

# COMMUNICATION PRIVACY MANAGEMENT DALAM BERMEDIA SOSIAL: ANALISIS FANS ACCOUNT NCT DREAM DI MEDIA SOSIAL X

Yohana Izha Permata Sari<sup>1</sup>, Ike Desi Florina<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pancasakti Tegal

<sup>2</sup>Universitas Pancasakti Tegal

[yohanazhps@gmail.com](mailto:yohanazhps@gmail.com)<sup>1</sup>

[ike.florina@gmail.com](mailto:ike.florina@gmail.com)<sup>2</sup>

## Abstrak

Pengungkapan informasi pribadi dalam *fans account* NCT Dream menjadi daya tarik peneliti untuk mengetahui bagaimana pengguna *fans account* di kalangan penggemar NCT Dream mengelola keterbukaan terhadap informasi pribadinya kepada publik, yang tidak pernah ditemui dalam kehidupan nyata. Penelitian ini menggunakan teori Communication Privacy Management yang dikembangkan oleh Sandra Petronio. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus melalui sejumlah pengguna *fans account* di media sosial X yang memenuhi kriteria sebagai informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen privasi yang dilakukan oleh pengguna *fans account* NCT Dream di media sosial X adalah berupa penyampaian informasi privat yang meliputi domisili, citra, kehidupan sehari-hari, serta minat dan ketertarikan pada NCT Dream. Dalam mengungkapkan identitas diri, pengguna *fans account* NCT Dream tetap memperhatikan batasan privat antara informasi yang bisa dibagikan kepada publik dan yang harus tetap menjadi milik pribadi. Setiap pengguna secara berkala mengontrol akun mereka untuk memastikan bahwa akun tersebut tetap aman dan tidak menimbulkan masalah dengan pengguna lain atau menyebabkan kebocoran informasi. Mereka juga akan mempertimbangkan dengan baik tulisan yang akan diposting dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dalam media sosial X.

Kata Kunci: media sosial X, manajemen privasi, fans account.

## Abstract

*Disclosure of personal information in NCT Dream fan accounts is an attraction for researchers to find out how fan account users among NCT Dream fans manage the openness of their personal information to the public, which is never encountered in real life. This study uses the Communication Privacy Management theory developed by Sandra Petronio. The research method used is a case study through a number of fan account users on social media X who meet the criteria as informants. The results of the study show that privacy management carried out by NCT Dream fan account users on social media X is in the form of conveying private information including domicile, image, daily life, and interests and attraction to NCT Dream. In revealing their identity, NCT Dream fan account users still pay attention to the private boundaries between information that can be shared with the public and that must remain private. Each user periodically controls their account to ensure that the account remains secure and does not cause problems with other users or cause information leaks. They will also carefully consider the writing that will be posted by utilizing the features available on social media X.*

Keywords: social media X, privacy management, fan account.

## PENDAHULUAN

Media sosial muncul sejalan dengan adanya revolusi komunikasi dalam perkembangan teknologi informasi. Media sosial hadir dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat untuk melakukan komunikasi dengan sesama individu sebagai suatu solusi agar menghilangkan keterasingan dan mengetahui peristiwa yang terjadi di luar dirinya. Hal ini terjadi karena media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media untuk mencurahkan informasi yang dikehendaki pemilik akun, tetapi media sosial juga digunakan sebagai wadah untuk membangun jaringan pertemanan secara *online*. Terdapat berbagai jenis media sosial yang dapat dipilih oleh seseorang tergantung dengan tujuan penggunaan dan kenyamanan. Beragam fitur dan fungsi media sosial menjadikan media sosial sebagai wadah

atau media bagi masyarakat khususnya pengguna *gadget* untuk memberikan dan memperoleh informasi, media untuk mengekspresikan diri, dan media promosi baik sebagai pengguna individu maupun sebagai organisasi dan perusahaan (Aisah & Prasetyawati, 2018: 30). Media sosial memungkinkan pengungkapan publik dan menonjolkan masukan orang lain melalui komentar dan komunikasi satu klik (Hayes et al., 2016 : 172). Pengungkap menjadi lebih sadar akan perhatian orang lain terhadap kebutuhan mereka, dan dengan demikian mungkin merasakan tingkat dukungan sosial yang lebih tinggi (Lu & Hampton, 2017 : 4).

Dalam era digital saat ini, wadah yang sering digunakan untuk pengungkapan diri adalah media sosial X. Media sosial X sendiri merupakan *rebranding* dari media sosial *Twitter*. *Twitter* adalah salah satu platform media sosial yang terkenal dan diminati banyak orang. Selain berfungsi sebagai media sosial, *Twitter* juga masuk kategori sebagai platform *microblogging*. (Asmara & Butsi, 2020: 76). Secara garis besar, fungsi dari *Twitter* dan media sosial X masih sama. Yang membedakan adalah X mampu membagikan cuitan tanpa dibatasi karakter dan dapat membagikan video dalam durasi yang lebih panjang. Setelah mengalami *rebranding*, media sosial X masih diminati publik sebagai media yang digunakan untuk mengekspresikan diri.

Di dalam media sosial X terdapat istilah ‘cuitan’. Istilah ini merujuk pada postingan berupa tulisan, gambar, dan video yang mengandung informasi, perasaan, gagasan, atau aktivitas tertentu yang diposting oleh pemilik akun. Di balik cuitan dalam media sosial X terdapat berbagai jenis akun yang aktif berlalu lalang. Jenis-jenis akun pengguna dalam media sosial X yaitu akun pribadi, *fans account*, akun siber, akun *buzzer*, dan akun *roleplayer*. Akun-akun ini dibuat berdasarkan latar belakang kepemilikan, motif, dan tujuan pribadi pemilik akun yang berkaitan dengan pengungkapan diri saat menggunakan media sosial X. Jenis-jenis akun ini juga berhubungan dengan pemilihan bentuk anonimitas untuk menunjukkan jati diri pemilik akun. Menurut Hu dan Huang (dalam Hu et al., 2020: 2), rekonstruksi identitas dalam media sosial dapat memenuhi berbagai kebutuhan penggunanya, sehingga menjadikan mereka lebih termotivasi pada platform-platform yang ada.

Anonimitas menyediakan kesempatan untuk seseorang dalam bermain dengan identitas. Mereka membentuk identitas berbeda untuk menyembunyikan “diri sebenarnya” di kehidupan nyata (Ayundari & Perbawani, 2021: 41). Dalam media sosial X, akun-akun pribadi yang menggunakan identitas anonim akan melakukan penilaian yang berkaitan dengan tiga prinsip utama dari manajemen privasi komunikasi (*communication privacy management*). Pada akun anonim ini, secara selektif pemilik akun akan mengungkapkan aspek diri yang tersembunyi kepada publik, melalui proses evaluasi dan penyaringan. Proses membuka sisi tertutup ini bertujuan agar bisa memenuhi kebutuhan akan pengungkapan diri atau *self-disclosure*.

Mayoritas pengguna media sosial X menganggap platform tersebut sebagai wadah yang aman untuk mencurahkan perasaan dan mengekspresikan diri terkait berbagai hal. Fitur *microblogging* yang dimiliki media sosial X memberikan kesempatan kepada penggunanya yang merasa kurang

nyaman melakukan pengungkapan secara verbal untuk menggunakan tulisan sebagai salah satu cara mencurahkan keluh kesah yang mereka rasakan. Proses pencurahan keluh kesah ini menjadi bagian dari proses *self disclosure*. Ketika individu semakin mengenal dan mempercayai orang lain, mereka biasanya lebih nyaman untuk membuka detail-detail yang lebih intim tentang diri mereka sendiri (Fitri & Irwansyah, 2023: 53). Individu akan melakukan pengungkapan diri secara tepat karena mampu beradaptasi dengan lingkungannya, memiliki kepercayaan terhadap diri sendiri dan orang lain, mampu berpikir positif, lebih objektif, dan terbuka (Jacqueline, 2019: 275).

Media sosial X menyediakan wadah untuk membentuk eksistensi diri penggunanya dan mampu memberikan keamanan informasi dalam ruang privasi yang dijaga dari dunia nyata. Hal ini terjadi karena media sosial X memberikan akses penggunanya untuk menggunakan identitas anonim, di mana para pengguna tidak diharuskan bergabung menggunakan identitas asli dan tidak perlu menghubungkan informasi privasi dalam pembuatan akun. Dalam media sosial X, orang-orang yang memiliki ketertarikan sama dapat bergabung dan berinteraksi dengan bebas tanpa tekanan sosial yang menghambat keinginan dan hobi yang sebenarnya mereka ingin lakukan. Dalam konteks ini, privasi menjadi kebutuhan yang menandakan kebebasan individu. Privasi ini yang kita sebut dengan anonimitas. Situasi anonimitas ini akan mendorong individu untuk mengungkapkan informasi privasinya secara lebih bebas tanpa perlu dibatasi oleh harapan orang lain atau ekspektasi orang lain terhadap dirinya.

Anonimitas dalam media sosial X ini dimanfaatkan oleh para penggemar dari seorang idola atau penyanyi untuk berkumpul dan saling berinteraksi seputar idolanya. Penggunaan akun media sosial X untuk mendukung idola disebut sebagai *fans account*. *Fans account* adalah akun yang didedikasikan untuk mendukung idola atau artis favorit (Sawitri & Kusuma, 202 : 2). Para pengguna *fans account* menggunakan media sosial X sebagai wadah untuk memenuhi keingintahuan mengenai informasi terbaru idola mereka. Keinginan ini dapat berupa kebutuhan berekspresi dan pemenuhan informasi. Saat di dalam akun tersebut, mereka menganggap berada dalam dunianya sendiri. Mereka saling berkenalan dengan sesamanya dan saling berbagi informasi mengenai idolanya, bahkan saling membagikan pengalaman dan informasi pribadinya. Kegiatan yang dilakukan oleh penggemar untuk memenuhi hasratnya mengonsumsi produk budaya populer yang digemarinya disebut sebagai *fangirling*. Ketika individu memiliki ketertarikan terhadap suatu hal, mereka cenderung berusaha mencari informasi terkait segala aspek yang berkaitan dengan objek ketertarikan tersebut melalui berbagai cara dan media yang bisa digunakan (Noviyanti et al., 2022: 814).

*Fans account* yang dibuat oleh penggemar merupakan tempat di mana mereka dapat mengekspresikan kecintaan mereka terhadap subjek yang mereka kagumi. Para penggemar menganggap kegiatan *fangirling* sebagai sebuah bentuk hiburan, pemenuhan kebutuhan, dan juga sebagai cara untuk memberikan dukungan kepada idola mereka. Kemunculan akun-akun ini di platform media sosial X telah menjadi praktik yang umum di kalangan penggemar, terutama para

pecinta K-Pop, dalam mendukung idolanya. Media sosial X telah menjadi platform yang sangat cocok untuk melakukan kegiatan *fangirling* oleh penggemar K-Pop, karena platform ini menyediakan berbagai fitur untuk berbagi informasi dan diskusi tentang idola-idola mereka. Fenomena aktivitas penggemar di *fans account* yang dibuat oleh para penggemar semakin menonjol, karena setiap penggemar dapat berinteraksi dengan penggemar lainnya menggunakan identitas virtual mereka di media sosial X.

Salah satu *boygroup* yang memiliki banyak penggemar yang menggunakan *fans account* di media sosial X adalah NCT Dream. Grup ini merupakan salah satu unit dari NCT (Neo Culture Technology) yang merupakan artis dari agensi SM Entertainment dari Korea Selatan dan debut pertamanya pada 24 Agustus 2016. NCT Dream adalah sub-unit NCT yang debut pertamanya ketika usia membrny masih remaja dan memiliki konsep kisah masa muda di setiap *comeback*-nya. NCT Dream terdiri atas tujuh member, yaitu Mark, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung dengan nama *fandom Nctzen*.

NCT Dream merupakan grup termuda yang berhasil mendapatkan *triple million seller* dengan memperoleh penjualan tertinggi pada paruh pertama tahun 2021. NCT Dream telah menjadi *boyband* K-Pop yang memiliki popularitas global. Hal ini dapat kita lihat dengan NCT Dream menjadi *boygroup* pertama yang berhasil mengadakan konser di Stadion Utama Gelora Bung Karno (GBK) pada bulan Mei 2024 bertajuk *The Dream Show 3: 7DREAM SCAPE*, dengan penjualan tiket yang habis untuk 40.000 penonton. Selain itu, mereka berhasil mengadakan konser di Dome Tour Jepang dengan menggunakan 3 *dome* terbesar di Jepang, yaitu Kyocera Dome Osaka, Vantelin Dome Nagoya, dan Tokyo Dome. NCT Dream memiliki lebih dari 10 juta pengikut di akun media sosial X *official*-nya. Hal ini semakin memperjelas betapa banyak *fans* mereka yang memiliki akun media sosial X untuk mendukungnya.

Berbagai pencapaian ini membuktikan bahwa NCT Dream adalah grup yang memiliki *fans* besar yang kuat dan aktif. *Fans* NCT Dream merupakan *fans* yang memiliki antusiasme dan energi yang baik dalam mendukung segala aktivitas mengenai NCT Dream. Mereka juga tidak segan untuk mengingatkan kesalahan yang dilakukan oleh member secara individu ataupun grup secara keseluruhan. Contohnya, baru-baru ini NCT berkolaborasi dengan minuman Starbucks, *brand* yang mendukung Israel melakukan genosida di Palestina. Pada awal muncul rumor kolaborasi, *fans* langsung berbondong-bondong menaikkan *hashtag* di media sosial X sebagai upaya memperlihatkan penolakan mereka terhadap agensi mengenai rumor kolaborasi yang dilakukan bersama Starbucks. Setelah *brand* Starbucks memosting status mengenai kolaborasi dengan NCT Dream secara *official*, *fans* semakin gencar menaikkan *hashtag* hingga menjadi *trending* selama beberapa hari di Korea Selatan. Hal ini bertujuan untuk mengedukasi para member dan agensi supaya lebih *aware* mengenai genosida yang terjadi di Palestina. *Fans* Indonesia juga mengirimkan truk protes kepada agensi SM Entertainment dan gerai Starbucks di sekitar agensi SM Entertainment.

Berkat penolakan dari NCTzen, terutama NCTzen Indonesia, meskipun kolaborasi berlanjut hingga tanggal yang telah ditentukan, NCT tidak pernah memosting atau mempromosikan kolaborasi tersebut. Bahkan, pihak SM Entertainment dan NCT tidak memberikan informasi resmi mengenai kolaborasi bersama Starbucks yang sedang berlangsung. Hal ini menunjukkan kekuatan dari *fans*, sehingga penelitian mengenai bagaimana *fans* terlibat untuk mendukung dan membentuk identitas individu akan sangat menarik.

*Fans* tidak hanya sebagai penonton biasa, tetapi mereka memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan objek yang mereka sukai ke dalam aktivitas budaya, seperti berpartisipasi dalam diskusi tentang konten bersama sesama *fans* dan bergabung dalam komunitas dengan minat yang sama (Ayundari & Perbawani, 2021: 43). Hal ini dapat diilustrasikan bahwa *fans* adalah individu yang memiliki keterikatan emosional yang kuat dengan objek yang mereka sukai, yang kemudian mereka ekspresikan dengan berdiskusi tentang konten dan bergabung ke dalam komunitas *fans* (*fandom*). *Fandom* merupakan sebuah kelompok penggemar yang memiliki identitas khusus yang dipengaruhi dan dibentuk oleh kesamaan dan kebersamaan konsumsi media (Noviyanti et al., 2022: 814). *Fandom* dianggap sebagai ekspresi dari fenomena yang lebih besar berkaitan dengan konsumsi dan keterkaitan dengan merek dalam masyarakat modern saat ini (Fuschillo, 2020: 1). Motivasi para *fans* bergabung dengan suatu *fandom* adalah agar mereka dapat menemukan wadah di mana aktivitas ‘fanatik’ mereka dapat diterima dan memiliki orang lain yang mendukung aktivitasnya.

*Fandom* virtual ini memberikan seseorang untuk saling berinteraksi tanpa dihakimi oleh latar belakang, ras, status ekonomi, atau tatanan sosial, melainkan mereka dapat menemukan manfaat saat tergabung dalam *fandom* di mana para *fan* dapat membentuk kebersamaan satu sama lain dengan persamaan minat. Pengungkapan diri yang dilakukan pemilik *fans account* ini dapat berupa luapan perasaan, pendapat, dan sekadar hiburan di mana penggunaan *fans account* anonim ini dapat menjadi salah satu bagian dari pemenuhan kebutuhan psikologis seseorang.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Proses pemilihan penelitian terdahulu ini berdasarkan beberapa pertimbangan seperti fokus penelitian, metode penelitian, dan teori penelitian yang memiliki kesamaan terkait manajemen privasi komunikasi di media sosial X. Seperti penelitian Maulidina (2023) yang berfokus pada fenomena perempuan sebagai pengguna akun pseudonim X yang dikaitkan dengan prinsip-prinsip manajemen privasi komunikasi Sandra Petronio untuk melihat bagaimana pengguna akun anonim mengatur kepemilikan informasi pribadi, kontrol privasi, dan batas-batas (*boundaries*) informasi pribadi sebagai cara menyaring kedekatan. Penelitian selanjutnya oleh Widiyantoro (2021) yang membahas berbagai stigma negatif di masyarakat dan diskriminasi media yang membuat kelompok homoseksual merasa kesulitan untuk berinteraksi dengan sesamanya, termasuk dalam hal mengungkapkan dan menampilkan diri. Penelitian terakhir oleh Noviyanti et al. (2022) yang menjelaskan makna *fangirling* bagi pengguna *fan account* penggemar IU, mengungkap motif yang

mendorong mereka melakukan *fangirling* melalui *fan account*, serta mengetahui pengalaman komunikasi yang mereka alami saat menggunakan *fan account*.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Communication Privacy Management, yang dicetuskan oleh Sandra Petronio pertama kali pada tahun 1991. Teori ini berusaha memberikan pemahaman mengenai batasan-batasan yang dibuat oleh seseorang terkait informasi pribadi yang mereka miliki. Dalam teori ini, seseorang akan membuat penilaian mengenai informasi pribadi yang dimiliki dan menyaring khalayak yang akan menerimanya melalui prinsip-prinsip yang ada. Menurut Sandra Petronio (dalam Kamilah & Lestari, 2020: 100), individu mengatur batasan antara publik dan privat serta perasaan dan pikiran agar bersedia berbagi informasi pribadi secara berkelanjutan. Batasan ini berubah tergantung keinginan individu untuk bersikap tertutup atau terbuka.

Tujuan awal teori Communication Privacy Management adalah membangun kerangka kerja yang bisa diterapkan untuk memahami sifat privasi, dan lebih khusus lagi, sifat pengelolaan informasi pribadi dan cara mengoperasionalkannya (Petronio & Child, 2020: 77). Konsep kepemilikan privasi berkaitan dengan batasan yang dirasakan individu atas informasi pribadi mereka. Mereka mengontrol aliran informasi pribadi dengan mengembangkan dan menegosiasikan serangkaian aturan privasi yang tergantung pada berbagai faktor. Ketika aturan-aturan ini dilanggar, terjadi turbulensi privasi. Hal ini memaksa individu untuk mengkalibrasi ulang aturan privasi mereka untuk menghindari gejala di masa depan (Zhang & Fu, 2020: 3).

Pengguna *fans account* akan memperhatikan privasinya dengan tidak membagikan informasi pribadi atau foto yang tidak pantas. Mereka dapat menyeleksi informasi pribadi atau foto-foto yang akan diposting ke dalam akun yang mereka miliki. Pengguna *fans account* juga harus memperhatikan privasi idolanya dengan tidak membagikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan mengenai idola mereka. Dalam hal ini, manajemen privasi komunikasi pengguna *fans account* dapat dilakukan dengan memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi yang tidak pantas atau dapat membahayakan privasi pengguna beserta idolanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana manajemen privasi komunikasi pada *fans account* NCT Dream di media sosial X? Dengan demikian, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui manajemen privasi komunikasi pada *fans account* NCT Dream di media sosial X.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Sugiyono (2019: 9), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang mengadopsi pendekatan postpositivis atau interpretatif, yang bertujuan mempelajari kondisi alami dari objek penelitian di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Studi kasus adalah jenis penelitian di mana peneliti menyelidiki suatu fenomena (kasus) tertentu selama periode dan kegiatan tertentu (program,

peristiwa, proses, lembaga, atau kelompok sosial) dan mengumpulkan data yang komprehensif dan rinci dalam jangka waktu yang telah ditentukan dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data (Assyakurrohim et al., 2022: 3).

Data primer yang digunakan berasal dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada para informan melalui proses wawancara kepada pengguna *fans account* anonim di media sosial X. Data sekunder diperoleh melalui isi cuitan milik informan dengan memperhatikan nama pengguna, isi konten yang diunggah, jumlah *followers*, interaksi antara informan dengan *followers*, dan manajemen akun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, karena dalam pengambilan sampel terdapat pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini, misalnya, informan merupakan seseorang yang sangat memahami permasalahan dalam penelitian atau informan dianggap mampu menjelaskan mengenai topik yang berkaitan dengan tujuan penelitian, sehingga dapat memudahkan peneliti untuk menjelajahi objek atau situasi sosial yang sedang diteliti (Cahyani et al., 2022: 154).

Kriteria informan yang menjadi sampel penelitian adalah sebagai berikut: (1) pengguna media sosial X yang berada di rentang usia 18-24 tahun, (2) menggunakan *fans account* anonim NCT Dream di media sosial X yang terletak pada nama pengguna, foto profil, konten yang diposting, dan telah aktif minimal enam bulan, dan (3) aktif menggunakan *fans account*. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Model Miles dan Huberman digunakan sebagai metode analisis data di mana analisis dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga data mencapai titik jenuh (Helaluddin & Wijaya, 2019: 123). Tahapan analisis data terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

## **PEMBAHASAN**

### **Hasil Wawancara Informan 1**

Informan pertama pengguna *fans account* dengan *username* @gantoengankunci berasal dari Samarinda dan bekerja sebagai tenaga administrasi CV Kontraktor. Ia telah menggunakan media sosial X sejak 2019 dan pada awalnya hanya memanfaatkan fitur *private account* pada X untuk curhat, sehingga akhirnya pada tahun 2023 ia juga dimanfaatkan media sosial X untuk kegiatan *fangirling* agar dapat mendukung dan mengekspresikan kesukaannya terhadap NCT Dream. Akun @gantoengankunci memanfaatkan anonimitas yang diberikan oleh platform ini tanpa mengungkapkan identitas pribadi, seperti nama asli, foto wajah, atau alamat lengkap. Anonimitas ini dijaga dengan menggunakan fitur-fitur seperti bio untuk mengklarifikasi jenis akun dan *draft* untuk mengatur tulisan yang akan diposting. Pengguna ini juga menjaga batasan informasi pribadi dengan tidak mencantumkan nomor telepon, latar belakang pendidikan, maupun pekerjaan, dan hanya membagikan informasi umum seperti kota domisilinya.

Selain itu, pengguna @gantoengankunci menerapkan kontrol terhadap privasi dan kenyamanan

diri dalam berinteraksi di *fandom*, termasuk menahan diri untuk tidak membuka akun jika terdapat suasana yang *toxic* di *timeline*. Media sosial X dianggapnya sesuai sebagai media ekspresi karena fitur anonimitas dan format yang lebih berfokus pada teks, yang memungkinkan ia mengekspresikan diri dengan bebas tanpa takut akan penilaian sosial. Pengguna juga merasa fitur-fitur yang ada memadai untuk mendukung aktivitas *fangirling*-nya terhadap NCT Dream, sambil tetap menjaga keseimbangan antara keterbukaan dan kerahasiaan informasi pribadi.

### **Hasil Wawancara Informan 2**

Informan kedua dalam penelitian ini berasal dari Surabaya dan merupakan mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis di salah satu universitas asal domisilinya. Ia menggunakan *username* @haenynay dan *display name* “nayoo”. Penggunaan *username* dan *display name* ini merupakan nama samaran yang dikombinasikan antara nama asli informan dan nama salah satu member NCT Dream, Haechan. *Username* dan *display name* ini mencerminkan keterikatannya dengan grup idolanya, tanpa mengungkapkan nama asli atau informasi pribadi lainnya. Dalam bio, ia menulis kutipan yang berkaitan dengan Haechan untuk mengekspresikan apresiasinya terhadap NCT Dream. Alasan memilih media sosial X adalah karena platform ini berbasis tulisan, sehingga ia dapat lebih bebas dalam mengekspresikan perasaan dan berkomunikasi dengan penggemar lain.

Akun @haenynay menjaga privasi dengan menghindari pengungkapan informasi pribadi secara detail dalam postingan, dan hanya membagikan cerita umum tentang kehidupan kuliah. Ia tidak menggunakan foto profil dirinya, melainkan foto member NCT Dream, namun kadang membagikan foto wajahnya tanpa penutup. Meski sesekali mencurahkan isi hati tentang aktivitas perkuliahan, ia tetap menjaga kerahasiaan lokasi kuliah dan domisili. Selama menggunakan akun ini, ia belum mengalami pelanggaran privasi dan merasa bahwa kontrol terhadap informasi yang dibagikannya di platform ini membuatnya nyaman berinteraksi dengan penggemar lain tanpa risiko masalah privasi.

### **Hasil Wawancara Informan 3**

Akun @gryfindzor, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi asal Cirebon, merupakan informan ketiga dalam penelitian ini. Tujuan dia membuat *fans account* adalah untuk mendapatkan *life update* mengenai idolanya dan bentuk *support* kepada idolanya. Alasan ia memilih media sosial X adalah karena fitur yang memudahkan *fangirling* dan pengekspresian diri melalui tulisan tanpa tekanan untuk membagikan foto atau video. Meski anonim dalam *username* dan *display name*, ia kadang mengungkapkan nama aslinya dalam batasan tertentu dan menulis bio yang menunjukkan dukungan untuk NCT Dream dan Seventeen; memberi tahu mutualnya bahwa meski lebih fokus ke NCT Dream, ia juga mendukung Seventeen.

Dalam menjaga privasi, akun @gryfindzor tidak menggunakan foto diri sebagai profil, melainkan foto idolanya, dan hanya sekali membagikan fotonya saat “*selca day*” dengan wajah



sebagian tertutup. Ia selektif dalam berbagi informasi, membatasi detail tentang kehidupan pribadi, dan hanya teman-teman terdekat yang tahu akunnya. Ia memanfaatkan fitur *private* untuk curhat lebih dalam dan menjaga informasi pribadinya dari publik. Untuk menjaga kenyamanan dan menghindari risiko, ia mengontrol postingan dan kadang menghapus unggahan jika merasa terlalu terbuka, memastikan bahwa akun tetap menjadi ruang aman untuk mengekspresikan diri tanpa khawatir akan kebocoran informasi.

#### Hasil Wawancara Informan 4

Akun @xweetheartx merupakan informan keempat yang saat ini bekerja sebagai *freelancer* dan berasal dari Kabupaten Bogor. Pada awalnya, ia membuat akun media sosial X ketika pandemi Covid-19 berlangsung. Saat itu ia merasa bingung dan bosan karena hampir semua kegiatan dilakukan dari rumah. Ia akhirnya mengunduh berbagai aplikasi dan mencoba menggunakan media sosial X untuk mengisi waktu. Setelah itu, ia mulai menyukai NCT Dream pada tahun 2023 dan akhirnya menggunakan akun ini juga sebagai *fans account* untuk mendukung NCT Dream. Memilih untuk tetap anonim, ia tidak pernah mengungkapkan nama aslinya di akun ini, baik melalui *username*, *display name*, atau postingan, kecuali satu kali dalam pesan langsung pribadi. Ia tidak menggunakan fitur domisili atau tanggal lahir, dan hanya memberikan informasi zodiak dan tahun lahir di bio. Foto profilnya selalu berupa gambar idola, meskipun ia pernah mengunggah fotonya saat *event* khusus di mana ia menambahkan foto dirinya bersama foto anggota NCT Dream.

Dalam mengelola privasi, akun @xweetheartx sangat selektif dengan mutualnya, memastikan bahwa mereka memiliki minat serupa untuk menjaga kenyamanan dalam mengekspresikan diri. Ia menghindari berbagi detail pribadi untuk menghindari *doxing* dan hanya berbagi cerita umum. Jika merasa ragu dalam memosting, ia akan menahan diri atau mengalihkannya ke akun pribadi untuk menjaga interaksi yang sehat dan menghindari risiko konflik. Selama lebih dari setahun menggunakan *fans account* ini, ia tidak mengalami masalah kebocoran informasi atau konflik dengan *mutual* dan menyarankan untuk tidak terlibat dalam keributan di *timeline* demi menjaga hubungan baik dengan *mutual* dan menghindari dampak negatif bagi dirinya dan idolanya..

#### Hasil Wawancara Informan 5

Informan kelima sekaligus yang terakhir dalam penelitian ini adalah akun @markiemeng. Ia bekerja sebagai seorang admin di perusahaan *skincare* dan berasal dari Kabupaten Tegal. Sudah sejak tahun 2021 ia menggunakan *fans account* di media sosial X dengan tujuan hiburan. Mengutamakan anonimitas, ia mengungkapkan identitas aslinya hanya sekali secara tidak sengaja melalui sebuah foto, sementara bio dan foto profilnya mencerminkan sisi ceria dan ramah yang ingin ia tampilkan ke *mutual-nya*. Ia memilih media sosial X karena fitur-fiturnya memungkinkan interaksi yang ekspresif dan mendukung ketertarikannya pada NCT Dream, khususnya melalui fitur *Space* yang

memungkinkan diskusi bersama penggemar lain tanpa memperlihatkan wajah, seperti saat tadarusan bersama selama bulan Ramadan.

Dalam menjaga batasan informasi pribadi, akun @markiemeng berhati-hati dalam membagikan cerita sehari-hari tanpa mengungkap detail sensitif seperti tempat kerja atau nomor telepon. Ia juga selektif dalam memilih *mutual* yang memiliki minat serupa, membatasi komentar untuk menghindari konflik, dan mempertimbangkan risiko sebelum memosting opini. Ia sering kali memilih akun privat jika ingin mengekspresikan pandangan yang lebih personal. Sejauh ini, ia belum mengalami masalah privasi dan merasakan kepuasan yang tinggi dengan media sosial X karena kenyamanan berinteraksi dengan penggemar lain sambil tetap menjaga privasinya.

### **Analisis**

Para informan dalam penelitian ini menunjukkan variasi dalam pengelolaan informasi privasi di *fans account* mereka di media sosial X. Keseluruhan informan memilih untuk tetap anonim, terutama dengan tidak menampilkan nama asli dalam *username* atau *display name*, tetapi beberapa di antaranya pernah tanpa sengaja mengungkap nama panggilan melalui postingan. Mereka juga lebih berhati-hati dalam menampilkan wajah; sebagian besar hanya menggunakan foto *idol* atau menyamarkan wajah dalam foto. Fitur domisili dan tanggal lahir jarang ditampilkan di profil, tetapi terkadang dibagikan dalam postingan. Semua informan setuju untuk tidak mengungkap informasi sensitif seperti nama lengkap atau detail pekerjaan demi menjaga keamanan.

Meskipun terdapat perbedaan dalam cara mengungkapkan identitas, mayoritas informan berbagi informasi sehari-hari dan curahan perasaan mereka, sambil menjaga agar detail pribadi tidak terungkap secara rinci. Hal ini membantu mereka membangun hubungan dengan *mutual* yang memiliki minat sama, sehingga dapat lebih bebas mengekspresikan diri dan mendukung NCT Dream. Melalui anonimitas dan selektif dalam membagikan informasi, mereka merasa lebih nyaman menggunakan *fans account* ini sebagai wadah untuk menyalurkan emosi dan memperkuat ikatan sebagai penggemar.

Para informan dalam penelitian ini menekankan pentingnya batasan privasi antara informasi publik dan pribadi dalam penggunaan *fans account* NCT Dream di media sosial X. Mereka memilih untuk tidak mengungkapkan informasi sensitif, seperti nama asli, alamat lengkap, penampilan fisik, latar belakang pendidikan, pekerjaan, nomor telepon, dan detail kehidupan sehari-hari. Batasan ini dijaga agar *fans account* tetap menjadi ruang aman untuk mengekspresikan diri tanpa keterikatan dengan identitas asli, sehingga privasi mereka tetap terjaga dan terhindar dari potensi penyalahgunaan informasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Meskipun berbagi beberapa cerita umum tentang kegiatan sehari-hari, mereka tetap menjaga agar detail-detail yang spesifik dan terkait kehidupan nyata tidak terbuka ke publik. Semua informan sepakat bahwa menggunakan *fans account* secara anonim meminimalkan keterikatan dengan

kehidupan pribadi dan mencegah risiko kebocoran informasi. Dengan pendekatan ini, mereka dapat menikmati dukungan terhadap idola mereka, NCT Dream, serta berinteraksi dengan sesama penggemar tanpa harus mengungkap identitas asli atau informasi sensitif lainnya.

Dalam teori *Communication Privacy Management*, setiap pengguna *fans account* NCT Dream di media sosial X memiliki kontrol penuh atas informasi pribadi yang ingin mereka bagikan. Mereka menjaga kendali dengan menyeleksi akun lain yang diikuti, memilih *mutual* yang sama-sama *fans* NCT Dream, dan menghindari interaksi dengan akun yang dianggap *toxic*. Dengan pendekatan ini, mereka merasa lebih nyaman berinteraksi, menjaga informasi pribadi dari pihak yang tidak bertanggung jawab, dan memastikan akun mereka tetap aman sebagai ruang untuk mengekspresikan diri. Para informan juga menggunakan langkah lain, seperti membatasi waktu akses ketika *timeline* dipenuhi konten negatif, menghindari keterlibatan dalam perdebatan antar-fandom, dan menggunakan akun privat untuk menyalurkan opini yang sensitif. Melalui cara ini, mereka dapat tetap mendukung idolanya tanpa menimbulkan gesekan dengan pengguna lain. Sikap saling menjaga informasi pribadi ini menumbuhkan kepercayaan antar pengguna *fans account*, di mana mereka percaya informasi yang mereka bagikan akan tetap aman dan terkendali di antara mereka.

Menurut teori *Communication Privacy Management*, aturan manajemen menjadi panduan penting dalam mengatur privasi informasi. Tiga aturan utama mencakup: aturan privasi, koordinasi batas, dan turbulensi batas. Aturan privasi menggarisbawahi pentingnya tujuan, motivasi, dan konteks sebagai faktor dalam membatasi informasi yang diungkapkan. Para informan di *fans account* NCT Dream di media sosial X memilih untuk mengungkapkan diri secara terbatas agar tetap merasa aman dalam mengekspresikan kecintaan terhadap idola. Di sisi lain, konteks media sosial X dengan fitur anonimitasnya memberi ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri tanpa risiko berlebih. Koordinasi batas melibatkan kesepakatan antara pengguna terkait privasi masing-masing, di mana identitas dan informasi pribadi dijaga agar tidak dicampur dengan kehidupan nyata. Sementara itu, turbulensi batas menggambarkan potensi konflik yang muncul jika batas privasi dilanggar, seperti risiko *doxing* yang sangat dihindari oleh para pengguna. Untuk mencegah hal ini, para informan menyadari pentingnya menjaga batas privasi yang ketat dan menghindari pembahasan tentang kehidupan nyata, sehingga dapat terus berinteraksi dalam komunitas dengan aman dan nyaman.

Dialektika manajemen yang dijalankan oleh pengguna *fans account* NCT Dream di media sosial X mencerminkan ketegangan antara keinginan untuk berbagi informasi dan menjaga privasi. Para pengguna mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memosting, seperti potensi reaksi negatif dan dampak terhadap kenyamanan dalam komunitas *fandom*. Fitur seperti *draft* dan *private account* membantu pengguna mengelola konten yang mereka bagikan, memungkinkan mereka menyimpan postingan yang belum pasti, mengontrol aksesibilitas, dan memitigasi risiko konflik dengan pengguna lain. Dengan cara ini, mereka dapat berinteraksi dengan penggemar lain sambil menjaga keseimbangan antara keterbukaan dan keamanan pribadi.

Proses dialektika ini memperlihatkan bagaimana pengguna *fans account* secara strategis mengelola informasi pribadi, menghindari *oversharing*, dan memilih kata-kata yang tidak menyinggung. Fitur-fitur di media sosial X memberi ruang bagi mereka untuk menyimpan konten yang sensitif atau menimbulkan keraguan, serta membatasi interaksi hanya pada orang-orang yang dipercaya. Dialektika manajemen memungkinkan mereka untuk tetap aktif mendukung idola dan terhubung dengan sesama penggemar, sembari mempertahankan privasi dan keamanan pribadi dalam aktivitas *online* mereka.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menemukan bahwa pengguna *fans account* NCT Dream di media sosial X mengelola privasi mereka dengan efektif melalui strategi manajemen privasi komunikasi. Mereka membatasi informasi pribadi yang dibagikan dan memanfaatkan fitur anonim serta kontrol akses pada platform untuk menjaga identitas mereka. Dengan tetap menjaga batasan antara identitas virtual dan dunia nyata, para pengguna dapat bebas mengekspresikan diri dan mendukung idola mereka tanpa mengorbankan privasi.

Pengguna media sosial, khususnya platform X, disarankan untuk bijak dalam mengungkapkan informasi pribadi dan selalu mengontrol apa yang dibagikan untuk menjaga keamanan dan menghindari penyalahgunaan. Penggemar juga sebaiknya menyaring postingan dan menghindari konflik yang dapat menimbulkan reaksi negatif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti melibatkan informan dengan latar belakang lebih beragam dan menggali lebih dalam proses manajemen privasi komunikasi yang diterapkan oleh individu dalam pengelolaan informasi pribadi.

## **Daftar Pustaka**

- Aisah, D. D., & Prasetyawati, Y. R. (2018). Pengaruh Konten dan Gaya Komunikasi di Platform Konsultasi Berbasis Online @IBUNDA\_ID terhadap Brand Awareness. *Wacana*, Vol 17 (No 1), 29–38.
- Asmara, S., & Butsi, F. I. (2020). Twitter dan Public Sphere: Studi Fenomenologi Tentang Twitter Sebagai Media Alternatif Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi : Communique*, Vol 2 (No 2), 75–84.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, Vol 3 (No 1), 1–9.
- Ayundari, K. W., & Perbawani, P. S. (2021). Dinamika Online Persona Akun Anonim Twitter Penggemar KPop. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, Vol 2 (No 1), 40–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jmki.63068>
- Cahyani, I. P., Syaikhah, H., & Irawatie, A. (2022). Memahami Pemaknaan Self Disclosure Melalui Pengalaman Para Pengguna Akun Pseudonim di Twitter. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, Vol 14 (No 2), 146–164.

- Fitri, D. K., & Irwansyah, I. (2023). Pembentukan Self-Disclosure Pengguna Dating Apps Tinder Dalam Komunikasi Interpersonal Untuk Menemukan Pasangan Hidup. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, Vol 4 (No 1), 47–59.
- Fuschillo, G. (2020). Fans, Fandoms, or Fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, Vol 20 (No 3), 347–365.
- Hayes, R. A., Carr, C. T., & Wohn, D. Y. (2016). One Click, Many Meanings: Interpreting Paralinguistic Digital Affordances in Social Media. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol 60 (No 1), 171–187.
- Helaluddin, & Wijaya, H. (2019). Analisis Data Kualitatif : Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik (1st ed.).
- Hu, C., Kumar, S., Huang, J., & Ratnavelu, K. (2020). The Predictors of Users' Satisfaction in an Anonymous Environment: The Role of the Negative True Self. *Behaviour and Information Technology*, Vol 39 (No 2), 213–225.
- Jacqueline, G. (2019). Self-Disclosure Individu Androgini melalui Instagram sebagai Media Eksistensi Diri. *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol 3 (No 2), 272–286.
- Kamilah, F. N., & Lestari, S. B. (2020). Manajemen Privasi pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, Vol 9 (No 1), 98–108.
- Lu, W., & Hampton, K. N. (2017). Beyond the Power of Networks: Differentiating Network Structure from Social Media Affordances for Perceived Social Support. *New Media and Society*, Vol 19 (No 6), 861–879.
- Maulidina, A. Z. (2023). Anonimitas Media Sosial sebagai Penyaring Kedekatan dan Pengungkapan Diri (Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Twitter Pseudonim) [Universitas Sebelas Maret]. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/107209/Anonimitas-Media-Sosial-sebagai-Penyaring-Kedekatan-dan-Pengungkapan-Diri-Manajemen-Privasi-Komunikasi-Pengguna-Twitter-Pseudonim>.
- Noviyanti, D. I., Poerana, A. F., & Oxygentri, O. (2022). Kontruksi Makna Fangirling (Studi Fenomenologi pada Fan Account Twitter Penggemar IU di Kalangan Followers @\_IUINDONESIA. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol 9 (No 2), 813–821.
- Petronio, S., & Child, J. T. (2020). Conceptualization and Operationalization: Utility of Communication Privacy Management Theory. *Current Opinion in Psychology*, Vol 31, 76–82. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.009>
- Sawitri, D. Z., & Kusuma, R. S. (2023). Fan Account Sebagai Identitas Penggemar Perempuan K-POP. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Widiyantoro, R. (2021). Twitter Sebagai Media Alternatif Pengungkapan Diri Kelompok Homoseksual (Studi Komunikasi Termediasi Komputer Antarindividu Gay Pengikut Akun Twitter @tynderfess). [Universitas Sebelas Maret]. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/95077/Twitter-Sebagai-Media-Alternatif-Pengungkapan-Diri-Kelompok-Homoseksual-Studi-Komunikasi-Termediasi-Komputer-Antarindividu-Gay-Pengikut-Akun-Twitter-tynderfess>.

Zhang, R., & Fu, J. S. (2020). Privacy Management and Self-Disclosure on Social Network Sites: The Moderating Effects of Stress and Gender. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol 25 (No 3), 236–251.