

ABSTRAK

Isu kebocoran informasi pribadi menjadi perhatian serius karena semakin banyak kasus yang menunjukkan lemahnya kontrol terhadap data yang dibagikan di media sosial. Dalam menghadapi resiko tersebut, individu dituntut untuk menjadi pengelola utama atas informasi pribadinya dengan memilih secara selektif informasi yang dibagikan dan kepada siapa informasi ditujukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen privasi yang dilakukan pengguna Instagram melalui fitur *Close Friends* serta memahami pemaknaan pengguna terhadap fitur tersebut. Teori yang digunakan adalah Teori *Communication Privacy Management* oleh Sandra Petronio dan Teori Interaksionisme Simbolik oleh George Herbert Mead. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan model fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap lima informan yang merupakan pengguna aktif fitur *Close Friends*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna Instagram mengelola informasi dengan menyusun daftar audiens berdasarkan kepercayaan, kedekatan, dan kondisi hubungan. Pengaturan tersebut bersifat fleksibel disesuaikan dengan isi konten dan dinamika relasi. Informasi yang dibagikan umumnya bersifat pribadi, meskipun tetap terdapat celah keamanan. Pengguna memaknai Fitur *Close Friends* tidak hanya sebagai alat pembatas audiens, tetapi juga ruang simbolik yang merepresentasikan kedekatan, kepercayaan, dan ekspresi diri. Fitur ini memberikan rasa aman, nyaman, dan kepuasan bagi penggunanya. Namun, dalam kondisi tertentu, kenyamanan ini dapat mendorong perilaku *oversharing* ketika kontrol diri melemah.

Kata kunci: *Close Friends*, Manajemen Privasi, *Communication Privacy Management*, Pemaknaan Fitur, Interaksionisme Simbolik

ABSTRACT

The issue of personal information leakage is a serious concern as more and more cases show weak control over data shared on social media. In the face of these risks, individuals must be the main managers of their personal information by selectively choosing the information that is shared and to whom the information is addressed. This research aims to find out the privacy management carried out by Instagram users through the Close Friends feature and understand the user's meaning of the feature. The theories used are Communication Privacy Management Theory by Sandra Petronio and Symbolic Interactionism Theory by George Herbert Mead. Using a qualitative approach with a phenomenological model. Data were collected through in-depth interviews and observations of five informants who are active users of the Close Friends feature. The results indicate that Instagram users manage information by organizing audience lists based on trust, closeness, and relationship conditions. The arrangement is flexible according to the content and relationship dynamics. The information shared is generally private, although there are still security gaps. Users interpret the Close Friends feature not only as a tool to limit the audience, but also as a symbolic space representing closeness, trust, and self-expression. This feature provides its users a sense of security, comfort, and satisfaction for its users. However, under certain circumstances, this convenience can encourage oversharing behavior when self-control is weakened.

Keywords: Close Friends, Privacy Management, Communication Privacy Management, Feature Interpretation, Symbolic Interactionism