



FENOMENA MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI GENERASI Z ATAS KERESAHAN USER APLIKASI TINDER

Hilda Trianutami¹⁾, Ellya Pratiwi²⁾,

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

email: hilda.trianutami19@mhs.uinjkt.ac.id

ABSTRACT

Technological advancements have greatly impacted various aspects of human life, including the way people interact and socialize. The internet has revolutionized social interaction by shifting it from traditional to modern forms. As a result, numerous digital applications have emerged, one of which is Tinder. This dating app has gained immense popularity among Indonesians since its inception. However, some negative phenomena such as fraud and promiscuity have been reported, serving as a warning for Tinder users to manage their self-disclosure better. This study aims to explore communication privacy management (CPM) and the Z generation phenomenon on Tinder. Using the CPM theory, the study examined how four informants manage their privacy on Tinder. The findings revealed that privacy management serves as the foundation for information management on Tinder. The informants considered privacy rules as a reference for managing information, selecting co-owners as owners of other information, and setting boundaries to limit information disclosure. Moreover, the informants also agreed upon rules and coordination to manage information on Tinder effectively. However, turbulence or incompatibility in managing the limits of information disclosure can occur. Overall, the study highlights the importance of privacy management in the online dating world, particularly on Tinder. By understanding and implementing effective privacy management strategies, Tinder users can safeguard their personal information and avoid negative experiences.

Keywords: *Management, privacy, communication, phenomenon, Tinder.*

ABSTRAK

Kemajuan teknologi sangat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara manusia berinteraksi dan bersosialisasi. Internet telah merevolusi interaksi sosial dengan menggesernya dari bentuk tradisional ke bentuk modern. Alhasil, banyak aplikasi digital bermunculan, salah satunya adalah Tinder. Aplikasi kencan ini telah mendapatkan popularitas luar biasa di kalangan orang Indonesia sejak awal. Namun, beberapa fenomena negatif seperti penipuan dan pergaulan bebas telah dilaporkan, menjadi peringatan bagi pengguna Tinder untuk mengelola pengungkapan

diri mereka dengan lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi manajemen privasi Komunikasi dan fenomena generasi Z pada Tinder. Dengan menggunakan teori CPM, penelitian ini mengkaji bagaimana empat informan mengelola privasi mereka di Tinder. Temuan mengungkapkan bahwa manajemen privasi berfungsi sebagai dasar untuk manajemen informasi di Tinder. Informan menganggap aturan privasi sebagai acuan untuk mengelola informasi, memilih pemilik bersama sebagai pemilik informasi lain, dan menetapkan batasan untuk membatasi pengungkapan informasi. Selain itu, para informan juga menyepakati aturan dan koordinasi untuk mengelola informasi di Tinder secara efektif. Namun, turbulensi atau ketidaksesuaian dalam mengatur batasan keterbukaan informasi dapat terjadi. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya manajemen privasi di dunia kencan online, khususnya di Tinder. Dengan memahami dan menerapkan strategi manajemen privasi yang efektif, pengguna Tinder dapat melindungi informasi pribadi mereka dan menghindari pengalaman negatif.

Kata Kunci: Manajemen, privasi, komunikasi, fenomena, Tinder.

PENDAHULUAN

Pergeseran pola komunikasi konvensional menuju digital berdampak pada kehidupan masyarakat secara global. Pergeseran tersebut berhasil meminimalisir batasan komunikasi terutama terkait jarak, ruang dan waktu. Kemajuan dalam aktivitas komunikasi masyarakat modern tidak terlepas dari peran teknologi sebagai mediator penyampaian informasi. Saat ini, interaksi tidak lagi terbatas pada komunikasi tatap muka namun juga dapat dilakukan secara virtual melalui jaringan internet. Perkembangan pada pola komunikasi tersebut mampu meningkatkan efektivitas dalam penyampaian sebuah pesan informasi (Imran 2021).

Komunikasi merupakan proses transmisi pesan antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi bersifat *omnipresent*, yaitu digunakan dimana saja, kapan saja dan dengan siapa saja. Artinya, komunikasi merupakan sebuah aktivitas penting yang menjadi bagian dari keseharian kehidupan manusia. Menurut Harold D. Laswell, faktor yang melatar belakangi keterkaitan antara komunikasi dengan manusia yaitu, adanya hasrat manusia untuk bersosialisasi dan beradaptasi dengan lingkungannya. (Rustan 2017).

Menurut perspektif Islam, komunikasi merupakan keistimewaan yang Allah Swt berikan untuk manusia. Komunikasi menunjang aktivitas manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki ketergantungan antara satu dengan lainnya. Oleh karena itu, kecakapan dalam berkomunikasi juga merupakan bagian dari pertahanan hidup manusia. Dalam Al-Qur'an, surat Al Isra ayat 28, Allah Swt berfirman:

*Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang
engkau harapkan, maka katakanlah*

Melalui ayat di atas, Islam menegaskan bagaimana tata cara berkomunikasi yang dicintai oleh Allah Swt. Menurut Ibn Zaid, ayat tersebut turun pada saat Rasulullah Saw hendak menegur suatu kaum yang boros dalam membelanjakan hartanya. Namun, Rasulullah Saw menyampaikan pesan tersebut dalam bentuk nasihat, tutur kata yang baik dan lembut. Sikap Rasulullah Saw tersebut menjadi contoh teladan yang dapat

diimplementasikan oleh masyarakat dalam melakukan aktivitas komunikasi (Wijaya 2015).

Sementara itu, di era digitalisasi seperti saat ini, komunikasi dapat dilakukan secara virtual melalui bantuan teknologi internet. Bahkan, komunikasi virtual tersebut berhasil meningkatkan fleksibilitas komunikasi melalui kehadiran media interaktif yaitu media online. Sebagai akibatnya, pengguna dapat berkomunikasi secara *real time* atau langsung pada saat itu juga.

Secara khusus, penggunaan teknologi sebagai media komunikasi dianggap memiliki keterkaitan erat dengan kehidupan generasi Z yang lahir antara 1995-2010. Ciri umum dari generasi ini adalah internet *booming* atau penggunaan internet yang cukup masif. Sebagai akibatnya generasi Z dianggap memiliki keterbukaan dan ketergantungan terhadap akses informasi yang lebih besar dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Yanua 2016).

Saat ini, salah satu fenomena yang lekat dengan kehidupan sehari-hari generasi Z adalah hadirnya aplikasi digital. Umumnya penggunaan aplikasi digital bertujuan untuk memudah aktivitas komunikasi khususnya bagi masyarakat modern. Berbagai aktivitas mulai dari mencari teman, menambah pengalaman hingga mencari pasangan kini dapat dilakukan melalui bantuan dari aplikasi tersebut.

Sejak awal kemunculannya, Tinder menjadi salah satu aplikasi digital yang kemudian berhasil meraih popularitas di Indonesia. Tinder pertama kali dirilis pada 2012 oleh Sean Rad, Jonathan Badeen dan Justin Mateen. Berdasarkan survey GlobalWebIndex.Net pada 2015, sebanyak 76% pengguna Tinder adalah masyarakat urban. Kemudian, tingginya antusiasme masyarakat dalam menggunakan Tinder juga dibuktikan dengan meningkatnya pendapatan Tinder. Pada tahun 2022, pendapatan Tinder mencapai 810 juta US dollar. Jumlah ini melonjak hingga 90,6% dibandingkan kuartal yang sama pada tahun sebelumnya, yaitu sebesar 425 juta US dollar. (Raihan, 2021),

Data di atas menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap Tinder. Sikap tersebut secara khusus dianggap sejalan dengan karakteristik generasi Z yang desosialisasi yaitu, cenderung menyendiri karena berbagai aktivitas dilakukan melalui bantuan teknologi. Sebagai akibatnya, interaksi pada generasi Z berlangsung secara virtual atau melalui bantuan internet. (Raihan 2021).

Namun, kehadiran Tinder sebagai media komunikasi bagi masyarakat modern pernah diwarnai oleh beberapa kasus yang merugikan penggunanya. Pada September 2018, akun Twitter *@iyadehiyaiyaya* menceritakan pengalaman rekannya yang berinisial "C" sebagai korban penipuan. Saat melakukan pencarian lebih lanjut, C menemukan fakta bahwa pria tersebut menggunakan identitas palsu milik tentara Amerika Serikat yang telah meninggal dunia (Penipuan di Tinder 2022). Kemudian, pada Maret 2022, akun Twitter *@malamtanpakata* juga menyatakan dirinya sebagai korban penipuan pada aplikasi Tinder. Korban diimingi oleh pelaku yang menjanjikan pemberian barang-barang mewah dengan harga yang murah. Namun, setelah mendapatkan uang dari korban, pelaku justru melarikan diri. Selanjutnya, pada Oktober 2022, seorang pria pengguna Tinder di Jawa Tengah menipu kekasih sekaligus calon istrinya dengan modus meminta sejumlah uang untuk membeli keperluan pernikahan. Namun, pelaku justru membawa kabur uang tersebut untuk kepentingan pribadinya (Hati-Hati Tinder Swindler Versi Indonesia 2022).

Selain beberapa kasus penipuan, Tinder juga menimbulkan pendapat kontra lainnya. Aplikasi tersebut dianggap berpotensi menghilangkan budaya Indonesia yang memiliki nilai-nilai kekeluargaan serta adat istiadat yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan. Asumsi tersebut disebabkan oleh adanya beberapa pengguna Tinder yang dengan bebas menampilkan visual 'terbuka' pada halaman profil. Tindakan tersebut umumnya bertujuan untuk menarik *user* lainnya, khususnya dari lawan jenis. Direktur Klinis Kesehatan Mental di Bupa UK, Pablo Vandenabeele menegaskan penggunaan aplikasi digital yang tidak sesuai dengan fungsi awal maka berpotensi menimbulkan dampak negatif misalnya pergaulan bebas (Anziela 2021).

Kedua fenomena yaitu kasus penipuan dan indikasi pergaulan bebas yang terjadi melalui Tinder mengindikasikan adanya ancaman yang mengintai para penggunanya. Sebagai aplikasi digital, Tinder mempertemukan pengguna yang mungkin tidak saling mengenal satu sama lain. Namun, sayangnya fleksibilitas tersebut banyak dimanfaatkan oleh pengguna yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan aksi tidak terpuji. Oleh karena itu, Tinder melalui fitur 'pusat keamanan' telah merekomendasikan penggunanya untuk membentuk batasan sebagai langkah preventif dalam mencegah aksi-aksi penipuan terjadi.

Dalam kajian ilmu komunikasi, *boundary* (batasan) informasi terbagi menjadi dua bentuk yaitu, informasi yang boleh diketahui orang lain dan informasi yang tidak boleh diketahui orang lain. Setiap individu dapat menentukan batasan sebagai bentuk perlindungan diri dalam berinteraksi termasuk melalui Tinder. Langkah tersebut sejalan dengan tiga aksioma teori manajemen privasi komunikasi, yaitu konseptualisasi kepemilikan informasi pribadi, konseptualisasi kontrol atas informasi pribadi dan konseptualisasi batasan informasi (Saidah 2021).

Teori *communication privacy management* (CPM) atau manajemen privasi menjelaskan hak individu dalam melindungi informasi pribadi. Secara umum, makna privasi dalam teori CPM mengacu pada informasi dengan risiko tinggi misalnya terkait dengan data-data pribadi seseorang. Umumnya ketika seseorang mengungkapkan informasi dengan risiko tinggi, kuantitas informasi diberikan secara lebih sempit atau sedikit. Sikap tersebut merupakan hasil reaksi emosional negatif ketika seseorang merasa lawan bicaranya tidak memiliki hak terhadap sebuah informasi (Saidah 2021).

Sebelumnya beberapa penelitian ilmiah terkait manajemen privasi komunikasi pernah dilakukan. Ni Putu Chintya Manu, Dkk juga melakukan penelitian berjudul "*Self Disclosure Pengguna Aplikasi Kencan Online (Studi pada Tinder)*" pada 2017, berfokus pada penggalan ke dalaman informan dalam mengungkapkan diri. Pembahasan penelitian ditunjang dengan teori penetrasi sosial dan CMC (*computer mediated communication*) (Manu 2017).

Kemudian, Handrini Ardiyanti dalam "*Swafoto: Sebuah Pendekatan Teori Manajemen Privasi Komunikasi*" pada 2018, menyatakan pentingnya pengaturan privasi pada swafoto sebagai upaya pencegahan *cybercrime* pada media sosial. Penelitian Handrini dilatar belakangi oleh fenomena publisitas swafoto yang banyak dilakukan oleh *public figure* misalnya para artis (Ardiyanti 2018).

Selanjutnya, Kevin Garindy Junior dalam "*Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Aplikasi Kencan Online "Tinder" Di Kalangan Mahasiswa UNS*" pada 2021, mengaitkan teori CPM dengan keputusan informannya dalam mengungkapkan publisitas informasi pribadi sebagai motivasi kencan online melalui aplikasi Tinder. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa secara umum informan memiliki kesadaran untuk mengelola privasi misalnya melalui pengelompokan antara informasi umum dan khusus (Junior 2018).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah memfokuskan bagaimana tindakan generasi Z dalam mengelola privasi pada aplikasi Tinder. Tindakan tersebut dilatar belakangi oleh fenomena-fenomena yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini, fenomena berfokus pada kasus penipuan serta adanya indikasi pergaulan bebas pada Tinder. Kedua fenomena tersebut menjadi sebuah masalah baru ketika saat ini Tinder menjadi salah satu aplikasi digital dengan popularitas yang tinggi di Indonesia namun di sisi lainnya berpotensi memberikan dampak negatif bagi penggunaannya. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya kemampuan dalam mengendalikan interaksi pada Tinder melalui kajian teori CPM serta mengolaborasikannya dengan perspektif keislaman.

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mendalam berjudul "*Fenomena Manajemen Privasi Komunikasi Generasi Z Atas Keresahan User Aplikasi Tinder*".

METODE

Penelitian ini disusun menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma tersebut merepresentasikan realita yang peneliti lihat hingga kemudian memunculkan sebuah fenomena untuk diinterpretasikan secara mendalam. Selain itu, konstruktivisme juga mencoba meletakkan pengamatan berdasarkan subjektivitas terhadap sebuah realitas. Tujuan utama dari paradigma konstruktivisme adalah menggali makna terkait sebuah fenomena secara mendalam (Creswell 2010).

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif atau penelitian naturalistik. Artinya, hasil data yang diperoleh pada penelitian kualitatif bersifat natural sesuai dengan situasi yang sebenarnya terjadi di lapangan. Artinya, peneliti harus terlibat secara langsung menjadi bagian penelitian. Tindakan ini menuntut seorang peneliti kualitatif untuk memahami data secara keseluruhan (Sugiyono 2013).

Isi dari penelitian diperoleh berdasarkan metode fenomenologi. Menurut Husserl, seorang peneliti fenomenologi harus menjunjung sikap keterbukaan dalam menemukan kemungkinan rangkaian makna. Husserl sejalan dengan asumsi verstehen milik Max Weber. Menurut Weber, fenomenologi merupakan sebuah realitas yang harus dipahami. Secara khusus, menurut Schutz fenomenologi sesuai dengan pengalaman sehari-hari dan kegiatan informan agar data yang diperoleh semakin mendalam (Hamid 2013). Penelitian ini mengangkan dua fenomena, yaitu kasus penipuan dan pergaulan bebas yang terjadi pada aplikasi Tinder.

Untuk meneliti subjek dan objek, penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Menurut Edmund Husserl, fenomenologi merupakan sebuah ilmu yang mengkaji suatu fenomena. Menurut Max Weber, kajian terhadap fenomena tersebut menjadikan tindakan manusia lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah penafsiran. Oleh karena itu, dalam fenomenologi pemahaman terhadap tindakan sosial dilakukan secara subyektif sesuai dengan tindakan individu (Fitrah 2017).

Pada penelitian ini, subjek penelitian adalah generasi Z khususnya yang menggunakan Tinder antara 2018-2023, dalam kurun waktu minimal tiga bulan. Sementara itu, objek penelitian adalah aplikasi Tinder. Pada penelitian ini, tempat

penelitian merupakan aplikasi Tinder sebagai wadah observasi peneliti untuk memahami objek penelitian. Kemudian, waktu penelitian terhitung mulai Oktober 2022-Februari 2023.

Data dalam penelitian ini dihimpun dari tiga sumber. Pertama, data primer yaitu berasal dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Kedua, data sekunder berasal dari grafik, tabel dan gambar terutama yang memiliki keterkaitan dengan aplikasi Tinder. Ketiga, data literatur yang berasal dari dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal dan skripsi terdahulu (Nasrullah 2022).

Penarikan kesimpulan adalah kolaborasi data akhir yang diperoleh dari lapangan sebagai hasil yang akurat. Oleh karena itu, kesimpulan harus disertai dengan bukti dan data kredibel yang dapat menunjang tahapan-tahapan sebelumnya, yaitu observasi dan wawancara (Nasrullah 2022). Pada penelitian ini kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah yaitu bagaimana manajemen privasi komunikasi dan temuan fenomena generasi Z sebagai pengguna Tinder.

HASIL DAN DISKUSI

Prinsip Teori Communication Privacy Management (CPM)

1. Owner (Pemilik Informasi)

Sebagai pemilik informasi, informan I membagi antara informasi umum ke khusus. Langkah tersebut menjadi pertimbangan bagi informan I yang menganggap bahwa komunikasi Tinder tidak dapat berjalan secara instan. Selain itu, langkah tersebut juga menjadi salah satu upaya untuk mengelola keamanan informasi privasinya pada Tinder.

"Menurut saya, Tinder dalam membantu komunikasi melalui digital itu ngga instan ya karena harus melalui berbagai proses dulu baru terjadilah yang namanya komunikasi gitu. Di Tinder atau di dating apps kan secara umumnya harus dapet match dulu ya, harus sama-sama dapat yang swipe right gitu lah istilahnya buat bisa terjadi komunikasi. Jadi kalau menurut saya buat orang yang mau mencari atau mau menciptakan sebuah komunikasi melalui Tinder atau dating apps itu harus sabar ya karena itu ya harus melalui tahapan-tahapan terlebih dahulu sampai akhirnya terjadilah ngobrol dan komunikasi gitu"

Berdasarkan keterangan Informan I di atas, dirinya mulai mengembangkan keterbukaan informasi dari hal yang dianggap umum, misalnya film. Kemudian, jika langkah tersebut berhasil menimbulkan kenyamanan bagi kedua pihak maka ia akan memperluas keterbukaan informasi. Menurutnya, semakin nyaman suatu hubungan maka keterbukaan terhadap informasi semakin meningkat.

"Untuk saya pribadi untuk memulai dan mengembangkan hubungan di dating apps ya. Tentu saja dengan menyinggung atau disukai sama lawan jenis saya yang ada di dating apps ini. Misalnya nih, dia suka musik atau film ya disinggung lah diobrolan. Nanti dari situ mulai berkembang ngobrolin kesukaan dan sekolahnya dimana dan seterusnya. Jadi banyak topik pembicaraan yang bisa dikulik. Kalau saya sih mulainya dari kesukaan dia. Setelah itu kita bisa nilai apakah orang ini nyambung atau engga sama kita. Kalau nyambung secara alamiah bakal terus tapi kalau engga salah satu dari kita bakal mundur pelan-pelan."

Serupa dengan informan I, informan III juga mempertimbangkan intensitas waktu sebagai pertimbangan keterbukaan informasi. Menurutnya, intensitas

penyebaran informasi hanya akan meningkat ketika komunikasi dalam suatu hubungan terjalin dengan baik. Namun, sebaliknya intensitas informasi semakin menurun ketika komunikasi tidak terjalin dengan baik.

"Kalau saya sih bebas ya tapi pas make Tinder itu gak ada yang sampe jangka panjang. Biasanya kalau mau berhubungan ya harus banyak nanya tentang satu sama lain. Masalahnya males aja kalau basa-basi tuh."

Pengaruh intensitas dan kenyamanan dalam penyebaran informasi juga berlaku bagi informan IV. Menurutnya, untuk membuka sebuah privasi khususnya informasi akan bergantung pada bagaimana intensitas dari kedua pihak. Menurut informan IV, pada tahap awal keterbukaan informasi hanya berlaku pada informasi umum. Kemudian, setelah menemukan kecocokan maka pertukaran informasi bisa meningkat pada hal-hal yang lebih intim atau khusus.

"Biasanya sih udah pasti kenalan dulu kan. Terus biasanya basa basi kayak tinggal dimana, orang mana kesibukannya apa, hobinya apa. Ya biasanya basa basi kayak gitu. Nanti kalau misalnya ngerasa seru nih orangnya nyambung dan bisa dilanjutin hubungannya biasanya baru ketemu terus ngobrol."

Sementara itu, informan II tidak hanya mempertimbangkan intensitas dan kenyamanan dalam keterbukaan informasi. Sebagai pengguna Tinder ia juga memiliki penilaian terhadap kepribadian mutual. Menurut informan II, kualitas informasi yang ia bagikan bergantung pada bagaimana hasil dari penilaian kepribadian tersebut.

"Kita melihat dari orangnya dulu ya. Misalkan kita melihat dari personalitynya seorang perempuan apakah kayak perempuan yang gak begitu muslimah banget nah bisa dibilang saya memilih memalsukan seluruh identitas saya. Bukan cerita bohong sih cuma saya samarkan aja. Misalnya perihal tempat kuliah nih, ya saya bilang kalau saya kuliah tapi gak harus detail di universitas mana. Jadi paling saya hanya ngasih tahu kuliah di Jakarta dan udah cukup sampai disitu aja karena dia ga perlu tau terlalu jauh tentang saya. Ya hal-hal general sih tapi kalau dia kelihatannya cewek yang baik baik pasti saya kasih tau juga."

Berdasarkan keterangan dari keempat informan, sebagai *owner* keempatnya mengelompokkan informasi ke dalam dua jenis, yaitu informasi umum dan khusus. Langkah tersebut menjadi langkah preventif informan sebagai pemilik informasi untuk melindungi privasinya. Semakin intensif sebuah hubungan maka semakin banyak informasi khusus yang dapat dibagikan.

2. Co-Owner (Pemilik Informasi Lainnya)

Berdasarkan hasil wawancara, keempat informan mempertimbangkan pembukaan terhadap informasi. Salah satu unsur penting yang diperhatikan dari keterbukaan informasi yaitu, *co-owner* atau siapa pihak lain yang berhak mendapatkan akses terhadap informasi tersebut. Oleh karena itu, masing-masing informan memiliki kriteria tertentu dalam memilih *co-owner*.

Menurut informan I, dirinya tidak memiliki kriteria spesifik dalam menentukan *co-owner*. Namun, secara umum ia mempertimbangkan bagaimana sikap yang ditunjukkan oleh *co-owner* dalam suatu hubungan. Jika sikap yang ditunjukkan positif maka kemungkinan suatu hubungan akan berkembang juga semakin terbuka.

Informan I bahkan tidak segan untuk membagikan beberapa informasi termasuk kontak pribadi dan sosial media kepada *co-owner* yang dianggapnya tepat.

"Kalau orangnya baik gitu dan orangnya seru dan akhirnya berlanjut misalnya mutualan di Instagram atau misalnya sampai tuker-tukeran nomor handphone itu berarti jangka panjang tapi ga melulu dalam konteks asmara gitu percintaan bisa jadi pertemanan aja gitu. Saya juga milih-milih orang yang saya kira bisa jadi orientasi hubungan yang jangka panjang gitu."

Sejalan dengan informan I, informan II memiliki kriteria yang cukup spesifik dalam menentukan *co-owner*. Menurutnya, foto profil dan biodata dapat dijadikan sebagai indikator utama namun tidak bersifat tetap. Oleh karena itu, ia lebih memilih untuk menilai kelayakan pengguna lainnya sebagai *co-owner* berdasarkan kenyamanan yang ia dapatkan ketika berinteraksi melalui fitur *chat* Tinder.

"Kriteria ya sebenarnya ada sih karena pasti gitu sih. Ya tapi ga bisa juga dilihat dari foto karena ga jaminan gitu. Biasanya gimana caption mereka, cara merangkai kata dan dari jokes-jokes mereka. Itu kan kalau taste mereka sama kayak saya ya saya like. Cuma kalau penilaian hanya dari postur muka atau gimana bisa dibilang belum mendukung ya coba swipe right aja karena bisa jadi temen ga harus jadi pacar. Namun, kalau disuruh pilih tetap faktor dominan pasti muka sih."

Sementara itu, menurut informan IV, penilaian terhadap sikap tidak dapat menjadi tolak ukur dalam menentukan *co-owner*. Dalam aplikasi Tinder pengguna hanya dapat melihat tampilan pengguna lainnya melalui informasi digital misalnya berupa foto, biodata singkat dan sosial media. Oleh karena itu, informan IV menjadikan presentasi profil pengguna pada profil Tinder sebagai tolak ukurnya untuk menentukan *co-owner*.

"Yang pasti dari photo profile dulu ya. Dari photo profile itu kan bisa keliatan dia itu real atau enggak. Ya kayak keliatan gitu loh fotonya kalau gak HD atau rada ngeblur gitu kecolongan kan. Terus selanjutnya kalau memang dia adalah orang yang real sesuai apa yang ditulis sama dia, itu dia suka ada bio gitu pokoknya keterangan soal diri dia lah. Nah, bisa dilihat dari situ atau kadang mereka juga nyantumin Instagramnya yang bisa di check, gitu biasanya."

Sejalan dengan informan IV, informan III juga menentukan *co-owner* pada Tinder berdasarkan presentasi profil. Menurutnya, Tinder tidak memungkinkan penggunaannya untuk mengenal kepribadian satu sama lain secara mendalam. Sebagai akibatnya, satu-satunya indikator yang dapat mengukur layak atau tidaknya seseorang sebagai *co-owner* adalah apa yang ditampilkan pada presentasi profil.

"Kalau saya match ngeliat dari tampang sih. Soalnya kan kalau kayak gitu dating apps kita bisa ngeliat tuh tampangnya doang. Kalau soal perilaku atau yang lainnya kita kan gak tau ya. Itu kan online jadi ga bisa tahu gimana orangnya."

Berdasarkan keterangan dari para informan, keempatnya memiliki pertimbangan khusus terkait penentuan *co-owner*. Informan I dan II sepakat bahwa sikap yang menimbulkan kenyamanan dalam berkomunikasi dapat dijadikan sebagai indikator layak atau tidaknya seseorang menjadi *co-owner*. Namun, sebaliknya menurut informan III dan IV faktor kenyamanan tersebut tidak dapat menjadi indikator utama karena interaksi hanya dilakukan secara digital. Informan III dan IV justru menjadikan presentasi profil sebagai indikator kelayakan seseorang menjadi *co-owner*.

3. Rules (Aturan)

Berdasarkan prinsip informan I sebagai *owner*, ia mengelompokkan informasi pada ranah umum dan khusus. Berdasarkan pengelompokkan tersebut, informan I membentuk sebuah aturan yang ditujukan sebagai aturan bagi dirinya untuk tidak memberitahukan informasi secara sembarang. Dirinya mempertimbangkan langkah preventif tersebut sebagai upaya pencegahan terhadap penyebaran informasi yang berlebihan.

“Kalau ranahnya udah spesifik misalnya alamat gitu atau kuliah yang benar-bener spesifik gitu, saya cuma ngucapin daerahnya aja sih. Saya ngga yang benar-benar gamblang dengan eksplisit “oh saya tinggal disini” itu kan engga banget ya over sharing aja gitu menurut saya kalau ngobrol ke ranah-ranah yang arahnya privasi.”

Tindakan informan I juga serupa dengan pertimbangan informan III dalam membentuk aturan pengungkapan informasi. Langkahnya dalam membentuk aturan terhadap privasi diwujudkan dengan pengelolaan informasi umum dan khusus. Pertimbangan tersebut didasarkan pada intensi komunikasi informan III yang hanya ingin menciptakan hubungan dengan mutual Tinder dalam jangka pendek.

“Kalau saya sih bebas ya tapi pas make Tinder itu gak ada yang sampe jangka panjang.”

Berdasarkan pertimbangan di atas, informan III mengatur dirinya untuk tidak memberikan banyak informasi dalam berkomunikasi melalui Tinder. Selain itu, ia juga memberlakukan hal yang sama dengan tidak menuntut pengguna lainnya untuk terlalu banyak memberikan informasi. Sebagai akibatnya, informan III memilih hanya meluangkan sedikit waktunya untuk membangun sebuah hubungan asmara melalui Tinder.

“Ga nentu sih. Paling ya segabut-gabutnya saya aja. Jadi ga setiap hari dan engga ada jangka waktu khusus juga. Kalau lagi gabut bisa seharian sih tapi kalau lagi ada kegiatan ya lupa.”

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh informan IV. Menurutnya, aturan utama dalam menggunakan Tinder adalah dengan memilih jenis-jenis informasi yang dibagikan. Informan IV mewajari hal tersebut karena menurutnya setiap orang harus melindungi privasinya masing-masing.

*“Karena memang ini kenalan dari dating apps yang online gitu ya pasti ada rasa takut lah. Nah, kalau saya sih ga fake identitas. Saya juju raja nama saya n***** dan ngasih tau Instagram. Tapi saya gak ngasih tau alamat karena seram juga kan namanya alamat. Kita gak tau nih orang tersebut latar belakangnya apa. Pasti dia juga keep sesuatu yang sifatnya privacy dan gak akan terlalu dibuka. Cuma kalau kegiatan, kerjaan, kuliah, sekolah pada saat itu, itu saya ceritain saya kasih tau. Kayaknya yang private banget sifatnya tuh alamat.”*

Sedikit berbeda dari informan I, III dan IV, informan II menspesifikkan aturan untuk dirinya. Menurut informan II, dirinya pernah melanjutkan sebuah hubungan yang dimulai dari Tinder di kehidupan nyata. Namun, dirinya justru merasakan ketidaksesuaian. Sebagai akibatnya, informan II menegaskan aturan bagi dirinya untuk segera menyudahi sebuah hubungan apabila sudah merasa tidak nyaman.

“Saya pernah sih ketemuan di real life tapi ujungnya saya menghilang karena tadi yang saya bilang ya hubungannya jangka pendek. Kalau ga sesuai dengan segmentasi saya ya langsung cut aja pokoknya.”

Dari hasil wawancara terkait aturan dalam privasi informasi, masing-masing informan memiliki aturan tersendiri terhadap batas pengungkapan informasi. Batasan tersebut meliputi sejauh mana informasi diberikan serta bagaimana koordinasi dan konsistensi antara *owner* dan *co-owner*. Informan I, III dan IV mengatur hubungan asmara pada Tinder sebagai hubungan dalam jangka waktu yang singkat. Keputusan tersebut berbanding terbalik dengan informan II yang memilih untuk fleksibel sesuai dengan kenyamanan yang mereka peroleh.

4. Boundary (Batas)

Berdasarkan hasil wawancara informan II terkait *boundary* mahasiswa KPI 2019 UIN Jakarta sebagai pengguna Tinder, pembagian batas informasi umum dan khusus sejalan dengan intensitas dirinya untuk tidak terlalu serius dalam menggunakan Tinder. Informan II memposisikan Tinder sebagai wadah komunikasi yang berlaku dalam jangka waktu singkat. Dirinya bahkan hanya berniat untuk mencari kesenangan semata dalam menggunakan Tinder. Oleh karena itu, batasan dalam kuantitas dan kualitas informasi tidak berdampak banyak pada aktivitasnya sebagai pengguna Tinder.

“Kalau dating apps kayanya jangka pendek ya. Ya kita bukan tahu kehidupan aslinya. Kita cuma tahu dari sosial media tapi ga menutup kemungkinan untuk hubungan jangka panjang ya. Kalau saya pribadi sih bilanginya cuma buat having fun ya kalau main dating apps.”

Menurut informan II, keputusannya untuk menjalin komunikasi dalam jangka waktu singkat berdampak pada pilihannya untuk tidak membuka beberapa informasi terkait dirinya. Ia bahkan tidak segan untuk menggunakan identitas palsu. Menurut informan II, aplikasi Tinder bukan wadah yang tepat untuk menampilkan presentasi diri secara berlebihan. Ia membatasi dirinya untuk melakukan hal tersebut hanya pada sosial media tertentu selain Tinder.

“Saya pun bahkan menyamarkan nama saya pribadi jadi pake fake name. terus kalau foto saya sih pake asli. Cuma untuk hobi dan segala macamnya gak usah terlalu ditulis secara jelas kan karena saya pribadi ga suka kalau expose diri di sosial media yang kayak gitu.”

Sementara itu, pemaknaan informan III terhadap batas privasi informasi dilatar belakangi oleh dampak yang timbul pada dirinya. Menurutnya, jika sebuah pesan masih nyaman untuk diperbincangkan maka hal tersebut tidak bersinggungan dengan batas privasinya. Namun, sebaliknya jika sebuah pesan mendatangkan ketidaknyamanan komunikasi maka isi pesan tersebut mengandung privasi yang harus ia lindungi.

“Ya saya misahin antara urusan pribadi dan umum sih. Kayak kalau udah nanya-nanya alamat nah itu udah privasi banget menurut saya. Kebanyakan sih paling nanya-nanya “lagi ngapain”. Ya pokoknya saya bisa toleransi kalau pertanyaannya masih umum.”

Hal serupa terkait pembatasan identitas dalam menentukan batas juga diungkapkan oleh informan III. Menurutnya, batas merupakan dampak yang timbul

dari adanya privasi yang dibentuk saat menggunakan Tinder. Dirinya juga tidak segan untuk membatasi diri ketika merasa mendapatkan perilaku di luar batas yang telah ia tentukan.

“Jadi kayak privasi tuh di dating apps perlu sih. Kalau udah nanya tentang alamat atau keluarga itu saya ga berani jawab sih soalnya kayak udah masuk privasi.”

Konsentrasi informan III untuk mempertimbangkan dampak penggunaan Tinder sejalan dengan keputusan informan I dalam menentukan batas informasi. Menurut informan I, adanya batas-batas tertentu yang ia terapkan sebagai pengguna Tinder berhasil menghindarinya dari kebocoran informasi. Secara lebih lanjut, informan I menegaskan dirinya hanya akan memberikan toleransi terhadap batas informasi ketika melihat kemungkinan hubungan berjalan dalam jangka waktu yang panjang.

“...Saya cukup berhati-hati terutama dengan nomor telepon saya ya karena itu ga sembarang orang bisa saya kasih kecuali emang nih orang baik nih atau nih orang kelihatannya bisa menjadi relasi di long term di jangka panjang gitu. Sejauh saya main dating apps alhamdulillahnya gak ada yang menyalahgunakan informasi pribadi saya gitu.”

Berdasarkan hasil wawancara, informan I membatasi pembagian informasi berdasarkan hasil pengelompokannya yaitu, informasi umum dan khusus. Menurut informan I, informasi umum terkait dirinya hanya menyangkut data diri secara umum. Sebaliknya, informasi khusus merupakan ranah privasi yang tidak dapat ia sebarkan kepada orang lain.

“Kalau saya sih informasi yang umum saya bisa dengan gamblang ngasih tau kalau saya tuh sukanya apa, umurnya berapa dan sosial media saya apa misalnya. Itu kan informasi yang umum kalau misalnya si pasangan saya ini tertarik gitu kan. Cuma kalau udah yang masuk ranah privasi saya ga mudah untuk bilang saya itu kuliahnya dimana apalagi nomor induk kependudukan saya berapa.”

Sejalan dengan informan I, informan IV juga mempertimbangkan makna batasan berdasarkan jangka waktu berjalannya suatu hubungan. Menurut informan IV, pada awal penggunaan Tinder ia hanya melengkapi beberapa informasi umum terkait dirinya. Namun, seiring berjalannya waktu dan pertimbangan atas kredibilitas Tinder, maka ia mulai meningkatkan kuantitas informasi terkait dirinya.

“Kalau penyajian informasi sih sejujurnya aja. Cuma sebetulnya gak semua saya isi. Misalnya kuliah awalnya gak ngisi kalau di UIN. Awalnya cuma nama, umur dan foto doang. Ya tapi makin kesini ternyata orang-orang itu real kan, jadi saya berani untuk ngisi kuliah dimana tapi awal-awal ga ngisi sama sekali.”

Selain itu, informan IV juga memberikan jangkauan khusus dalam mengungkapkan informasi. Namun, menurut informan IV banyaknya informasi yang diberikan harus disesuaikan dengan jangka waktu suatu hubungan. Selain itu, informan IV juga terbuka terhadap kemungkinan untuk melanjutkan hubungan pada dunia nyata. Keputusannya tersebut menjadi langkah informan IV untuk menentukan akses terhadap batas dalam pembagian informasi.

“Biasanya sih udah pasti kenalan dulu kan. Terus biasanya basa basi kayak tinggal dimana, orang mana kesibukannya apa, hobinya apa. Ya biasanya basa basi

kayak gitu. Nanti kalau misalnya ngerasa seru nih orangnya nyambung dan bisa dilanjutin hubungannya biasanya baru ketemu terus ngobrol.”

Berdasarkan keterangan para informan terkait *boundary* (batas), dapat disimpulkan bahwa sikap tersebut merupakan representasi dari sensitivitas pada sebuah privasi. Tentunya masing-masing informan memiliki makna dan batas yang berbeda dalam mentoleransi hal tersebut. Informan I dan IV memaknai batas sebagai toleransi yang diukur berdasarkan indikator waktu. Kemudian, informan II dan III memaknai batas sebagai pertimbangan terhadap hubungan jangka pendek yang terjadi pada Tinder.

5. Turbulence (Turbulensi)

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan IV terkait *turbulence*, selama menggunakan Tinder informasi terkait dirinya pernah menyebar. Selain itu, tindakan yang disebabkan oleh salah satu pengguna Tinder tersebut terjadi tanpa mendapatkan izin dari informan IV selaku pemilik informasi. Namun, di sisi lainnya informan IV tidak terlalu mempermasalahakan hal tersebut karena informasi yang dibocorkan masih bersifat umum.

“Paling dia ngasih tau Instagram saya ke temannya terus temannya itu ngefollow saya juga. Nah tapi itu bukan kebocoran informasi juga sih.”

Dampak negatif Tinder yang diterima oleh informan IV juga menjadi kekhawatiran yang sama bagi informan III. Menurutnya, setiap pengguna Tinder berpotensi mengalami kebocoran data. Hal tersebut terkadang terjadi di luar kendali pemilik informasi meskipun ia telah menjaga keamanan data dengan baik.

“Worth ga worth it sih, setengah lah karena untung-untungan. Kalau apesnya data saya sebetulnya rentan karena dilihat banyak orang.”

Berbeda dengan informan IV dan III, informan I mengaku tidak pernah mengalami kebocoran data. Menurutnya, hal tersebut terjadi karena sikap selektivitas yang ia terapkan ketika menjadi pengguna Tinder. Sebagai akibatnya, data dan informasi yang ia bagikan terfilterisasi dengan baik.

“Sejauh saya main dating apps alhamdulillahnya gak ada yang menyalahgunakan informasi pribadi saya gitu.”

Sejalan dengan informan I, secara lebih lanjut informan II mengungkapkan pengalaman yang sama. Dirinya tidak pernah mengalami kebocoran data pribadi. Informan II berasumsi bahwa hal tersebut justru lebih rentan terjadi pada perempuan. Menurutnya perempuan rentan menjadi korban karena lebih mudah untuk melakukan keterbukaan dalam komunikasi.

“So far karena saya cowok data pribadi saya aman sih. Mungkin kalau saya jadi cewek mungkin banyak termakan hal seperti itu sih. Kan banyak tuh cerita nyeremin seperti terror-terror orang asing tapi biasanya itu di cewek. Saya belum pernah.”

Berdasarkan hasil wawancara, turbulensi menurut para informan merupakan segala bentuk tindakan yang menyangkut kebocoran terhadap informasi. Namun, masing-masing informan memiliki tingkat toleransi yang berbeda dalam menyikapinya. Secara umum masing-masing informan menunjukkannya melalui selektivitas terhadap batas toleransi tersebut.

a. Temuan Fenomena Generasi Z pada Aplikasi Tinder

Selain hasil penelitian berupa pengelolaan *owner*, *co-owner*, *boundary*, *rules* dan *turbulance*, berdasarkan hasil wawancara, informan II pernah mendapatkan cerita dari *user* Tinder lainnya terkait fenomena FWB (*friends with benefit*). FWB merupakan istilah yang menggambarkan terjadinya hubungan “terlarang” di antara dua orang yang belum terikat secara sah di bawah perkawinan. Berdasarkan cerita yang ia peroleh, fenomena serupa bahkan menjadi hal yang cukup lumrah terjadi pada Tinder. Oleh karena itu, informan II menyadari bahwa Tinder berpotensi menimbulkan berbagai dampak negatif misalnya tindakan FWB.

“...Konotasi kotor sebenarnya banyak ya mungkin bisa dibilang juga sebagai aplikasi yang banyak prostitusi. Terus juga buat mencari FWB (friends with benefit). Namun, akhirnya kenapa make Tinder juga itu karena dating apps yang paling famous kayanya Tinder deh. Makanya make itu.”

Fenomena tersebut berdampak pada pertimbangan informan II dalam menyajikan informasi terkait dirinya melalui Tinder. Menurutnya, Tinder memiliki beberapa dampak negatif yang berpotensi mengancam keamanan penggunaannya. Oleh karena itu, informan II juga memilih untuk menyamarkan beberapa data pribadinya.

“...Saya pun bahkan menyamarkan nama saya pribadi jadi pake fake name. terus kalau foto saya sih pake asli. Cuma untuk hobi dan segala macamnya gak usah terlalu ditulis secara jelas kan karena saya pribadi ga suka kalau expose diri di sosial media yang kayak gitu.”

Selain itu, fenomena yang dialami oleh informan II membuatnya memilih untuk mengurangi kuantitas dan kualitas informasi. Meskipun mendapatkan fenomena negatif namun informan II juga tidak ingin membatasi interaksinya pada Tinder. Menurutnya, berbagi informasi dapat berdampak positif selama bertujuan untuk memperkaya pengalaman.

“Makin kesini jadi wadah sebagai cari pacar, temen dan relasi. Gitu sih kurang lebih pengen tahu kita mau sharing sama teman-teman dating apps tuh ada apa di dating apps terus pengalaman apa saja yang pernah didapat pada dating apps.”

Serupa dengan informan II, informan III juga mempertimbangkan beberapa kasus kriminal yang pernah terjadi melalui Tinder sebagai dampak negatif dari penggunaan aplikasi tersebut. Akibatnya informan III mengimplementasikan makna ‘sensitif’ dengan mengelompokkan pembagian informasi. Ia bahkan mengurangi intensitasnya dalam melakukan komunikasi melalui Tinder.

“Ga perlu dan gamau tahu terlalu dalam sih. Soalnya saya ga merasa perlu dan gak ada yang harus ditanya lebih dalam lagi...”

Selain mengurangi intensitas komunikasi, informan III juga menempatkan komunikasi pada Tinder sebagai hal yang bersifat sementara. Ia menegaskan bahwa hubungan tersebut tidak perlu terjalin terlalu jauh. Sikap tersebut ditunjukkan oleh informan III sebagai bentuk perlindungan informasi privasi sehingga dirinya terhindar dari dampak negatif Tinder.

“Biasanya kalau mau berhubungan ya harus banyak nanya tentang satu sama lain. Masalahnya males aja kalau basa-basi...”

Sejalan dengan informan III, adanya kasus kriminal berupa penipuan yang mencoreng nama Tinder membuat informan I mempertimbangkan pengungkapan

informasi sebagai isu sensitif. Jika informasi dibagikan maka statusnya berubah menjadi informasi publik. Namun, jika tetap tersimpan sesuai dengan pertimbangannya maka informasi tersebut bermakna sebagai privasi. Oleh karena itu, informan I menegaskan perlunya pertimbangan pemilik informasi untuk mengelompokkan antara informasi umum dan khusus.

“Kalau menurut saya sih yang dinamakan privasi itu adalah suatu hal yang tidak dengan mudah bisa kita sampaikan, tidak segampang itu untuk diberitahukan ke lawan bicara kita. Mungkin sama dengan rahasia kali ya. Nah, tapi kalo privasi tuh simple nya ya bagi mereka yang boleh tau aja dan akan menjadi sensitif ketika hal tersebut banyak diketahui orang.”

Meskipun menekankan pengelompokkan informasi sebagai langkah preventif untuk menjaga informasi, namun informan I juga menyadari hadirnya aplikasi Tinder sebagai wadah yang menunjang kebutuhan komunikasi modern. Saat ini, komunikasi modern khususnya melalui perantara internet berhasil menghapuskan batasan terkait ruang, jarak dan waktu. Sebagai akibatnya, perputaran informasi terjadi secara masal, cepat dan tidak terkendali.

“...Karena ini di internet maka saya coba lebih berhati-hati terhadap komunikasi internet agar privasi saya tetap terjaga dan agar privasi tersebut tetap menjadi privasi gitu. Soalnya kalau sudah kesebar berarti sudah menjadi konsumsi publik dan bukan lagi privasi.”

Menurut informan I, pertimbangan terhadap kebutuhan komunikasi berhasil menunjang kebutuhannya dalam berkomunikasi di era digital. Berdasarkan observasi pribadinya, Tinder menjadi salah satu aplikasi digital dengan kredibilitas dan popularitas yang tinggi. Kedua faktor tersebut membuatnya tetap mempertimbangkan Tinder sebagai ‘wadah’ yang menunjang aktivitas komunikasinya di era modern.

“Pertimbangan saya dalam memilih Tinder sebagai dating apps pilihan saya adalah karena Tinder itu kan dating apps yang sudah cukup terkenal ya. Gak cuma di Indonesia aja tapi di luar negeri juga terkenal. Jadi sudah terbukti dan teruji klinis gitu. Jadi saya mengapa mempertimbangkan Tinder sebagai dating apps ya karena Tinder sudah seterkenal itu. Jujur saya main Tinder karena kemakan iklan. Waktu itu lagi gencar-gencarnya iklan atau campaign mereka di Youtube waktu itu. Jadi saya memberanikan diri untuk menggunakan Tinder karena pertimbangan tersebut.”

Berdasarkan temuan fenomena negatif oleh generasi Z pada Aplikasi Tinder, terdapat keresahan yang timbul akibat kasus-kasus berkonotasi negatif yang pernah terjadi melalui aplikasi Tinder. Kasus tersebut antara lain yaitu fenomena pergaulan bebas atau FWB dan kasus penipuan. Namun, di sisi lainnya kredibilitas dan popularitas Tinder juga tetap menjadi pertimbangan informan untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut sebagai media atau perantara komunikasi di era modern.

Analisa pada pembahasan didukung oleh teori *communication privacy management* (CPM) atau manajemen privasi komunikasi. Teori tersebut menekankan pertimbangan pada pengelolaan informasi khususnya informasi privasi. Oleh karena itu, pembahasan juga dikaitkan dengan prinsip utama teori yang terdiri dari *owner* (pemilik), *co-owner* (pemilik lainnya), *boundary* (batas) dan *turbulence* (turbulensi).

a. Owner (Pemilik Informasi)

Owner (pemilik informasi) merupakan pemilik utama dari sebuah informasi. Oleh karena itu, *owner* berhak mempertimbangkan bagaimana pengelolaan privasi yang terdiri dari *co-owner*, *boundary*, *rules* dan *turbulence*. Sejalan dengan teori CPM, tindakan *owner* dalam mempertimbangkan pengelolaan privasi mencakup dua prinsip yaitu *privacy rule development* dan *privacy rule attributes* (Petronio 2022).

Dalam *privacy rule development*, *owner* sebagai pemilik utama memiliki kapabilitas penuh untuk melakukan pengelolaan informasi. Kapabilitas dalam pengelolaan informasi mencakup kemampuan *owner* untuk memisahkan antara informasi umum dan informasi privasi. Sejalan dengan prinsip tersebut, hasil wawancara dan observasi menunjukkan upaya masing-masing informan dalam mengelola sebuah privasi yang secara umum berkaitan dengan kenyamanan yang diperoleh berdasarkan intensitas informasi.

Kemudian, prinsip pengelolaan *privacy rule development* di atas berdampak pada keputusan keempat informan pada prinsip kedua yaitu *privacy rule attributes*. Pada kajian teori CPM, *privacy rule attributes* mempertimbangkan lima aspek yaitu, *co-owner*, *rules*, *boundary* dan *turbulence*. Adanya pertimbangan *owner* dalam prinsip pengelolaan kedua juga menjadi representasi kapabilitas *owner* dalam melengkapi prinsip pengelolaan pertama yaitu *privacy rule development* (Petronio 2022).

b. Co-owner (Pemilik Informasi Lainnya)

Co-owner merupakan istilah pada prinsip teori CPM yang merepresentasikan kepemilikan informasi di luar *owner*. Dalam menetapkan keputusan pembagian informasi kepada *co-owner*, *owner* memiliki dasar pertimbangan yaitu, *privacy control* (pengendalian privasi). Adapun pertimbangan tersebut mencakup bagaimana pola hubungan yang terbentuk di antara kedua pihak serta bagaimana kapabilitas kedua pihak untuk menjaga kualitas informasi (Petronio, Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory 2002).

Secara umum, penyebaran informasi dari keempat informan sebagai *owner* terhadap *co-owner* dilakukan dengan pola hubungan yang inklusif. Pola inklusif mengacu pada adanya keterkaitan peran antara *owner* dan *co-owner* dalam berbagi informasi. Namun, pada pola ini, umumnya *owner* memegang kontrol yang lebih besar atas kepemilikan informasi. Sebagai akibatnya, *owner* dapat memperkirakan dan menentukan keberlanjutan hubungan berdasarkan pertimbangan tertentu (Petronio, Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory 2002).

Berdasarkan hasil wawancara informan I dan II, memegang kendali atas informasi yang hendak mereka bagikan kepada *co-owner*. Menurut keduanya, kendali tersebut merupakan bagian dari *privacy control* yang difungsikan sebagai prediksi awal dari keberlanjutan relasi yang mereka bangun melalui Tinder. Keduanya menyepakati bahwa keberhasilan relasi harus dilandasi dengan kenyamanan antara *owner* dan *co-owner* dalam berinteraksi.

Secara spesifik, informan II juga mengukur tingkat kenyamanan yang ia peroleh dari *sense of humor*. Definisi *sense of humor* mengacu pada tindakan yang mengandung nilai humor sehingga berpotensi memicu lawan bicara untuk tertawa. Menurut McGee, *sense of humor* dapat menciptakan rasa bahagia serta interaksi yang lebih atraktif. Oleh

karena itu, *sense of humor* dinilai dapat meningkatkan kemungkinan hubungan yang berlangsung dalam jangka panjang (Riska 2019).

Berbeda dari informan I dan II yang membentuk *privacy control* berdasarkan intensitas dan kenyamanan dalam berkomunikasi, informan III dan IV memilih *co-owner* berdasarkan presentasi diri yang ditampilkan pada profil Tinder. Bentuk dari presentasi diri tersebut antara lain melalui foto profil, biodata hingga media sosial. Menurut keduanya, dalam aplikasi digital presentasi diri memiliki validitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan sikap.

Pada konteks penggunaan media digital sebagai wadah komunikasi, presentasi diri merupakan sebuah tindakan yang dilakukan secara terstruktur. Secara spesifik, presentasi diri pada Tinder umumnya ditujukan untuk menarik minat pengguna lainnya sehingga terjadi *match*. Oleh karena itu, presentasi diri yang menarik juga menjadi salah satu indikator keberhasilan sebuah hubungan melalui *dating apps*.

Kemudian, secara spesifik informan IV juga menegaskan fungsi presentasi diri milik pengguna lainnya dapat menjadi jaminan terhadap keaslian identitas pengguna Tinder. Menurutnya, presentasi pengguna lainnya dapat membantunya untuk mengindikasikan kemungkinan penipuan. Asumsi tersebut diperoleh berdasarkan pengamatannya terkait penggunaan identitas palsu pada beberapa pengguna Tinder. Ia mengindikasikan tindakan tersebut melalui kualitas pada tampilan foto yang dianggap tidak bagus atau kurang meyakinkan.

Tindakan informan IV untuk menghindari kemungkinan penipuan sejalan dengan prinsip Islam yang menentang pemalsuan termasuk dalam penyampaian informasi. Islam melalui prinsip *Qashash/Naba al Haq*, menegaskan pentingnya penyampaian informasi yang mengandung nilai kebenaran di dalamnya. (Kahfi 2006) Dalam Al Qur'an, surat Hud, ayat 120, Allah SWT berfirman:

Semua kisah rasul-rasul Kami ceritakan kepadamu (Nabi Muhammad), yaitu kisah-kisah yang dengannya Kami teguhkan hatimu. Di dalamnya telah diberikan kepadamu (segala) kebenaran, nasihat, dan peringatan (Kemenag 2023).

Ayat di atas merepresentasikan bagaimana penyebaran informasi yang seharusnya dilakukan oleh umat Islam. Pada ayat tersebut Allah Swt menegaskan bahwa sebuah informasi yang disampaikan harus mengandung tiga aspek diantaranya nilai kebenaran, nasihat atau peringatan. Hal yang demikian menjadi peneguh hati bagi orang-orang beriman dalam menjunjung tinggi nilai keislaman.

Berdasarkan keterangan keempat informan dan kajian teori terkait *co-owner*, dapat disimpulkan bahwa *co-owner* juga memiliki tanggung jawab terhadap pengelolaan privasi. Oleh karena itu, *owner* dan *co-owner* harus membentuk kerja sama terkait dua aspek. Pertama, yaitu kesepakatan dalam pengelolaan informasi. Kedua, yaitu kapabilitas kedua pihak dalam mempertanggung jawabkan informasi.

c. Rules (Aturan)

Rules merupakan aturan dalam pengelolaan informasi. Pada kajian teori CPM, aturan dibentuk sebagai pertimbangan terhadap *boundary* (batas) yang telah menjadi kesepakatan *owner* dan *co-owner*. Pertimbangan tersebut muncul dari tindakan *boundary coordination operations* dimana pertimbangan merupakan kesepakatan yang

ditentukan oleh para pemilik informasi. (Petronio, Boundaries of Privacy Dialectics of Disclosure. 2022)

Sejalan dengan asumsi utama teori CPM, keempat informan membentuk *rules* (aturan) berdasarkan pertimbangan terhadap batas informasi. Pertimbangan tersebut kemudian menghasilkan batas toleransi yang berbeda-beda tergantung pada bagaimana orientasi yang menjadi pola di dalam suatu hubungan. Oleh karena itu, CPM menekankan pentingnya penekanan pada orientasi hubungan melalui koordinasi yang dilakukan secara berulang.

Sementara itu, Islam juga telah memberikan panduan aturan terkait privasi. Dalam Al Qur'an, surah An-Nur, ayat 27, Allah memberikan perumpamaan dengan etika bertamu. Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa orang yang tidak akan memasuki suatu rumah tanpa seizin dari pemiliknya.

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah memasuki rumah yang bukan rumahmu sebelum meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya. Demikian itu lebih baik bagimu agar kamu mengambil pelajaran (Kemenag, An-Nur 2023).

Penggalan ayat di atas kembali ditegaskan Abu Hurairah dalam sebuah hadis yang berbunyi “*Apabila seseorang menengok atau melihat ke dalam rumahmu tanpa izin darimu, lalu kamu melemparnya dengan batu kerikil hingga tercungkil matanya, maka tidak ada dosa bagi kamu*” (HR. Al-Bukhari dan Muslim) (Soediro 2018).

Berdasarkan surah An-Nur, ayat 27 serta hadis yang diriwayatkan Abu Hurairah, dapat disimpulkan bahwa Allah menentang hambanya yang lancang dalam memasuki zona pribadi orang lain tanpa melakukan izin terlebih dahulu. Analogi serupa juga dapat dikaitkan dengan aturan dalam pengelolaan privasi. Artinya, setiap individu harus menghargai kesepakatan terhadap batas aturan yang telah disepakati sebelumnya (Soediro 2018).

Secara lebih lanjut, hasil wawancara dari keempat informan menunjukkan adanya pertimbangan terhadap tingkat kecocokan dalam berkomunikasi sebagai dasar dalam menentukan aturan. Tentunya tingkat kecocokan tersebut sangat bergantung pada intensitas informasi. Asumsi tersebut sejalan dengan kajian teori CPM yaitu, koordinasi aturan harus dilakukan secara berkali-kali agar batas aturan menjadi semakin jelas (Petronio, Communication Privacy Management Theory: What Do We Know About Family Privacy Regulation?, 2010).

Masing-masing informan menyepakati adanya peningkatan terhadap kuantitas dan kualitas informasi ketika mereka sudah memiliki intensitas waktu yang lama dalam berkomunikasi. Namun, jika dalam intensitas waktu tersebut mereka tidak menemukan kenyamanan maka mereka akan membatasi informasi yang dibagikan.

Berdasarkan temuan penelitian terkait *rules* (aturan) dari keempat informan terhadap sebuah privasi, maka ditemukan bahwa aturan tersebut didasarkan pada intensitas relasi hubungan. Kemudian, intensitas akan berpengaruh pada jangka waktu masing-masing informan untuk mempertahankan relasi hubungan. Intensitas dan jangka waktu tentunya memiliki keterkaitan erat dengan perasaan nyaman yang diperoleh informan ketika sebuah relasi hubungan dibangun dan dikembangkan.

d. Boundary (Batasan)

Boundary adalah batas pengungkapan informasi. Batas tersebut dibentuk berdasarkan kesepakatan *owner* dan *co-owner* dalam mengelola aturan terkait privasi. Dalam kajian teori CPM, pengelolaan merupakan bagian dari manajemen batas yang meliputi prediksi hasil, risiko, tingkat privasi dan kemampuan seluruh *owner* untuk mengendalikan informasi. Oleh karena itu, batas dibuat secara kolektif oleh seluruh pemilik informasi sebagai upaya untuk menghindari kemungkinan turbulensi (Petronio, *Boundaries of Privacy Dialectics of Disclosure*. 2022).

Berdasarkan hasil wawancara, keempat informan mengelola manajemen batas berdasarkan intensitas dalam interaksi. Semakin lama intensitas hubungan maka toleransi dalam manajemen batas umumnya akan meningkat. Dalam kata lain, intensitas hubungan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan informan dalam pengelolaan informasi privasi.

Sementara itu, menurut pandangan Islam dalam mengungkapkan sebuah informasi yang bersifat rahasia hendaknya menghindari tiga hal. Pertama, menghindari tentang perbuatan dosa. Kedua, menghindari permusuhan. Ketiga, menghindari durhaka kepada Rasul. Dalam Al Qur'an, surah Al Mujadalah, ayat 9, Allah berfirman sebagai berikut:

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu saling mengadakan pembicaraan rahasia, janganlah berbicara tentang perbuatan dosa, permusuhan, dan durhaka kepada Rasul (Kemenag, Al-Mujadalah 2023).

Quraish Shihab dalam tafsir al-Misbah menjelaskan ketiga bentuk kedurhakaan dalam pembicaraan rahasia yaitu perbuatan dosa, permusuhan dan kedurhakaan merupakan perkara yang tidak disukai Allah. Oleh karena itu, secara tidak langsung kandungan ayat tersebut memberikan tuntutan kepada manusia agar memperhatikan pengelolaan kualitas informasi. Hal tersebut ditujukan untuk menghindari timbulnya penyakit hati (Petronio.S, 1986).

Sejalan dengan pendapat Quraish Shihab, kajian teori CPM menekankan pengelolaan privasi berdasarkan manajemen batas. Pada teori CPM prinsip pengelompokkan batas terbagi menjadi dua yaitu, *boundary permeability*. Batasan dalam *boundary permeability* mencakup perhitungan *owner* terhadap intensitas hubungan. Sebagai dampaknya, *owner* akan mempertimbangkan kuantitas dan kualitas dalam mengungkapkan informasi privasi (Petronio.S, 1986).

Dalam konteks pengelolaan batas, pertimbangan tersebut didasari oleh atribusi dan strategi respon pesan. Atribusi timbul sebagai dampak dari pengelolaan pesan yang diperoleh ketika berkomunikasi. Kemudian, keputusan informan untuk melanjutkan atau menyudahi relasi hubungan menjadi bentuk strategi respon terhadap pesan yang sebelumnya diperoleh melalui atribusi (Petronio, *Communication Privacy Management Theory: What Do We Know About Family Privacy Regulation?*, 2010).

Berdasarkan hasil wawancara dan kajian teori CPM, pembentukan *boundary* (batas) bertujuan sebagai bentuk pengelolaan informasi. Batas tersebut mencakup pertimbangan terhadap kuantitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu, keberhasilan *owner* juga ditentukan pada bagaimana pengelolaan batas untuk mencegah kemungkinan dampak negatif khususnya pada privasi sehingga pihak yang terlibat memperoleh kenyamanan dalam berinteraksi melalui Tinder.

e. Turbulence (Turbulensi)

Turbulensi merupakan istilah yang menggambarkan ketidak sesuaian dalam pengelolaan privasi. Turbulensi dapat terjadi bahkan meskipun sudah dihindari. Oleh karena itu, dalam kajian teori CPM setiap pemilik informasi juga harus mempertimbangkan hal-hal di luar prediksi yang berpotensi mengancam keamanan informasi (Petronio, *Boundaries of Privacy Dialectics of Disclosure*. 2022).

Berdasarkan hasil wawancara, informan IV pernah mengalami turbulensi saat melakukan komunikasi pada Tinder. Bentuk turbulensi tersebut berupa penyebar luasan data terkait media sosialnya yang dilakukan tanpa izin. Tindakan tersebut dilakukan oleh salah satu teman dekat yang ia kenal melalui aplikasi Tinder. Menurut informan IV, salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya peristiwa tersebut adalah kelalaiannya dalam menyosialisasikan batas privasi. Sebagai akibatnya, tindakan tersebut dianggap wajar oleh sang pelaku.

Dalam konteks ilmu komunikasi, ketidak sesuaian tersebut sering dikaitkan dengan istilah miskomunikasi. Istilah tersebut mengacu pada kegagalan dalam memahami pesan sehingga makna pesan menjadi bias. Pada kasus informan IV, miskomunikasi terjadi pada level pertama dimana batas koordinasi tidak dinegosiasikan secara jelas. Sebagai akibatnya, terjadi ambiguitas batas dan aturan yang mengakibatkan terjadinya turbulensi (Howard.G.Cynthia.G., 1998).

Untuk menghindari dampak negatif dari kelalaian dalam memproteksi suatu hal, Islam telah mengkajinya melalui kisah Nabi Zulkarnaen AS. Pada saat itu, Nabi Zulkarnaen diperintahkan oleh Allah SWT untuk membangun tembok keamanan yang dilapisi oleh tembaga dan besi panas. Tujuan dari pembangunan tersebut adalah untuk melindungi kaumnya dari serangan kaum Ya'juj dan Ma'juj (Soediro 2018).

Analogi serupa juga dapat dikaitkan dengan turbulensi dalam komunikasi digital. Secara tersirat Islam telah mengajarkan umatnya untuk mengatur segala sesuatu hal termasuk penjagaan informasi. Hal tersebut tentunya bertujuan untuk meningkatkan perlindungan terhadap data-data privasi (Soediro 2018).

Sementara itu, informan II memiliki opini tersendiri dalam menanggapi turbulensi. Menurutnya, turbulensi merupakan sebuah kelalaian yang lebih rentan terjadi pada wanita dibandingkan pria. Ia berasumsi bahwa wanita lebih mudah untuk membuka dan mempercayai penyebaran informasi dibandingkan dengan pria.

Sejalan dengan pendapat informan II, Sandra Petronio dan Judith N. Martin dalam penelitiannya yang berjudul "*Ramifications Of Revealing Private Information: A Gender Gap*" mengungkapkan beberapa gap atau perbedaan antara pria dan wanita dalam mempertimbangkan *self disclosure* (pengungkapan diri). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa wanita lebih sering memprediksi hasil positif dalam suatu hubungan. Sementara itu, pria justru melakukan lebih banyak pertimbangan risiko dampak negatif (Petronio.S, 1986).

Berdasarkan pembahasan hasil wawancara dan prinsip teori CPM terkait turbulensi, dapat disimpulkan bahwa turbulensi terjadi karena adanya kelalaian dalam menentukan batas koordinasi. Meskipun dapat diprediksi namun pada beberapa kondisi kelalaian tersebut terjadi tanda diperkirakan sebelumnya. Oleh karena itu, pertimbangan terhadap pemilihan *co-owner*, *boundary* dan *rules* merupakan aspek penting yang harus dikelola dalam rangka menjaga keamanan privasi.

Berdasarkan hasil dari observasi penelitian, Tinder menjadi salah satu aplikasi digital yang dipertimbangkan oleh masyarakat modern khususnya generasi Z untuk menunjang aktivitas komunikasi virtual. Tindakan ini dilatar belakangi oleh karakter generasi Z sebagai generasi dengan tingkat penggunaan teknologi yang cukup tinggi. Pada sesi wawancara, informan I dan IV bahkan merasakan dampak peningkatan penggunaan *gadget* (telepon pintar) ketika mereka menggunakan Tinder.

Namun, kasus-kasus penipuan yang pernah dialami oleh korban dengan *user name* Twitter @iyadehiyaiya dan @malamtanpakata menjadi peringatan adanya dampak negatif yang dapat ditimbulkan melalui komunikasi virtual. Sebagai akibatnya, masing-masing informan telah mempertimbangkan batas pengelolaan informasi. Pada penelitian ini, pertimbangan tersebut termuat dalam teori *communication privacy management* (CPM).

Secara umum perlindungan privasi bertujuan untuk memperkecil kemungkinan terjadinya turbulensi, yaitu ketidak sesuaian dalam implementasi batas.[43] Namun, dalam kajian teori CPM pengelolaan terhadap batas privasi pengungkapan diri tersebut menjadi hak mutlak bagi masing-masing individu. Oleh karena itu, batas antara satu individu dengan individu lainnya juga dapat berbeda.

Berdasarkan hasil wawancara, informan III dan IV memiliki kriteria tertentu yang membuat mereka merasa 'lebih aman' saat menggunakan Tinder. Keduanya menyepakati tampilan *user* melalui foto profil Tinder merupakan penilaian pertama yang merepresentasikan kepribadian *user*. Secara spesifik, menurut informan IV ketika tampilan foto dimuat pada kualitas yang buruk serta informasi pribadi yang ditampilkan tidak lengkap, maka dirinya mengindikasikan bahwa identitas tersebut palsu dan berpotensi menimbulkan penipuan.

Tindakan informan IV sejalan dengan asumsi Miriam J. Metzger dalam *Communication Privacy Management in Electronic Commerce*. Menurut Metzger, pertimbangan dalam berkomunikasi harus ditingkatkan terutama dalam interaksi virtual. Menurutnya, interaksi virtual juga mencakup pertimbangan terhadap platform atau aplikasi yang digunakan sebagai media komunikasi. Tindakan tersebut menjadi penting mengingat adanya risiko penyalahgunaan informasi privasi yang cukup masif pada interaksi digital (Metzger.J.Miriam, 2007).

Selain kasus penipuan, hasil temuan data melalui wawancara juga menemukan adanya fenomena FWB (*friends with benefit*). Berdasarkan hasil wawancara, menurut informan II tindakan FWB mengacu pada legalisasi seks bebas tanpa dilandasi ikatan pernikahan yang sah. Tidak hanya sampai disitu, umumnya pelaku FWB juga melakukan tindakan tersebut tanpa melandasi hubungan dengan rasa kasih sayang melainkan hanya nafsu birahi saja. Informan II mengaku dirinya bahkan beberapa kali mendapatkan tawaran untuk melakukan hal tersebut. Hal ini kemudian berdampak pada keputusannya untuk menutup sebagian akses informasi pada Tinder misalnya nama dan domisili asli.

Berdasarkan temuan fenomena penipuan dan pergaulan bebas pada Tinder, dapat disimpulkan bahwa keempat informan telah mengetahui fenomena negatif yang pernah terjadi pada Tinder. Namun, di sisi lainnya mereka juga menyadari bahwa salah satu faktor yang menunjang keberhasilan komunikasi virtual pada Tinder adalah presentasi diri yang menarik. Tinder bahkan telah menyediakan fitur profil foto, bio, minat hubungan, gaya hidup dan beberapa informasi terkait data diri pengguna.

Menurut Marian Hardey selaku pakar media sosial dari Universitas Durham, 'tampilan diri' yang dikemas dalam komunikasi digital menjadi sebuah pertimbangan *self branding* terutama terkait bagaimana seseorang membentuk biografi singkat terkait dirinya. Oleh karena itu, pada beberapa situasi tertentu pembagian informasi tidak dapat dihindari karena telah melekat sebagai bagian dari budaya komunikasi modern.

Tindakan para informan untuk menampilkan sisi menarik terkait dirinya disebut juga sebagai *selective self presentation* atau seleksi presentasi diri. Tindakan tersebut bertujuan untuk menarik pengguna lainnya. Menurut Joseph Walther, pengguna cenderung mempresentasikan dirinya secara positif dengan menonjolkan sisi menarik. Aktivitas presentasi diri ini dimuat dalam profil yang biasanya mengungkapkan informasi umum mengenai pengguna (Sari 2018).

Kemudian, untuk mereduksi kekhawatiran penggunanya, Tinder telah mencoba memberikan solusi melalui fitur '*safety center*' atau pusat keamanan. Fitur tersebut merupakan wujud komitmen Tinder dalam memprioritaskan keamanan data pengguna. Oleh karena itu, pusat keamanan Tinder juga difungsikan sebagai panduan umum bagi pengguna dalam mengelola informasi privasi. Secara khusus, pusat keamanan Tinder mereferensikan penentuan batas dalam berkomunikasi untuk mencegah tindakan di luar batas misalnya penyebar luasan informasi tanpa izin, penipuan dan pelecehan seksual.

Komitmen Tinder untuk membentuk pusat keamanan bagi penggunanya tersebut membuat informan I, III dan IV menempatkan Tinder sebagai aplikasi digital dengan kredibilitas tinggi. Selain itu, keunggulan lainnya yang menjadi pertimbangan para informan dalam memilih Tinder adalah popularitas dari aplikasi tersebut. Saat ini, setidaknya Tinder berhasil menduduki posisi pertama dari lima aplikasi digital terpopuler di Indonesia.

Berdasarkan pemaparan terkait temuan fenomena pada aplikasi Tinder, dapat disimpulkan bahwa dampak negatif akibat fenomena tersebut menjadi peringatan kewaspadaan bagi pengguna Tinder. Namun, di sisi lainnya hal tersebut tidak berdampak signifikan pada kualitas informasi informan. Masing-masing informan tetap memperhatikan kedua aspek tersebut sebagai upaya pembentukan presentasi diri yang menunjang keberhasilan komunikasi virtual.

KESIMPULAN

Dalam kajian teori CPM, pertimbangan *owner* mencakup *privacy rule development* dan *privacy rule attributes*. Pertama, *owner* mempertimbangkan intensitas dalam berkomunikasi. Semakin tinggi intensitas dalam berkomunikasi, maka semakin banyak pengungkapan diri yang dilakukan oleh *owner*. Kedua, *co-owner* mempertimbangkan 'untung dan rugi' yang diperoleh *owner* ketika melakukan pengungkapan diri. Ketiga, *boundary* berkaitan dengan intensitas dalam hubungan. Semakin dalam intensitas tersebut maka batas yang dibentuk akan semakin samar. Ketiga, *rules* terbentuk dari koordinasi yang dilakukan secara berulang. Selain itu, *rules* merupakan representasi keberhasilan suatu hubungan karena merupakan kesepakatan yang terbentuk di antara kedua pihak. Keempat, *turbulence* terjadi ketika seseorang tidak menerapkan aturan terhadap batas dalam berkomunikasi sehingga batasan yang telah disepakati sebelumnya menjadi hilang.

Beberapa fenomena berkonotasi negatif yang pernah terjadi pada aplikasi Tinder menjadi peringatan bagi penggunaannya untuk meningkatkan kewaspadaan para pengguna. Namun, temuan penelitian menemukan adanya pengguna Tinder juga tidak dapat mengesampingkan presentasi diri yang menarik sebagai faktor penunjang keberhasilan komunikasi virtual. Berdasarkan hasil temuan penelitian terkait manajemen privasi komunikasi dan temuan fenomena generasi Z pada aplikasi Tinder, diperoleh kesimpulan bahwa manajemen privasi merupakan bentuk pengelolaan terhadap informasi khusus. Namun, detail terkait pengelolaan tersebut dapat berbeda-beda tergantung pada bagaimana masing-masing pengguna Tinder mengorientasikan kepentingannya dalam melakukan komunikasi virtual.

REFERENSI

Jurnal

- Anziela, P. S. (2021). "Analisis Motif dan Dampak Penggunaan Aplikasi Tinder Berbayar",. *Jurnal Komunikasi*, 189.
- Ardiyanti, H. (2018). Swafoto: Sebuah Pendekatan Teori Manajemen Privasi Komunikasi. *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*.
- Hamid, F. (2013). Pendekatan Fenomenologi (Suatu Ranah Penelitian Kualitatif),. 1-3.
- Howard.G.Cynthia.G., P. S. (1998). (Mis)communicating Across Boundaries Interpersonal and Intergroup Considerations. *Sage Journals*, 586.
- Imran, M. P. (2021). Penggunaan Komunikasi Digital dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Kesehatan. *The Source Jurnal Komunikasi*, 88-89.
- Junior, K. G. (2018). Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Aplikasi Kencan Online "Tinder" Di Kalangan Mahasiswa UNS". . *Jurnal Kommas*.
- Kahfi, A. S. (2006). Informasi dalam Perspektif Islam. *Mediator*, 323.
- Manu, N. P. (2017). Self Disclosure Pengguna Aplikasi Kencan Online (Studi Pada Tinder). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi MEDIUM*.
- Metzger.J.Miriam. (2007). Communication Privacy Management in Electronic Commerce. *Journal of Computer Mediated Communication*, 337.
- Petronio, S. (2002). *Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory*. New York: Albany.
- Petronio, S. (2010). Communication Privacy Management Theory: What Do We Know About Family Privacy Regulation? *Journal of Family Theory&Review*, 182.
- Petronio, S. (2022). *Boundaries of Privacy Dialectics of Disclosure*. New York : Albany.
- Petronio.S, J. N. (1986). Ramifications of Revealing Private Information A Gender Gap. *Journal of Clinical Psychology*, 504-505.
- Raihan, I. H. (2021). Fenomena Hubungan Asmara Kencan Online Melalui Aplikasi Chatting (Studi Kasus Aplikasi Tinder), . *UPN Veteran Jakarta*, 1-3.
- Riska, N. A. (2019). Hubungan Antara Sense Of Humor Dan Intimate Friendship. *Psikoislamedia*, 39.
- Saidah, M. (2021). Manajemen Privasi Komunikasi di Era Transparansi Informasi (Studi Pada Pelanggaran Privasi Dalam Hubungan Pertemanan)",. *Jurnal Interaksi Peradaban*, 17.
- Sari, W. P. (2018). Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs Aplikasi Setipe dan Tinder. *Jurnal Mediator*, 156.

- Soediro. (2018). Prinsip Keamanan, Privasi dan Etika dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Kosmik*, 103.
- Wijaya, S. (2015). Al-Quran dan Komunikasi (Etika Komunikasi Dalam Perspektif Al-Quran. *Jurnal Al Burhan*, 7.
- Yanua, S. P. (2016). "Thoeritical Review: Teori Perbedaan Generasi", . 129.

Buku

- Creswell, J. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fitrah, M. L. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Nasrullah, R. (2022). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rustan, A. S. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Internet

- Hati-Hati Tinder Swindler Versi Indonesia. (2022, November 28).
- Kemenag. (2023, Maret 17). Al-Mujadalah.
- Kemenag. (2023, Maret 17). An-Nur.
- Kemenag. (2023, Maret 17). Hud.
- Penipuan di Tinder. (2022, November 22). Retrieved November 28, 2022, from <https://twitter.com/iyadehiyaiyaiya/status/1039585596803506176>