

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap praktik *spill culture* dalam Komunitas MARAH-MARAH di X (Twitter), penelitian ini menemukan bahwa budaya *spill* tidak hanya berakar pada kebutuhan individu untuk membagikan informasi, tetapi juga dibentuk oleh dinamika sosial komunitas serta aturan yang mengelilinginya.

Pertama, dari sisi *privacy ownership*, pemilik cerita (OP) memandang pengalaman personal seperti konflik perselingkuhan sebagai informasi yang berada dalam kepemilikannya. Persepsi kepemilikan ini membuat OP merasa memiliki hak untuk membagikan cerita tersebut kepada publik komunitas. Dalam *spill culture*, kepemilikan privasi tidak hanya dimaknai sebagai hak individual, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh pengakuan, validasi emosional, dan dukungan dari sesama anggota komunitas.

Kedua, *privacy control* terlihat dari berbagai strategi yang digunakan OP dalam mengatur batasan pengungkapan informasi. Kontrol ini diwujudkan melalui pemilihan detail cerita yang dibagikan, penggunaan akun anonim atau akun kedua, penyamaran identitas pihak yang terlibat, serta pemilihan platform X dan komunitas MARAH-MARAH sebagai ruang berbagi. Strategi-strategi tersebut menunjukkan upaya OP dalam menyeimbangkan kebutuhan untuk bercerita dengan keinginan untuk tetap menjaga sebagian privasi dirinya maupun pihak lain. Tak hanya kontrol pribadi namun

dalam konteks komunitas, kontrol privasi merupakan hal yang melibatkan lingkup yang lebih luas seperti adanya *community guidelines* dan peran moderator.

Namun, meskipun kontrol privasi telah diterapkan, praktik *spill culture* tetap berpotensi memunculkan *privacy turbulence*. Turbulensi privasi terjadi ketika cerita yang dibagikan menyebar di luar kendali OP, ditafsirkan secara berbeda oleh audiens, atau memicu reaksi dari pihak yang dibicarakan. Kondisi ini dapat berupa tekanan sosial, ancaman, konflik lanjutan, hingga dampak yang meluas ke ranah kehidupan offline. Sehingga turbulensi menunjukkan adanya kegagalan atau gangguan dalam penerapan aturan privasi yang sebelumnya telah ditetapkan oleh pemilik cerita.

Dengan demikian, keseluruhan temuan penelitian ini menunjukkan bahwa privasi dalam *spill culture* di Komunitas MARAH-MARAH di X (Twitter) berada dalam kondisi yang semakin kabur dan tidak lagi dipahami sebagai batas tegas antara ranah personal dan publik. Informasi pribadi tidak semata-mata dikelola berdasarkan kehendak individu sebagai pemilik awal, melainkan berubah menjadi hasil negosiasi kolektif yang dipengaruhi oleh respons audiens, tekanan sosial, serta norma dan regulasi komunitas. Normalisasi kebocoran informasi sebagai konsekuensi berbagi di ruang digital membuat turbulensi privasi tidak selalu dimaknai sebagai kegagalan, tetapi sebagai bagian dari mekanisme sosial komunitas. Temuan ini menegaskan bahwa manajemen privasi komunikasi di media sosial bersifat cair, situasional, dan kontekstual, di mana batasan privasi dibentuk melalui interaksi antara kepemilikan informasi, mekanisme kontrol, dan potensi turbulensi yang melibatkan budaya serta struktur komunitas daring itu sendiri.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan kajian *Communcation Privacy Management* khususnya pada komunitas daring. Temuan-temuan yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat membantu memberikan gambaran awal mengenai dinamika kepemilikan, pengendalian, dan turbulensi privasi dalam budaya *spill*, serta membuka peluang untuk pengembangan penelitian lanjutan dengan pendekatan atau objek yang berbeda.

V.2.2. Saran Praktis

Secara praktis, penelitian ini menyarankan agar pihak pengelola Komunitas MARAH-MARAH meningkatkan kapasitas dan jumlah moderator untuk memperkuat fungsi pengawasan terhadap aktivitas anggota. Wawancara dengan salah satu moderator menunjukkan bahwa keterbatasan jumlah moderator berpengaruh pada efektivitas pemantauan, sehingga beberapa postingan *spill* berpotensi lolos dari kontrol dan dapat merugikan pihak-pihak tertentu. Dengan penambahan moderator atau pembagian tugas yang lebih terstruktur dan penanganan pelanggaran dapat berjalan lebih optimal, sehingga budaya *spill* tetap berada dalam batas yang aman serta sesuai dengan aturan komunitas (*community guidelines*).

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Atherton, A. (2023). The Rise of Virtual Communities. In *The Rise of Virtual Communities*. Apress.
- Billett, Paulina., & Sawyer, A.-Maree. (2019). *Infertility and intimacy in an online community*.
- Eriyanto, M. Si. (2021). *Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial* (Edisi pertama). PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Dunbar-Treadwell, Brooke. (2024). *The case for community in online spaces : taking back connection*. 113.
- Griffin et al. (2022). *Griffin et al. - A First Look at Communication Theory 11th Ed*.
- Hardani, H. , dkk. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Kozinets, R. V. ., & Gambetti, Rossella. (2021). *Netnography unlimited : understanding technoculture using qualitative social media research*. Routledge.
- Masur, P. K. (2018). Situational privacy and self-disclosure: Communication processes in online environments. *Situational Privacy and Self-Disclosure: Communication Processes in Online Environments*.
- MOSCHOVITIS. (2021). *PRIVACY, REGULATIONS, AND CYBERSECURITY THE ESSENTIAL BUSINESS GUIDE*. John Wiley & Sons, Inc.
- Trottier, Daniel., Huang, Qian., & Gabdulhakov, Rashid. (2025). *Digital media, denunciation and shaming : the court of public opinion*. Routledge.
- West, R. L. ., & Turner, L. H. . (2021). *Introducing communication theory : analysis and application*. McGraw-Hill Education.

JURNAL

- Ajeng, *, Komala, R., Rahayu, T., Oktaviani, G., Nisa, K., & Nurbayani, S. (2022). Spill The Tea Phenomenon in Social Media as a Medium of Revictimization of Sexual Violence. *Proceedings of the 2nd World Conference on Gender Studies (WCGS 2021)*, 649, 16–20. <https://doi.org/10.2991/ASSEHR.K.220304.003>
- Avdijan, A. A., & Rummyeni, R. (2022). Pengungkapan Diri Mahasiswa pada Media Sosial Twitter (Studi Etnografi Virtual Akun Autobase @Collegemenfess). *KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 11(2), 206–219. <https://doi.org/10.33508/jk.v11i2.4250>
- Batchelor, K., Rushek, K., & Beaumont, J. (2024). “Spilling tea”: A critical feminist reclamation of gossip in literature and media. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 68(1), 68–76. <https://doi.org/10.1002/JAAL.1327>

- Dianiya, V. (2021). Management Privacy dalam Penggunaan Fitur “Close Friend” di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(1), 249–266.
<https://doi.org/10.25139/JSK.V5I1.2652>
- Fauziah Nova, I., Winarti, D., & Kunci, K. (2024). Ungkapan marah dalam komunitas marah-marrah di media sosial X (kajian sosio-pragmatik). *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 7(4), 749–760.
<https://doi.org/10.30872/DIGLOSIA.V7I4.1124>
- Khalis, H., & Rifhan, H. (2019). *The Isolation of Lexical Item ‘Tea’ From ‘Spill the Tea’ Among Malay Twitter Users*. *Jurnal Melayu*, 18(2), 219–230 - *SciSpace Literature Review*. (n.d.).
- Lestari, I. D., & Laturrakhmi, Y. F. (2020). Studi fenomenologi tentang motif dan aturan pertemanan virtual di kalangan pengguna Twitter. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 195–217.
- Mahmood, A., Hashim, H. N. M., Zain, F. M., Suhaimi, N. S., & Yahya, N. A. (2018). A Survey on the Culture of Online Shaming: A Malaysian Experience. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10). <https://doi.org/10.6007/ijarbs/v8-i10/5270>
- Najwa, N., Nisa, K., Jannah, H., & Izzatunnisa, A. (2025). “Spill the Tea” as a Metaphor for Privacy Conflict and Truth Construction on Twitter. *Cultural Narratives*, 2(3), 122–133. <https://doi.org/10.59066/CN.V2I3.993>
- Norlock, K. J. (2017). Online Shaming. *Social Philosophy Today*, 33, 187–197.
<https://doi.org/10.5840/socphiltoday201762343>
- Oktaviano Kurniawan, B., & Amallia Hapsari, S. (2025). *PENGUNAAN MULTI AKUN PSEUDONYM DI INSTAGRAM SEBAGAI MANAJEMEN PRIVASI GEN Z*. 7(2). www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
- Rahmawati, D., Darriel, M., Aksana, A., & Mukaromah, S. (2023). PRIVASI DAN KEAMANAN DATA DI MEDIA SOSIAL: DAMPAK NEGATIF DAN STRATEGI PENCEGAHAN. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 571–580. <https://doi.org/10.33005/SITASI.V3I1.354>
- Raihan, R., Fadhil, M. R., Heryana, E., Fitriani, F., & Lutfiah, W. (2022). Spill The Tea: Fenomena Gibah Masa Kini Perspektif Alquran (Kajian Tafsir Maudhu’i). *Jurnal Riset Agama*, 2(1), 69–91. <https://doi.org/10.15575/JRA.V2I1.15658>
- Santoso, A. M., Endang, A., & Indria, I. (2023). Communication Privacy Management Of Celebgrams In Bengkulu City. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 3(1). <https://doi.org/10.53697/ISO.V3I1.1150>
- Sarifudin, B., & Zuhri, S. (2025). TRASH TALKING DALAM KOMUNITAS VIRTUAL: STUDI KASUS PADA KOMUNITAS MARAH-MARAH PLATFORM X. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 10(1), 188–206.
<https://doi.org/10.52423/JIKUHO.V10I1.1496>
- Schmidt, P., Gordoni, G., Ajzen, I., Beuthner, C., Davidov, E., Silber, H., Steinmetz, H., & Weiß, B. (2022). Twitter Users’ Privacy Behavior: A Reasoned Action

- Approach. *Social Media and Society*, 8(3).
<https://doi.org/10.1177/20563051221126085/FORMAT/EPUB>
- Sriwahyuni, P., & Seprina, W. O. (2024). MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PADA FENOMENA BATASAN DIRI GENERASI Z DI INSTAGRAM. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(4), 845–865. <https://doi.org/10.52423/JIKUHO.V9I4.324>
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Komunikatif*, 10(2), 141–152. <https://doi.org/10.33508/JK.V10I2.3457>
- Zanika, M., & Putra, E. (2024). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Tersedia secara online* <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPBS>
 REPRESENTASI EMOSI DALAM CUITAN TWITTER KOMUNITAS MARAH-MARAH: KAJIAN PSIKOLINGUISTIK. 14, 349–358.
<https://doi.org/10.23887/jpbsi.v14i3.82042>