

PENTINGNYA MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PADA APLIKASI *BUMBLE* (STUDI KASUS PADA TIGA PENGGUNA DARI KALANGAN GEN-Z)

Cyntia Dewi Anggraini¹, Divani Wiandari²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Nasional Jakarta, Indonesia

Email: cyntia.dewi@civitas.unas.ac.id^{1*}, divaniwianda@gmail.com²

*Korespondensi : cyntia.dewi@civitas.unas.ac.id

(Submission 26-05-2025, Revisions 07-06-2025, Accepted 24-06-2025)

ABSTRACT

This study aims to understand how the implementation of communication privacy management is carried out by Bumble application users from Generation Z. Dating apps such as Bumble are a new space for digital interaction that requires users to actively manage personal information in a fluid and open communication situation. In this context, privacy management is an important process to maintain the boundaries of personal information shared with others. This study uses a qualitative approach with a constructivist paradigm and case study methods for three Gen Z informants who actively use the Bumble application. The results of the study show that the implementation of privacy management is carried out through three main strategies: the selection of information displayed on the profile, selectivity in responding to messages, and the adjustment of privacy limits according to the level of trust in the interlocutor. However, it was also found that there were gaps and inconsistencies in privacy management practices, which were influenced by subjective perceptions of security, the desire to build closeness, and the lack of digital literacy on privacy risks. This finding strengthens the relevance of Sandra Petronio's Communication Privacy Management (CPM) theory, which introduces five principles: owner, co-owner, boundary, rules, and turbulence, in the context of digital communication and emphasizes the importance of privacy education among young users. The contribution of this research highlights the need to develop Gen-Z's understanding of defining and managing privacy in a fluid and open digital environment.

Keywords: communication privacy management, Bumble app, Generation Z, digital communication, case study.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penerapan manajemen privasi komunikasi dilakukan oleh pengguna aplikasi *Bumble* dari kalangan Generasi Z. Aplikasi kencan seperti *Bumble* menjadi ruang baru interaksi digital yang menuntut pengguna untuk secara aktif mengelola informasi pribadi dalam situasi komunikasi yang cair dan terbuka. Dalam konteks ini, manajemen privasi menjadi proses penting untuk menjaga batas-batas informasi personal yang dibagikan kepada orang lain. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivistis serta metode studi kasus terhadap tiga informan Gen Z yang aktif menggunakan aplikasi *Bumble*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen privasi dilakukan melalui tiga strategi utama: pemilihan informasi yang ditampilkan di profil, selektivitas dalam merespons pesan, dan penyesuaian batas privasi sesuai tingkat kepercayaan terhadap lawan bicara. Namun demikian, ditemukan pula adanya celah dan ketidakkonsistenan dalam praktik manajemen privasi, yang dipengaruhi oleh persepsi subyektif terhadap rasa aman, keinginan untuk membangun kedekatan, serta minimnya literasi digital terhadap risiko privasi. Temuan ini memperkuat relevansi teori *Communication Privacy Management* (CPM) oleh Sandra Petronio yang mengenalkan lima prinsip, yaitu: *owner*, *co-owner*, *boundary*, *rules* dan *turbulence*, dalam konteks komunikasi digital dan menekankan pentingnya edukasi privasi di kalangan pengguna muda. Kontribusi penelitian ini menekankan pada pentingnya pengembangan pemahaman bagi Gen-Z dalam memaknai dan mengelola privasi dalam lingkungan digital yang cair dan terbuka.

Kata Kunci : Manajemen privasi komunikasi, Aplikasi Bumble, Generasi Z, Komunikasi digital, Studi Kasus

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi antarpersonal secara drastis. Dalam era komunikasi berbasis aplikasi, individu semakin terdorong untuk membagikan informasi pribadi demi menjalin koneksi sosial, termasuk melalui aplikasi kencan daring seperti *Bumble*. Aplikasi ini memungkinkan pengguna, khususnya dari kalangan Generasi Z, untuk memperluas relasi sosial dan romantis secara instan. Namun, kemudahan ini juga memunculkan tantangan serius terkait dengan pengelolaan informasi pribadi dan perlindungan data individu.

Dalam studi komunikasi digital, manajemen privasi dalam komunikasi mengacu pada proses individu dalam mengontrol, menyaring, dan menetapkan batasan terhadap informasi pribadi yang dibagikan kepada orang lain. Salah satu teori yang membahas tentang manajemen privasi komunikasi adalah *Communication Privacy Management (CPM)* yang dikembangkan oleh Sandra Petronio. Dalam teori ini, dirumuskan bahwa setiap orang bertindak sebagai "pemilik" informasi pribadi dan memiliki hak serta strategi untuk mengatur siapa yang boleh mengakses informasi tersebut dan dalam kondisi seperti apa (Petronio, 2002). Ketika informasi tersebut dibagikan, penerima informasi menjadi "ko-pemilik" dan diharapkan mengikuti aturan privasi yang telah ditentukan oleh pemilik utama. Namun, konflik kerap muncul ketika batas-batas ini dilanggar atau tidak dipahami secara eksplisit.

Terlanggarnya batas atau munculnya konflik menyebabkan gagalnya manajemen privasi komunikasi. Ini dapat menimbulkan konsekuensi serius, terutama dalam konteks hubungan daring yang bersifat cepat, personal, dan seringkali minim kepercayaan. Data dari Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) mencatat bahwa dalam kurun waktu 2020–2022, terjadi peningkatan kasus penyalahgunaan informasi pribadi yang berujung pada pelecehan daring dan pemerasan terhadap pengguna muda aplikasi kencan, termasuk *sextortion* dan *doxing* (KPAI, 2022). Selain itu, laporan dari *Digital Forensic Indonesia* menunjukkan bahwa mayoritas korban manipulasi data pribadi di ruang digital berasal dari kelompok usia 18–24 tahun, yakni kategori usia Gen Z (*Digital Forensic Indonesia*, 2023).

Kasus lain juga terjadi pada tahun 2023, yaitu pelecehan dan penyebaran data pribadi seorang perempuan pengguna *Bumble* di Jakarta. Kasus yang menjadi sorotan media ini terjadi ketika korban mengalami intimidasi setelah pelaku menyebarkan tangkapan layar percakapan personal yang bermula dari interaksi awal di aplikasi tersebut ke media sosial tanpa izin. Peristiwa ini menunjukkan bagaimana pengendalian terhadap informasi pribadi dan kesadaran mengenai pentingnya manajemen privasi komunikasi dalam interaksi daring masih kurang. Kasus ini juga menunjukkan adanya ancaman yang berkaitan dengan pelecehan seksual yang perlu diperhatikan oleh pengguna aplikasi seperti *Bumble*. Ancaman ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti pesan yang mengandung kata-kata tidak pantas, ajakan yang tidak diinginkan, hingga tindakan yang melewati batas kesopanan.

Data dari *SimilarWeb* (2024) sebagaimana dikuti CNN Indonesia (2024) per-Juli 2024 menunjukkan bahwa *Bumble* tercatat sebagai aplikasi kencan yang paling banyak digunakan di Indonesia. Popularitas aplikasi ini meningkat dan menjadikannya pilihan bagi pengguna yang ingin mencari pasangan atau berkenalan dengan orang baru secara online. Sepanjang bulan Juli 2024, *Bumble* berhasil memperoleh 8,53 persen dari total lalu lintas kunjungan di kategori aplikasi kencan. Angka ini menunjukkan bahwa banyak orang tertarik menggunakan layanan yang ditawarkan oleh *Bumble*. Selain itu, aplikasi ini juga menempati peringkat ke-2.151 dalam daftar situs atau aplikasi yang paling sering diakses oleh pengguna internet di Indonesia.

Aplikasi *Bumble* memiliki fitur unik yang menginisiasi perempuan, dimana perempuan diberikan kendali penuh untuk memulai percakapan yang menurunkan risiko pelecehan verbal sejak awal interaksi. Hal ini membedakan *Bumble* dari aplikasi lain seperti *Tinder* atau *OKCupid*. Aplikasi *Bumble* menyediakan fitur *photo verification* untuk meminimalisir akun palsu. Namun, kekurangan dan bahaya dari aplikasi *Bumble* ini masih terlihat pada kerentanannya terhadap *oversharing* pengguna, terutama pada gen Z, yang cenderung membagikan terlalu banyak informasi pribadi (foto, lokasi, pengalaman pribadi), yang bisa berpotensi disalahgunakan jika manajemen privasi tidak diterapkan dengan baik (*Digital Forensic Indonesia*, 2023). Selain itu, beberapa pengguna *Bumble* di Indonesia dilaporkan menjadi korban *doxing* dan pelecehan setelah informasi pribadi yang dibagikan melalui aplikasi tersebut dibocorkan ke media sosial atau digunakan untuk pemerasan (*sextortion*). Kominfo mencatat lonjakan aduan terkait hal ini dalam dua tahun terakhir (Kominfo, 2023).

Pelecehan bisa terjadi secara verbal melalui percakapan di aplikasi, atau bahkan berlanjut ke dunia nyata jika pengguna tidak berhati-hati dalam menjaga privasi dan batasan mereka. Meskipun *Bumble* telah berupaya meminimalisir terjadinya pelecehan seksual pada aplikasi tersebut, namun tidak memungkiri bahwa masih terdapat banyak oknum yang dengan sengaja melakukan pelecehan seksual pada aplikasi kencan online. Eileen Kamtawijoyo, COO & Co-Founder *Populix* menuturkan, jumlah responden yang mengalami kejadian tidak menyenangkan tersebut setara dengan dengan 56 persen, dari total 732 responden pengguna aplikasi kencan online yang disurvei. Sebanyak 30 persen responden memiliki pengalaman tidak menyenangkan berupa pelecehan seksual pada aplikasi kencan. Pelecehan seksual yang memiliki potensi terjadi pada aplikasi kencan meliputi pelecehan seksual secara verbal dan penyebaran informasi pribadi termasuk identitas, foto atau video yang disalahgunakan tanpa izin (Kompas.com, 2024).

Generasi Z yang dikenal sebagai *digital native* memiliki kecenderungan untuk lebih terbuka di ranah daring. Namun, sering kali mengabaikan risiko keamanan informasi pribadi. Budaya *oversharing* dan keinginan untuk mendapatkan validasi sosial membuat mereka lebih rentan terhadap pelanggaran privasi (Anderson & Jiang, 2018). Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana individu-individu dari kalangan Gen Z menyikapi dan menerapkan manajemen privasi komunikasi dalam konteks penggunaan aplikasi *Bumble*. Gen Z merupakan kelompok usia yang paling aktif dalam menggunakan platform digital dan media sosial, termasuk aplikasi kencan daring. Laporan dari Statista (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% pengguna aplikasi *Bumble* berasal dari rentang usia 18–29 tahun, yang merupakan kelompok usia Gen Z. Hal ini menjadikan mereka populasi paling relevan untuk dikaji dalam studi mengenai dinamika komunikasi dan pengelolaan informasi pribadi di aplikasi *Bumble*.

Penelitian yang dilakukan Hilda Trianutami (2023) berjudul “*Fenomena Manajemen Privasi Komunikasi Generasi Z Atas Keresahan User Aplikasi Tinder*” menyebutkan bahwa aplikasi digital yang berhasil meraih popularitas di Indonesia adalah *Tinder*. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian ini menemukan beberapa fenomena berkonotasi negatif seperti penipuan dan FWB (*friend with benefit*) yang membutuhkan pertimbangan terhadap keterbukaan informasi pribadi melalui teori manajemen privasi komunikasi. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada aplikasi yang diteliti, dimana penelitian ini melakukan penelitian terhadap *dating apps Tinder*. Sementara penelitian ini meneliti *dating apps Bumble*.

Penelitian yang dilakukan Sarah Fadilla (2023) dengan judul “*Keterbukaan Diri Pengguna Aplikasi Kencan Online Bumble Dalam Mencari Pasangan*” menemukan bahwa pada tahap awal pendekatan kontak, daya tarik yang paling berpengaruh adalah daya tarik fisik dan kepribadian. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian ini menemukan bahwa pada saat melakukan *self disclosure*, faktor kelompok, kepribadian dan efek diadik memiliki pengaruh yang besar. Terjadi keterbukaan diri secara acak yang didasari oleh tujuan masing-masing informan. Penelitian ini menggunakan teori *self disclosure*, teori fenomenologi, teori interaksi simbolik dan teori konstruksi sosial.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, terletak pada obyek penelitian. Pada penelitian ini, penulis berfokus pada penerapan manajemen privasi komunikasi oleh pengguna aplikasi *Bumble* dari kalangan Gen Z. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi kasus terhadap tiga pengguna aplikasi *Bumble* yang berasal dari kalangan Gen Z dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana informan melakukan strategi dalam mengelola informasi pribadi saat berinteraksi melalui aplikasi *Bumble*, tantangan apa yang dihadapi, dan bagaimana kesadaran mereka terhadap pengelolaan informasi pribadi tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai hasil konstruksi bersama dari persepsi, pengalaman, dan interpretasi individu (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana individu dari kalangan Gen Z memaknai dan menerapkan manajemen privasi komunikasi dalam penggunaan aplikasi *Bumble*. Karena makna "privasi" sangat bersifat personal, kontekstual, dan dinamis, maka pendekatan yang menekankan subjektivitas menjadi sangat relevan. Paradigma konstruktivis memungkinkan peneliti

untuk mengeksplorasi pengalaman, narasi, dan strategi personal yang digunakan masing-masing narasumber dalam mengelola informasi pribadi mereka secara digital, tanpa memaksakan kerangka umum. Penelitian ini berusaha memahami pola manajemen privasi komunikasi kalangan Gen Z di aplikasi kencan *Bumble* sebagai upaya memahami cara Gen Z mengelola privasi mereka yang bukan hanya didasarkan pada aturan atau petunjuk teknis, melainkan juga terbentuk dari pengalaman pribadi dan interaksi dengan orang lain

Pendekatan kualitatif, menurut Sugiyono (2018), digunakan untuk mengkaji kondisi objek secara alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi yang menggabungkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh bersifat kualitatif, dianalisis secara induktif, dan hasil penelitian bertujuan untuk memahami makna dari fenomena yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, prosesnya melibatkan langkah-langkah berpikir kritis-ilmiah. Penulis memulai dengan pendekatan induktif, yaitu dengan mengumpulkan berbagai fakta dan fenomena sosial melalui observasi lapangan, lalu menganalisis data tersebut dan mengembangkan teorisasi berdasarkan apa yang telah diamati.

Terdapat tiga informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Ketiganya merupakan pengguna aplikasi kencan *Bumble* dengan kategori kelompok usia 18 sampai 27 tahun yang masuk dalam kategori Gen Z. Sebelum memilih informan, peneliti telah melakukan observasi kepada terhadap informan yang akan diteliti, yaitu dengan berpartisipasi mengunduh aplikasi *Bumble* dan menemukan informan yang sesuai dengan kriteria penelitian serta bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Adapun kriteria informan yang ditetapkan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Gen Z
Mereka yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Bumble yang termasuk dalam kategori remaja dengan rentang usia 20-24 tahun, berstatus sebagai mahasiswa maupun pekerja.
2. Wanita
Peneliti melakukan spesifikasi terhadap gender dan berfokus hanya terhadap pengalaman para wanita karena lebih memiliki potensi gangguan pada aplikasi kencan.
3. Intensitas
Variasi tingkat intensitas pengguna aplikasi kencan *Bumble* meliputi pengguna aktif harian, pengguna yang hanya mengakses sesekali maupun mantan pengguna yang memiliki pengalaman relevan dengan minimal pengalaman satu tahun dilibatkan dalam penelitian ini.

Beberapa langkah yang dilakukan peneliti dalam uji keabsahan data adalah: *Pertama*, uji kredibilitas data dengan: (a) Turun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dari informan kunci atau *key informan* maupun informan; (b) Menggunakan lebih dari dua narasumber untuk memperoleh data secara tepat dan tidak subjektif; (c) Penulis berupaya melakukan konfirmasi data pada narasumber; dan (d) Memperpanjang masa pengamatan agar dapat menguji informasi dari responden, serta untuk membangun kepercayaan para responden terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti sendiri (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini melibatkan tiga informan, diantaranya: *key informan* yakni Zahra Lutfiana Fitri, informan-1 Sherlly Merissa, dan informan-2 Anisa. Alasan peneliti melakukan wawancara mendalam kepada tiga informan tersebut karena para informan ini merupakan pengguna aplikasi *Bumble* selama minimal 3 tahun. Mereka bertempat tinggal di daerah Blok M, Jakarta Selatan, yang dikenal sebagai wilayah tempat berkumpulnya generasi Z. Penelitian ini dilakukan di *Family Mart* Bulungan, Blok M dan *Mall Lotte Shopping*, Kuningan Jakarta Selatan. Penelitian berlangsung selama 4 bulan mulai dari bulan Oktober 2024 hingga Januari 2025.

Tahapan akhir dari penelitian adalah penyusunan laporan dengan struktur yang fleksibel. Penelitian ini, khususnya menganalisis fenomena penggunaan manajemen privasi komunikasi dari kalangan Gen Z terhadap aplikasi kencan *Bumble*.

HASIL

Penelitian ini menggunakan teori manajemen privasi komunikasi yang menyajikan konsep mengenai bagaimana orang-orang memutuskan apakah akan mengungkapkan atau menyembunyikan

informasi pribadi mereka, dan bagaimana keputusan tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kepercayaan, hubungan sosial, serta konteks yang lebih luas. Melalui teori ini, Sandra Petronio (2002) menggambarkan bahwa privasi bukanlah hal yang statis, melainkan sebuah proses dinamis yang melibatkan pertimbangan dan keputusan individual dalam interaksi sehari-hari. Teori CPM memberikan perspektif baru tentang pentingnya pengelolaan informasi pribadi dalam hubungan sosial, serta menyoroti bagaimana orang berhak mengatur dan mengendalikan informasi yang bersifat pribadi sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mereka.

Sandra Petronio (2002) dalam teori manajemen privasi komunikasi atau *Communication Privacy Management* (CPM) merumuskan adanya lima prinsip-prinsip yang mendorong terhadap asumsi teori tersebut, yaitu: 1) *Owner*, yang menekankan prinsip bahwa setiap individu adalah *owner* atau pemilik informasi yang berada pada dirinya; 2) *Co – Owner*, yaitu adanya pemilik lain di luar pemilik utama yang diberikan portal terhadap informasi; 3) *Rules*, yaitu aturan untuk memahami manfaat yang didapatkan dari sebuah keputusan keterbukaan diri dari informasi; 4) *Boundary*, yaitu batas yang digunakan sebagai pertimbangan dalam memutuskan untuk pengungkapan informasi; dan 5) *Turbulence*, yakni kondisi yang tidak sesuai pada proses pelaksanaan aturan.

Penelitian ini dimulai dengan mendeskripsikan secara mendalam pengalaman awal yang dialami oleh para informan selama mereka menggunakan aplikasi kencan *Bumble*. Penelitian terutama dilakukan untuk menjelaskan tahap awal ketika para informan pertama kali menggunakan aplikasi tersebut, termasuk alasan yang mendorong mereka untuk bergabung, ekspektasi awal yang mereka miliki, serta kesan pertama terhadap fitur-fitur yang tersedia di aplikasi. Selanjutnya, dilakukan pendalaman tentang bagaimana para informan memulai hubungan dengan orang-orang yang mereka temui melalui aplikasi, mencakup proses mencocokkan profil (*matching*), percakapan awal, hingga interaksi lebih lanjut yang mengarah pada hubungan yang lebih serius.

Selain tahap memulai hubungan, penelitian ini juga mendokumentasikan pengalaman para informan dalam menghadapi tahap akhir dari hubungan yang terjalin, baik itu karena perbedaan yang muncul, keputusan untuk berpisah, atau alasan lain yang menyebabkan hubungan tersebut tidak dapat dilanjutkan. Pengalaman para informan saat menggunakan aplikasi *Bumble* mulai dari awal hingga akhir serta berbagai dinamika emosional dan sosial yang dialami para informan pada setiap prosesnya, juga menjadi bagian dari penelitian sehingga memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh tentang perjalanan para informan.

Key informan, Zahra dan informan-1, Sherlly mulai menggunakan aplikasi *Bumble* sejak pertengahan tahun 2022. Namun, penggunaan aplikasi tidak dilakukan secara terus-menerus sepanjang hari. Mereka hanya mengaksesnya pada waktu tertentu, yaitu pada malam hari atau pada akhir pekan setelah menyelesaikan berbagai aktivitas utama yang menjadi prioritas mereka. Bagi mereka, *Bumble* bukan hanya sekadar aplikasi kencan, tetapi juga menjadi semacam hiburan ringan atau cara untuk mengalihkan perhatian sejenak dari kepenatan dan kesibukan sehari-hari. Aplikasi tersebut menjadi pilihan aktivitas yang santai di penghujung hari karena membantu mereka melepaskan stres setelah menjalani hari yang penuh dengan berbagai tanggung jawab dan kewajiban.

Informan-2, yakni Anisa menggunakan *Bumble* sejak 2023. Pada awal penggunaan, Anisa memiliki intensitas akses yang cukup tinggi. Dalam wawancara, Anisa menyampaikan bahwa ia dapat menghabiskan waktu sekitar satu sampai dengan dua jam hanya untuk melakukan berbagai aktivitas di *Bumble*, seperti *swipe* mencari pasangan yang cocok, mengobrol melalui fitur *chat*, atau bahkan melakukan panggilan telepon dengan orang-orang yang menarik perhatiannya. Tujuan para informan untuk mulai menggunakan aplikasi *Bumble* sebagian besar didorong oleh rasa kesepian yang mereka rasakan dalam kehidupan sehari-hari. Rasa kesepian ini menjadi pemicu utama yang mendorong mereka untuk mencoba aplikasi tersebut, karena mereka ingin mencari cara baru untuk berkomunikasi dan terhubung dengan orang lain.

Selain itu, mereka juga terinspirasi oleh pengalaman orang-orang di sekitar mereka yang berhasil menemukan pasangan hidup melalui *Bumble*. Bahkan ada beberapa yang hubungan mereka berakhir dengan pernikahan. Kisah sukses tersebut meningkatkan rasa penasaran para informan dan menanamkan harapan bahwa mungkin mereka juga bisa mendapatkan pengalaman yang serupa. Namun, pada awalnya mereka tidak memiliki ekspektasi yang terlalu tinggi. Tujuan utama mereka hanyalah untuk memiliki teman berbincang yang menyenangkan, yang bisa membuat mereka merasa lebih terhubung secara emosional dan sosial. Mereka menganggap pengalaman tersebut sebagai cara untuk mengisi

waktu luang dan mengurangi rasa kesepian tanpa menetapkan tujuan besar seperti menemukan pasangan.

Namun demikian, jika dalam prosesnya mereka bertemu dengan seseorang yang cocok dan hubungan tersebut berkembang menjadi sesuatu yang lebih serius hingga berakhir sebagai pasangan, mereka menganggap hal tersebut sebagai hadiah yang tidak terduga. Dengan demikian, tujuan mereka didasari oleh kebutuhan sederhana untuk bersosialisasi, tetapi tetap terbuka terhadap kemungkinan yang lebih besar jika kesempatan tersebut muncul.

- **Penerapan Terhadap Informan: Mengakhiri Hubungan Dalam Aplikasi *Bumble***

Berdasarkan pengalaman yang dialami para informan, mereka cenderung mengambil keputusan untuk mengakhiri hubungan apabila lawan bicara yang mereka temui di aplikasi *Bumble* mulai menunjukkan perilaku yang mengarah pada hal-hal negatif, tidak menghormati batasan, atau membuat mereka merasa tidak nyaman. Setiap informan memiliki pengalaman unik yang membentuk sikap tegas mereka dalam menghadapi situasi semacam ini. Seperti Zahra yang pernah mengalami gangguan yang cukup serius dari seseorang yang ia temui di *Bumble*. Orang tersebut terus-menerus menelepon Zahra, bahkan pada saat-saat yang tidak tepat, seperti ketika Zahra sedang sibuk bekerja. Gangguan ini terjadi berulang kali meskipun Zahra tidak memberikan respons yang mendorong perilaku tersebut. Tindakan orang tersebut membuat Zahra merasa bahwa privasinya telah dilanggar, yang pada akhirnya mendorongnya untuk mengambil langkah tegas dengan memanfaatkan fitur *unmatch* di aplikasi.

Dengan fitur ini, Zahra berhasil menghentikan interaksi dan mencegah orang tersebut untuk menghubunginya kembali. Keputusan ini diambil untuk menjaga privasi dan kenyamanannya dalam menggunakan aplikasi tersebut. Sementara itu, Sherlly memiliki alasan lain yang juga membuatnya sering memutuskan hubungan dengan lawan bicara di *Bumble*. Sherlly biasanya akan langsung mengakhiri interaksi apabila topik pembicaraan mulai mengarah pada hal-hal yang berbau seksual atau menunjukkan ketidakhormatan terhadap dirinya. Bagi Sherlly, percakapan seperti itu bukan hanya tidak sopan tetapi juga membuatnya merasa tidak dihargai sebagai individu. Oleh karena itu, ia tidak ragu untuk menggunakan fitur *unmatch* untuk memutuskan komunikasi dengan orang-orang yang menunjukkan perilaku tersebut.

Pengalaman negatif lainnya juga dialami oleh Anisa, yang pernah mengalami pelecehan seksual secara verbal dari salah satu orang yang dikenalnya melalui aplikasi *Bumble*. Orang tersebut melontarkan kata-kata atau komentar yang bersifat merendahkan dan tidak pantas, yang membuat Anisa merasa sangat terganggu dan tidak nyaman. Pengalaman ini meninggalkan kesan mendalam bagi Anisa, yang akhirnya menjadi lebih berhati-hati dalam berinteraksi di aplikasi. Anisa juga menjadi lebih tegas untuk segera mengakhiri percakapan dengan orang-orang yang menunjukkan tanda-tanda perilaku serupa. Pengalaman-pengalaman tersebut telah membentuk sikap para informan dalam menggunakan *Bumble*. Mereka menjadi lebih waspada dan tegas dalam menghadapi perilaku yang tidak menghormati batasan pribadi atau melanggar norma.

Ketiganya kini tidak ragu untuk "*cut off*" atau mengakhiri hubungan dengan orang-orang yang mereka anggap mengganggu, baik melalui tindakan *unmatch* maupun memblokir akses komunikasi. Sikap tegas ini tidak hanya membantu mereka menjaga kenyamanan dan keamanan, tetapi juga menunjukkan bahwa mereka memprioritaskan kesejahteraan emosional mereka saat berinteraksi dengan orang lain di dunia maya.

PEMBAHASAN

- **Analisis Penerapan Manajemen Privasi Komunikasi Pada Aplikasi *Bumble***

Teori Communication Privacy Management (CPM) sangat relevan dalam konteks interaksi digital modern seperti pada penggunaan aplikasi kencan. Dalam platform seperti ini, pengguna sering kali dihadapkan pada dilema tentang sejauh mana mereka ingin mengungkapkan informasi pribadi kepada calon pasangan. Mereka perlu memutuskan apakah akan membagikan detail seperti usia, pekerjaan, lokasi, atau bahkan tujuan mereka menggunakan aplikasi tersebut (Petronio, 2010).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan penelitian ini sepakat bahwa privasi adalah hak yang sangat penting bagi setiap individu untuk menjaga informasi pribadinya. Dengan memiliki

kendali penuh atas apa yang ingin dibagikan, kapan ingin membagikannya, dan kepada siapa informasi itu diberikan, seseorang dapat merasa lebih nyaman dan aman dalam menjalani kehidupannya.

1) *Owner*

Owner adalah konsep dalam CPM yang merujuk pada individu yang memiliki kendali penuh atas informasi pribadi mereka. Mereka adalah pemilik utama informasi tersebut dan memiliki hak untuk menentukan apa yang akan dilakukan dengan informasi tersebut. Terhadap konsep *owner* ini, Zahra selaku *key informan* mengungkapkan sebagai berikut:

Menurut gue, hal-hal sensitif itu, yang pertama nomor telfon. Yang kedua itu akun instagram dan alamat rumah. Informasi yang gue susun di aplikasi tersebut sih lebih ke hal-hal basic ya, kayak tinggi badan, hobi, umur bahkan nama lengkap sama agama sih. Karena kan menurut gue di Bumble itu kan buat wadah perkenalan dulu ya, dan buat hal-hal yang yang lebih sensitif tuh dibelakangkan. Maksudnya privasi tuh sangat penting. Jadi gue gamau privasi gue udah kebuka duluan. Jadi ke hal-hal basic dulu dan kalo udah ketemu tuh biar ga zonk dan ga kecewa karena ya, oh ternyata tuh dia sesuai sama yang ada di profil. (Wawancara dengan Zahra, 2024).

Pernyataan di atas hampir sama dengan yang disampaikan oleh informan-1 dan informan II. Para informan memilih untuk hanya mencantumkan informasi dasar. Hal ini dilakukan karena mereka menganggap aplikasi tersebut sebagai wadah untuk perkenalan awal, sehingga informasi yang bersifat sensitif atau pribadi tidak dengan mudah dibagikan kepada orang yang baru dikenal secara acak pada aplikasi tersebut. Hal ini juga dilakukan sebagai langkah kewaspadaan agar tidak terlalu terbuka mengenai data pribadi mereka. Untuk membagikan informasi yang lebih khusus atau pribadi, mereka merasa perlu untuk menilai lawan bicara terlebih dahulu. Mereka menganggap penting untuk memastikan bahwa lawan bicara dapat dipercaya dengan melihat profil, gaya berbicara dan intensitas perkenalan yang cukup lama.

2) *Co-owner*

Co-owner adalah individu atau pihak lain yang diberikan akses ke informasi pribadi oleh pemilik informasi melalui persetujuan atau izin. Dengan kata lain, mereka menjadi orang-orang yang juga mengetahui informasi tersebut karena pemiliknya memutuskan untuk membagikannya kepada mereka (Petronio, 2010). Setiap informan memiliki kriteria tertentu dalam menentukan siapa yang layak menjadi *co-owner*. Kriteria ini dapat mencakup faktor-faktor seperti tingkat kepercayaan, kepentingan bersama, tanggung jawab terhadap informasi, serta kesesuaian dengan tujuan penggunaan informasi tersebut. Dengan demikian, keputusan untuk memilih *co-owner* bukanlah sesuatu yang dilakukan secara sembarangan, melainkan melalui proses evaluasi yang matang untuk memastikan bahwa pihak yang dipilih benar-benar dapat dipercaya dan mampu menjaga informasi sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

Ketiga informan sepakat bahwa durasi obrolan adalah faktor utama yang membantu menciptakan rasa percaya. Dengan waktu yang cukup, mereka dapat memahami karakter dan kepribadian lawan bicara sebelum melangkah lebih jauh. Namun, cara mereka menilai dan membangun hubungan memiliki pendekatan yang berbeda, tergantung pada kebutuhan privasi dan kenyamanan masing-masing. Informan-1, Sherlly berpendapat bahwa:

“Kalo itu sih balik lagi matokin dari seberapa lama kita chattingan, dan gue bakal minta tukeran IG. Karena di situ gue bisa tau ni orang tuh real atau faker gitu. Khawatir pasti ada ya, lebih takut di stalker sih. Di kampus atau di lingkungan rumah. Sama khawatir kalo nomer telfon disalahgunain ke hal yang ga seharusnya. Trus, di Bumble perlu banget, kita gabisa oversharing sama orang yang gak kita kenal secara langsung” (Wawancara dengan Sherlly, 2024).

Rasa khawatir akan penyalahgunaan informasi juga merupakan faktor besar yang mempengaruhi tingkat kepercayaan para pengguna *Bumble* terhadap lawan bicara yang ditemuinya. Berbagai indikasi

ancaman telah terpikirkan oleh ketiga informan. Namun, hal tersebut yang membuat para informan lebih tegas dalam mengelola manajemen privasi terkait data pribadinya. Hal tersebut berguna untuk melindungi dan mengantisipasi terhadap hal-hal yang tidak diinginkan.

3) *Rules*

Rules dalam *Communication Privacy Management* merujuk pada aturan-aturan atau pedoman yang dibuat oleh pemilik informasi untuk mengatur bagaimana mereka mengelola informasi pribadi yang dimiliki. Aturan-aturan ini membantu individu menentukan kapan waktu yang tepat untuk membagikan informasi, bagaimana cara menyampaikannya, serta kepada siapa informasi tersebut boleh diberikan (Petronio, 2010). Informan-2 dalam penelitian ini, yakni Anisa memiliki aturan berdasarkan pengalaman negatif yang pernah dialaminya. Hal tersebut membuatnya menjadi individu yang lebih peka dalam menilai arah pembicaraan saat berinteraksi dengan orang lain.

Anisa merasa jika percakapan mulai mengarah ke hal-hal yang tidak baik, seperti menunjukkan tanda-tanda manipulasi, ketidakjujuran, atau pelanggaran terhadap batasan mereka, maka ia memilih untuk segera mengakhiri percakapan tersebut.

“Jadi gue tuh bisa tau ke arah mana pembicaraan, apakah ke arah yang gak bener atau ke arah yang bener gitu sih. Jadi setelah hal-hal buruk itu, gue bisa bedain mana yang mengarah yang ke gak baik dan mana yang mengarah ke baik. Jadi gue lebih hati-hati aja sih kalo merasa udah ga baik ya langsung di cut off aja” (Wawancara dengan Anisa, 2024).

Berdasarkan asumsi dari para informan, dapat diketahui bahwa pada bagian *rules* atau aturan dalam menggunakan aplikasi kencan *Bumble*, keputusan didasari dari pengalaman yang pernah mereka alami, terutama yang bersifat negatif. Hal itu dimanfaatkan sebagai sebuah pembelajaran yang sangat berharga untuk membantu mereka mengenali pola-pola perilaku atau tanda-tanda awal dari sebuah interaksi yang berpotensi membawa dampak kurang baik. Mereka menjadi lebih mampu dalam membaca situasi dan memahami indikasi tertentu yang menunjukkan arah komunikasi yang berlangsung positif atau justru ke arah yang tidak mereka inginkan.

4) *Boundary*

Dalam teori CPM, *boundary* memungkinkan seseorang untuk memiliki kontrol penuh atas siapa saja yang dapat mengetahui informasi pribadi mereka dan dalam kondisi seperti apa informasi tersebut dapat diakses (Petronio, 2010). Batasan ini juga mencerminkan tingkat kepercayaan yang dimiliki pemilik informasi terhadap orang lain, di mana semakin besar kepercayaan yang dimiliki, semakin besar kemungkinan batasan tersebut diperlonggar. Sebaliknya, jika kepercayaan rendah, batasan biasanya diperketat untuk meminimalkan risiko. Hal ini menunjukkan bahwa *boundary* tidak hanya membantu menjaga privasi seseorang, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan sosial yang sehat berdasarkan rasa aman dan kepercayaan.

Key informan, yakni Zahra memiliki sejumlah pertimbangan penting sebelum memutuskan untuk membuka diri lebih jauh dalam berinteraksi dengan lawan bicara di aplikasi *Bumble*. Pertimbangan pertama adalah tingkat kecocokan dengan individu tersebut, yang umumnya dinilai berdasarkan bagaimana percakapan berlangsung dan sejauh mana alur komunikasi berjalan dengan baik. Jika ini yang terjadi, membuat Zahra merasa bahwa individu tersebut pantas dijadikan sebagai teman. Pertimbangan kedua, Zahra menganggap bahwa *Bumble* adalah platform media sosial, dan penting sekali untuk berhati-hati dalam berbagi informasi pribadi. Zahra berusaha untuk dapat mengelola informasi pribadi miliknya agar tidak *oversharing*. Zahra menganggap bahwa sikap ini penting karena meskipun *Bumble* memungkinkan bertemu orang baru, tetap ada risiko jika terlalu cepat membuka diri di situasi yang belum pasti.

“Yang pertama tuh dari faktor melihat lawan bicara. Apabila lawan bicara obrolannya sudah nyambung satu sama lain dan merasa bahwa orang ini cocok dijadikan sebagai teman. Yang kedua adalah karena ini kan sosial media, ya jadi gue gamau secara terang-terangan dulu untuk sharing tentang informasi hidup gue karena kan kita gatau ya apakah besok akan masih lanjut ngobrol atau justru dighosting gitu ya, jadi itu faktor gue gamau oversharing alias hanya sebatasnya” (Wawancara dengan Zahra, 2024).

Ketiga informan memiliki pedoman yang jelas mengenai informasi apa saja yang bisa mereka bagikan secara terbuka, serta memahami dengan baik batasan-batasan apa yang perlu mereka jaga untuk melindungi diri mereka. Selain itu, mereka juga cukup berhati-hati dan waspada terhadap potensi tipu daya dari lawan bicara. Mereka telah mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi, sehingga mereka tidak mudah terpengaruh atau terjebak dalam situasi yang tidak diinginkan.

5) *Turbulence*

Turbulence dalam teori *Communication Privacy Management* merujuk pada situasi di mana batasan privasi atau aturan yang sebelumnya telah ditetapkan oleh pemilik informasi mengalami gangguan atau masalah. Gangguan ini bisa terjadi karena berbagai alasan, seperti salah pengelolaan informasi, kesalahpahaman, atau bahkan ketidaksepakatan antara pemilik informasi dan orang-orang yang telah diberi akses, atau disebut sebagai *co-owner*. Terdapat dua informan yang pernah mengalami gangguan dalam menggunakan aplikasi kencan *Bumble*, yakni Zahra dan Anisa. Zahra menyampaikan bahwa sebagai pengguna *Bumble*, ia pernah mengalami gangguan. Gangguan tersebut terjadi ketika lawan bicaranya menghubungi nomor telepon pribadi secara berlebihan.

Orang tersebut terus-menerus menelpon dan mengirim pesan, bahkan di saat sedang sibuk bekerja. Zahra merasa sangat terganggu dengan sikap dari lawan bicaranya tersebut. Tindakan dan sikap tersebut dianggap melanggar privasi, karena orang tersebut tidak menghormati batasan pribadi atau memahami bahwa ia punya kesibukan lain. Kejadian ini menunjukkan bahwa interaksi dari aplikasi kencan bisa menjadi tidak menyenangkan jika orang yang terlibat tidak menjaga sikap dan batasan.

“Pernah kayak nomor telfon ditelfonin trus dan di chat-chat sedangkan kita kerja dan itu udah mengganggu banget. Ya, jadi lebih sering unmatched orang sih setiap kali merasa sedikit gak nyaman sama topik obrolannya. Menurut gue ya, seseorang bisa melakukan hal tersebut mungkin faktor yang paling utama banyak, ya kayak misalkan sakit hati atau emang dia sengaja mau ngelakuin hal-hal negative di aplikasi tersebut dengan alibi mencari seseorang. Kayak gitu sih” (Wawancara Zahra, 2024).

Selain itu, informan-2, Anisa juga pernah mengalami situasi di mana dia merasa perlu untuk bertanya secara langsung kepada pelaku mengenai alasan yang mendasari perilaku tidak menyenangkan tersebut. Dalam responsnya, pelaku menyatakan bahwa tindakan tersebut didasari oleh kesan atau penilaian yang muncul berdasarkan foto profil yang digunakan oleh Anisa. Selain itu, pelaku bahkan memberikan penilaian dengan menyebutkan bahwa dari foto tersebut, dia merasa dapat menilai sifat, kepribadian, atau karakter orang yang bersangkutan. Hal ini menandakan bahwa pelaku cenderung membuat asumsi sepihak dan menilai seseorang hanya berdasarkan tampilan luarnya, tanpa mempertimbangkan bahwa tindakan tersebut dapat melanggar batasan pribadi dan menciptakan ketidaknyamanan.

“Pernah dan cukup sering sih, contohnya dijadikan objek wanita dalam hal yang berbau seksual dan pornografi secara verbal lewat chat dan telpon. Hal itu buat gue jadi lebih selektif pastinya, dan paling ya gue amatin dulu kalo arahnya udah gak bener. Langsung gue cutt off. Dan jujur, kalo ini gue pernah nanya langsung dari lawan bicara gue kenapa dia ngelakuin hal itu. Karena foto profil gue sih, dan dia menjastifikasi kalo gue itu orangnya begini-begini gitu” (Wawancara dengan Anisa, 2024).

Hasil wawancara dengan ketiga informan menunjukkan bahwa meskipun aplikasi kencan seperti *Bumble* memberikan ruang untuk berinteraksi dan menjalin hubungan dengan orang baru. Di dalam interaksi ini, pengalaman pengguna dapat menjadi tidak menyenangkan jika salah satu pihak tidak menghormati batasan pribadi atau menjaga sikap. Secara keseluruhan, pengalaman-pengalaman ini menegaskan pentingnya menjaga batasan, rasa hormat, dan sikap yang baik dalam berinteraksi melalui aplikasi kencan. Selain itu, pengguna diharapkan untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam berkomunikasi demi melindungi diri dari situasi yang tidak menyenangkan.

Dengan demikian bisa dinyatakan bahwa para informan secara tidak langsung telah menerapkan lima prinsip dari *Communication Privacy Management* dalam penggunaan aplikasi *Bumble*, meskipun mereka tidak menyadari hal tersebut sepenuhnya. Lima prinsip utama yang ada dalam teori ini meliputi *owner*, *co-owner*, *rules*, *boundary*, dan *turbulence* telah mereka praktikan dalam mengelola informasi pribadi mereka saat berinteraksi di platform tersebut. Prinsip pertama, *owner*, merujuk pada pemilik informasi, di mana para informan merasa memiliki kendali penuh atas informasi pribadi yang mereka pilih untuk dibagikan atau disimpan. Mereka memiliki hak untuk memutuskan siapa yang berhak mengetahui informasi tersebut.

Prinsip kedua, *co-owner*, menyatakan bahwa ketika informasi dibagikan dengan orang lain, maka informasi tersebut juga menjadi milik orang tersebut, sehingga penting bagi para informan untuk mempertimbangkan siapa yang akan mereka ajak berbagi informasi pribadi. Selanjutnya, *rules* atau aturan, merujuk pada pembatasan yang mereka tetapkan sendiri tentang jenis informasi yang akan dibagikan. Informasi pribadi, seperti nomor telepon atau alamat rumah, sangat mereka jaga agar tidak jatuh ke tangan yang salah. Mereka membuat aturan sendiri mengenai kapan dan kepada siapa informasi tersebut bisa dibagikan, dan batasan-batasan tersebut biasanya dipengaruhi oleh seberapa dekat mereka dengan lawan bicara.

Boundary atau batasan adalah prinsip yang sangat penting, yang menggambarkan seberapa jauh informasi bisa dibuka tanpa melanggar privasi mereka. Para informan seringkali mengatur batasan ini agar tidak terjebak dalam situasi di mana mereka merasa harus berbagi lebih banyak dari yang mereka inginkan. Namun, meskipun sudah ada upaya untuk menjaga privasi, prinsip *turbulence* atau gangguan juga muncul. Hal ini terjadi ketika terjadi perubahan atau ketegangan dalam interaksi yang dapat mengganggu kontrol mereka atas privasi, misalnya ketika mereka merasa tidak nyaman atau tertekan untuk memberikan lebih banyak informasi. Namun, meskipun prinsip-prinsip ini sudah diterapkan oleh para informan, ada faktor psikologis yang mempengaruhi seberapa efektif mereka mengelola informasi pribadi. Salah satu faktor utama adalah sifat emosional yang terkadang lebih dominan pada perempuan.

SIMPULAN

Manajemen privasi komunikasi atau *Communication Privacy Management* merupakan kajian penting dalam studi komunikasi digital, terutama dalam perkembangan teknologi digital yang telah mengubah lanskap komunikasi antarpersonal secara drastis. Aplikasi *Bumble* tercatat sebagai aplikasi kencan yang paling banyak digunakan di Indonesia. Aplikasi ini memiliki fitur unik yang menginisiasi perempuan, dimana perempuan diberikan kendali penuh untuk memulai percakapan sejak awal interaksi. Melalui studi kasus terhadap tiga informan aplikasi *Bumble* yang masuk dalam kategori generasi Z, penelitian ini menunjukkan bahwa para informan menggunakan aplikasi kencan seperti *Bumble* ketika mereka merasa kesepian atau ingin menjalin hubungan sosial.

Bumble dianggap memberikan manfaat yang cukup besar, terutama karena aplikasi ini memungkinkan mereka untuk lebih mudah berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain meskipun tidak bertemu langsung. Bagi mereka, menggunakan *Bumble* menjadi cara yang lebih nyaman untuk mengenal orang baru tanpa merasa terbebani atau tertekan, terutama ketika mereka merasa sulit untuk membuka diri atau memulai percakapan di dunia nyata.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi kencan seperti *Bumble* memiliki berbagai manfaat yang signifikan dalam membantu individu untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan orang lain. Aplikasi ini memberikan kesempatan bagi pengguna untuk terhubung dengan orang baru, membuka ruang bagi mereka yang mungkin kesulitan bersosialisasi secara langsung, seperti individu dengan kepribadian introvert. Selain itu, *Bumble* memungkinkan pengguna untuk mengatur bagaimana dan kapan mereka ingin berinteraksi, yang memberikan kenyamanan dan kontrol lebih atas situasi sosial yang mereka hadapi. Namun, meskipun terdapat banyak manfaat, penggunaan *Bumble* juga tidak lepas dari dampak negatif. Salah satu dampaknya adalah masalah kredibilitas lawan bicara yang tidak dapat dipercaya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa privasi bukan sekadar konsep statis, tetapi merupakan proses aktif yang dinegosiasikan dalam setiap interaksi. Dalam konteks komunikasi digital, khususnya melalui aplikasi kencan seperti *Bumble*, pengguna Gen-Z membentuk batas-batas privasi secara fleksibel

tergantung pada konteks relasi dan persepsi keamanan pribadi. Dalam penelitian ini, manajemen privasi dianggap sebagai praktik komunikatif strategi pengguna dalam mengelola informasi pribadi, baik melalui pengaturan profil, selektivitas dalam membalas pesan, hingga memilih jenis konten yang dibagikan. Ini menunjukkan bahwa manajemen privasi adalah bagian dari praktik komunikasi interpersonal. Hal ini memperkuat relevansi teori *Communication Privacy Management* (CPM) dalam studi komunikasi digital.

Meskipun Gen-Z merupakan *digital native*, penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi belum sepenuhnya sadar akan risiko privasi digital, dan cenderung melakukan *oversharing*. Bagi ilmu komunikasi, ini menunjukkan perlunya pendekatan edukatif berbasis literasi digital dan etika komunikasi daring dalam menghadapi era algoritmik dan komersialisasi data pribadi. Pengelolaan privasi dalam aplikasi Bumble sangat dipengaruhi oleh persepsi personal terhadap "rasa aman", bukan hanya oleh fitur keamanan aplikasi. Artinya, bahkan dengan fitur privasi canggih, pengguna tetap rentan jika tidak memiliki kesadaran atau strategi privasi yang memadai.

Pengalaman komunikasi dalam aplikasi kencan menciptakan bentuk baru dari "intimasi digital", di mana keterbukaan dan kerahasiaan menjadi dua kutub yang terus dinegosiasikan oleh pengguna. Fenomena ini memperlihatkan bahwa privasi di ruang digital bersifat relatif dan situasional, serta sangat bergantung pada dinamika relasi dan kepercayaan antar pengguna. Penelitian ini juga mengungkap adanya kesenjangan antara persepsi dan praktik privasi, di mana pengguna merasa telah mengelola privasi dengan baik, padahal sebenarnya masih membuka banyak celah untuk pelanggaran data dan manipulasi.

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis melalui pengembangan pemahaman mengenai bagaimana Gen-Z memaknai dan mengelola privasi dalam lingkungan digital yang cair dan terbuka. Penelitian ini juga memberikan konfirmasi, kritik, atau perluasan teori CPM ketika dihadapkan dengan realitas digital yang berbeda. Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan oleh praktisi komunikasi digital untuk memahami pola komunikasi Gen-Z di ruang daring, khususnya dalam membentuk *trust dan boundary management*. Secara sosial, penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran pengguna, khususnya dari kalangan Gen-Z mengenai pentingnya pengelolaan informasi pribadi dan etika komunikasi digital serta memberikan gambaran tentang risiko dan tantangan privasi digital, yang bisa menjadi bahan edukasi bagi institusi pendidikan atau program literasi digital

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center.
- DataReportal. (2023). *Digital 2023: Indonesia. We Are Social & Hootsuite*
- Digital Forensic Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Keamanan Data Pribadi 2023*.
- Effendy, O U. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Junaedi, F. 2019. Komunikasi dalam Media Digital. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Kominfo. (2023). *Laporan Pengaduan Masyarakat Terkait Penyalahgunaan Data Pribadi*.
- Moleong, L .J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif . Bandung:PT. Remaja Rosdakarya.
- Petronio, S. 2010. Boundaries of Privacy Dialectics of Disclosure. New York:Albany, 2002, 28-33
- Statista. (2023). *Number of Bumble Users Worldwide*.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wijoyo, H. 2020. Generasi Z & Revolusi Industri 4.0. Banyumas: Pena Persada

Jurnal

- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan *New Media* Pada Pola Komunikasi Masyarakat. Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 4 No 1.
- Azzahra, F. Handayani, L & Mahdalena, V. 2022. Manajemen Privasi Komunikasi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta Di Fitur *Close Friends* Instagram. Jurnal Pustaka Komunikasi. Universitas Pembangunan Veteran Jakarta. Vol. 5 No.2. 318-330.
- Haryadi, R. & Simangunsong, B. A. 2022. Fenomena Pengalaman Perempuan Dalam Menggunakan Feminist Mobile Dating App Bumble. Universitas Pelita Harapan. Vol. 11 No. 1. 76-89.
- Sandra Petronio. Communication Privacy Management Theory: What Do We Know About Family Privacy Regulation?, Journal of Family Theory and Review, Vol 2, Issue. 3 (2010): 178-182

Artikel

- Arieza. U. 2024. Awas 7 Kejahatan Ini Masih Mengintai Pengguna Aplikasi Kencan Online.Kompas.com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2024/03/01/104000620/awas-7-kejahatan-ini-masih-mengintai-pengguna-aplikasi-kencan-online?page=all>. Diakses 07 Januari 2025 Pukul 13.20 WIB.
- CNBC Indonesia. 2024. Pakai Bumble Rawan Dilacak Orang Tidak Dikenal, Awas Ada Penguntit. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240801150640-37-559605/pakai-bumble-rawan-dilacak-orang-tidak-dikenal-awas-ada-penguntit>. Diakses 04 Oktober 2024 Pukul 15.00 WIB.
- CNN Indonesia. 2024. Daftar Aplikasi Kencan Terpopuler Di Indonesia, Tinder Bukan Nomor 1. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240827150845-192-1138086/daftar-aplikasi-kencan-terpopuler-di-indonesia-tinder-bukan-no-1>. Diakses 23 November 2024 Pukul 22.15.
- Populix. 2024. 63% Generasi Muda Merupakan Pengguna Aplikasi Kencan Online Bumble. <https://info.populix.co/articles/generasi-muda-merupakan-pengguna-aplikasi-kencan-online/>. Diakses 22 November 2024 Pukul 21.24
- Salim,M. 2024. 16 Perbedaan Gen Z Milenial, Simak Latar Belakang Sejarah dan Solusinya. Liputan 6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5514497/16-perbedaan-gen-z-milenial-simak-latar-belakang-sejarah-dan-sosialnya>. Diakses 03 Oktober 2024 Pukul 18.00 WIB.