihatnya, lalu ada fitur *stories* yang dapat mengunggah foto, video, teks dengan durasi satu menit yang dapat dilihat dengan jangka waktu 24 jam.

Instagram tidak hanya memberikan wadah untuk berekspresi, tetapi juga sebagai tempat berinteraksi dengan pengguna instagram lainnya, yang didukung dengan beberapa fitur seperti *Following* yang berisi daftar akun pengguna yang diikuti pemilik akun, lalu *Followers* yang berisi daftar pengikut pemilik akun. Selanjutnya terdapat tanda *love*/tombol *like* yang dapat diberikan kepada postingan yang disukai, dan terdapat fitur pemberi pesan yang dapat saling membalas dan dapat dilihat oleh pengguna lain yang terdapat pada kolom

komentar atau pesan yang bersifat rahasia yang isinya hanya dapat diketahui oleh pengirim pesan dan penerima pesan yang dikirim menggunakan fitur *Direct Message* (DM).

Kepopuleran *platform* instagram didukung atas kemudahan akses dalam berbagi dan berinteraksi, serta berbagai fitur yang menarik seperti yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, hal tersebut memunculkan sebuah fenomena baru, yaitu selebgram. Selebgram merupakan sebutan kepada seseorang yang populer di Instagram. Tingkat kepopuleran selebgram tergantung dari jumlah *followers* yang dimiliki, komentar, serta like pada setiap postingan yang dibagikan di instagram. Semakin tinggi jumlah tersebut dapat semakin menjadi sorotan oleh para pengguna instagram, bahkan hingga para media massa pun turut ikut menyoroti.

Kemunculan dari fenomena selebgram memperlihatkan bahwa dengan melakukan keterbukaan diri pada berbagai fitur yang disediakan dan tidak menutup informasi yang dibagikan pada akunnya, orang akan mendapatkan sebuah kepopuleran. Seperti dengan aktif membagikan postingan perpaduan pakaian dan aksesoris yang keren, modis, dan modern menggunakan hijab atau membagikan pakaian yang sedang dikenakan pada hari itu yang disebut sebagai OOTD (Outfit of The Day) akan menarik banyak orang menyukainya dan dapat terkenal sebagai seorang Influencer hijab. Kini dari perkembangan akan busana hijab seorang yang menggunakan hijab tidak hanya dinilai sebagai seorang yang Islami, tetapi dapat dinilai sebagai seorang yang stylish dan modern (Novitasari, 2014). Namun alih-alih melakukan keterbukaan diri untuk dapat populer pada

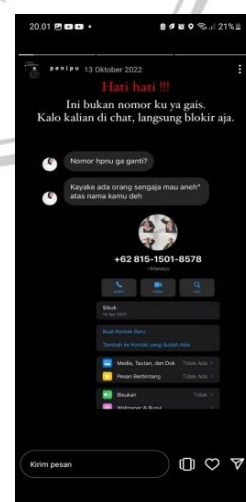
instagram, hal tersebut malah dapat membuat ranah privasi menjadi lemah dan dapat memunculkan berbagai bentuk kejahatan online, salah satunya adalah *cyberstalking*.

Cyberstalking adalah sebuah kegiatan menguntit yang dilakukan seseorang karena terobsesi, sehingga ingin memperoleh informasi pribadi tentang orang tersebut. Dalam penelitian Oktavany (2021) mengatakan bahwa seorang pelaku *cyberstalking* atau disebut *cyberstalker* salah satunya mengincar seorang perempuan. Kegiatan dari *cyberstalking* juga dapat menyebabkan tuduhan palsu, ancaman, *spamming* berlebihan, pencurian identitas hingga pelecehan seksual (Oktavany, 2021).

Kejahatan tersebut pernah dialami oleh selebgram fashion hijab Malang. Kasus tersebut bermula dari *cyberstalking* yang dilakukan pelaku hingga terjadi sebuah pelecehan seksual. Kasus itu terjadi pada tahun 2021 dan cukup ramai diperbincangkan pada portal berita dan media sosial lainnya, yaitu kasus fetish mukenah Malang. Fetish adalah sebuah ketertarikan seksual terhadap benda mati atau bagian tubuh yang biasanya tidak bersifat seksual. Dilansir dari kompas.com kasus fetish mukenah ini bermula dari tawaran endorse mukenah salah satu online shop GM yang berada di Malang. Para korban yang diajak kerjasama dihubungi terlebih dahulu oleh seorang pria yang mengaku perempuan berinisial R sebagai pemilik GM. Terdapat korban yang mengaku sebelumnya sering mendapatkan komentar pujian pada setiap postingan yang dibagikan korban di instagram, sebelum akhirnya diajak bekerjasama. Namun, foto model yang bekerjasama tersebut malah dipergunakan oleh pelaku tanpa seizin korban untuk diunggah

pada akun fetish mukenah. Dari kejadian tersebut terlihat bahwa keterbukaan diri di instagram dapat membentuk terjadinya *cyberstalking* yang dapat menyebabkan sebuah pelecehan seksual. Hal tersebut juga memperlihatkan dengan penggunaan media sosial instagram mengakibatkan ranah privasi seseorang terganggu.

Fenomena lain yang mengganggu akan privasi yang peneliti temukan pada observasi awal kepada Influencer hijab Malang adalah adanya pencurian identitas dan penyalahgunaan identitas. Peneliti menemukan hal tersebut dari highlight instagram para Influencer hijab Malang. Postingan dan informasi mengenai dirinya yang dibagikan pada instagram malah dipergunakan oleh pelaku kejahatan untuk melakukan penipuan dengan mengatas namakan mereka dan bahkan ada juga yang mencuri postingan dengan berpura-pura sebagai dirinya, kegiatan tersebut dikenal sebagai sebuah kegiatan *catfishing*. Dimana pelaku membuat sebuah identitas palsu dengan menggunakan informasi orang lain. Penelitian yang pernah dilakukan Ardiyanti (2018) menyatakan bahwa swafoto yang dilakukan di instagram memang dapat memunculkan kekhawatiran terkait identitas pengguna, baik meliputi ranah privasi, identitas, keamanan hingga pengawasan.



Dari fenomena tersebut memperlihatkan bahwa dengan melakukan pengungkapan diri di instagram bisa mendapatkan pengikut yang banyak, sehingga bisa meraih kepopuleran di Instagram. Namun, ada dampak buruk yang perlu dihadapi yaitu muncul berbagai bentuk kejahatan yang dapat mengganggu privasi seseorang, seperti berbagai kejahatan privasi yang dialami oleh Influencer hijab Malang yang mengganggu akan privasi mereka. Privasi merupakan suatu hal penting yang dimiliki oleh setiap orang agar merasa terpisah dari orang lain. Sehingga pada saat melakukan keterbukaan perlu adanya upaya untuk menimbang tuntutan situasi, dengan mempertimbangkan akan kebutuhan diri sendiri dan orang lain (West & Turner, 2008:253). Penelitian ini pun ingin mengetahui lebih dalam bagaimana pengelolaan privasi yang dilakukan Influencer hijab Malang pada akun media sosial instagram mereka dengan menggunakan konsep teori Communication Privacy Management (CPM) dari Sandra Petronio. Teori tersebut menjelaskan mengenai proses keputusan individu untuk mengungkapkan dan menutup informasi pribadi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dapat digunakan dalam bermedia sosial.

Berdasarkan dengan uraian diatas, peneliti akhirnya mengangkat judul **“Manajemen Privasi Influencer Hijab Malang Di Media Sosial Instagram.”** Judul tersebut menjadi fenomena yang menarik untuk dikulik dan diketahui bagaimana pengelolaan privasi selebgram fashion hijab Malang di tengah kemajuan teknologi yang membuat kaburnya batasan privasi seseorang di media sosial dan maraknya berbagai bentuk kejahatan yang terjadi di media sosial, tak terkecuali instagram. Adapun pengalaman yang ditemukan oleh peneliti kepada selebgram fashion hijab Malang, dimana adanya pengalaman berupa

cyberstalking, pencurian identitas, hingga pemalsuan identitas yang dialami di instagram. Sehingga pengelolaan privasi perlu dilakukan agar tercipta suatu batasan antara diri sendiri dengan individu lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengelolaan privasi influencer hijab Malang pada media sosial *Instagram*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengarah kepada harapan dari hasil yang ingin dicapai dari penelitian untuk mendapatkan solusi atau jawaban atas masalah yang akan diteliti. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti merumuskan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana influencer hijab Malang melakukan pengelolaan informasi-informasi privasinya di media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambah dan memperkaya informasi bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang Cyber dan New Media.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan kajian komunikasi, khususnya manajemen privasi dalam media sosial yang nantinya akan dijadikan referensi dan masukan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman bagi subjek penelitian mengenai gambaran diri mereka di Instagram.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pihak-pihak lain dalam melakukan pengelolaan mengenai informasi pribadi di Instagram

