

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada Juli 2022, terdapat fenomena penggunaan fitur NGL Link atau Not Gonna Lie yang digunakan di Instagram Story. NGL Link merupakan fitur yang dapat membuat pengguna Instagram untuk menjawab berbagai pertanyaan dari pesan anonim. Apabila melihat dari data statistik unduhan fitur NGL Link, Indonesia menempati posisi pertama dengan jumlah unduhan sebanyak 3,1 juta kali dan di posisi kedua ditempati oleh Amerika Serikat dengan 3 juta unduhan serta India di posisi ketiga dengan 1,5 juta unduhan (Riyanto, 2022).

Fitur NGL Link dapat digunakan dengan mendownload aplikasi NGL Link, memasukan username Instagram, membagikan link NGL ke platform Instagram, menulis pertanyaan yang ingin dijawab oleh teman anonim, dan meng-upload link tersebut ke Instagram Story (Budianto, 2022). Dengan adanya fitur NGL Link yang digunakan di Instagram Story, orang-orang yang mengirim pesan anonim dapat mengungkapkan perasaan jujur pada seorang user Instagram (Mukti, 2022).

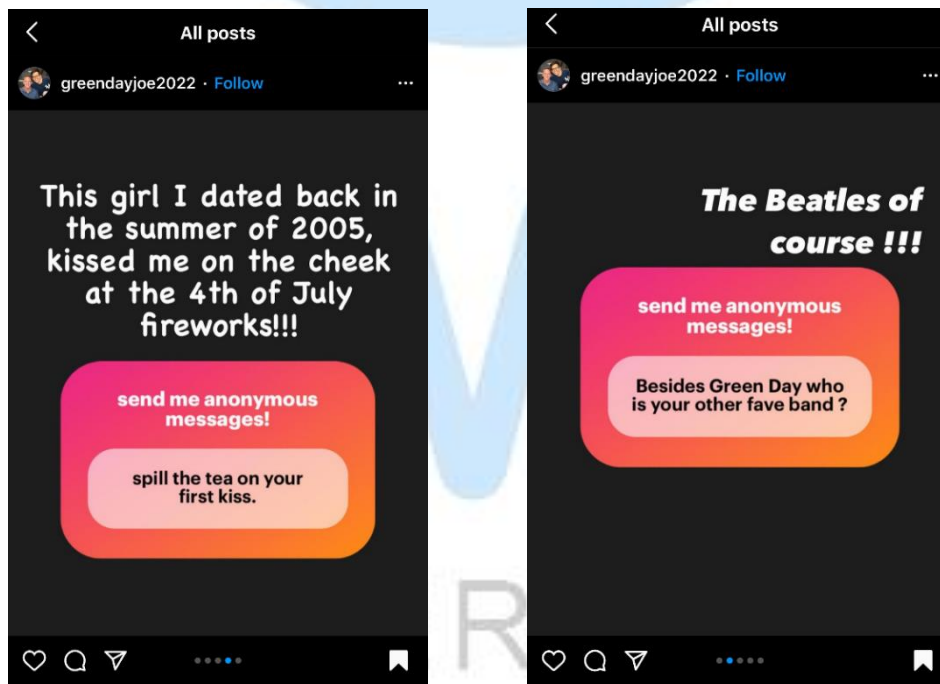
Beberapa waktu belakangan, terdapat tren yang menjadi perhatian dari pengguna Instagram yaitu dengan memanfaatkan fitur NGL Link yang akan menjembatani proses interaksi antara masing-masing user instagram dengan pertanyaan atau pesan yang bersifat anonim (Kumparan.com, 2022).

Hal ini memungkinkan pengguna untuk menyampaikan berbagai pesan tanpa memperlihatkan identitas mereka sesungguhnya. Dari salah satu dokumentasi dari New York Times, terdapat sejumlah informan yang menggunakan fitur NGL Link di Instagram mendapatkan pertanyaan anonim yang berisi tentang kesan orang-orang

terhadap diri mereka dan rasa ingin tahu lebih dalam tentang kebiasaan atau hal-hal yang menyangkut diri mereka sendiri.

Namun, tidak sedikit dari para informan mendapatkan pertanyaan yang bersifat privat seperti *“siapa nama perempuan yang sering kamu hubungi”* hingga komentar yang berisi ujaran kebencian seperti *“kamu tidak akan sukses karena sikapmu buruk sekali”* (Safronova, 2022).

Berdasarkan dari observasi penulis, terdapat fenomena saat pengguna instagram menggunakan fitur NGL Link di main account dan menjawab berbagai pertanyaan yang cenderung mengarah pada pertanyaan personal seperti kenangan terindah, minat dan hobi, hingga tipe idaman pasangan yang mengarahkan pada pengungkapan diri.



Gambar 1.1 Dokumentasi Respon Pengguna NGL Link di Main Account Instagram  
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CfU8mgBFyTU/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Dokumentasi tangkapan layar tersebut memperlihatkan pengguna instagram yang melakukan pengungkapan diri dengan mengungkapkan informasi yang cukup

personal mengenai dirinya sendiri mulai dari band favorit hingga ciuman pertamanya. Selain itu, pengguna NGL Link tersebut juga memutuskan untuk melakukan posting hasil jawaban tersebut ke postingan utama di main account Instagramnya.

Pada pertengahan Juli 2022, terdapat tuduhan adanya penipuan yang dilakukan oleh fitur NGL Link yaitu dengan menjadikan bot sebagai pengirim pesan anonim pada pengguna Instagram Story (Riyanto, 2022). Pernyataan ini didukung dengan eksperimen yang dilakukan oleh TechCrunch yaitu dengan mencoba mengunggah fitur NGL Link beberapa saat dan menghapus postingan tersebut beberapa detik kemudian. Pada akhirnya, terdapat berbagai pesan anonim yang dikirimkan kepada TechCrunch di Instagram Story meskipun tidak ada viewers yang melihat postingan mereka sebelumnya dan pengalaman tersebut juga dirasakan oleh pengguna lain dari fitur tersebut (TechCrunch, 2022).

Oleh karena itu, TechCrunch telah membuktikan adanya penipuan yang dilakukan oleh fitur NGL Link yang menggunakan bot yang berperan sebagai teman anonim user Instagram (TechCrunch, 2022). Dikutip dari Appling dan Briscoe dalam Assenmacher et al. (2020), bot dapat meniru perilaku manusia dengan membagikan postingan yang sudah ada sebelumnya dan mencari konten untuk disebar di internet. Hal ini bertolak belakang dengan janji dari NGL Link yang memberikan fasilitasi terjadinya interaksi dengan pengguna Instagram yang berperan sebagai teman anonim. Walaupun bot tersebut terlihat tidak berbahaya, tetapi hal ini dapat menimbulkan permasalahan terutama jika pengguna (*user*) tidak dapat mengenali siapa yang berinteraksi dengan mereka terutama dalam membedakan bot atau orang yang sesungguhnya (Maddox, 2022). Selain itu, NGL Link juga mengoleksi data personal seperti nama, alamat, informasi demografis, *IP address*, dan informasi yang tersimpan di ponsel pribadi pengguna fitur tersebut (Gearrice.com, 2022).

Anonimitas secara umum merupakan ketidakmampuan dalam menghubungkan salah satu atau beberapa sifat yang menggambarkan pemilik dari keseluruhan sifat-sifat tersebut. Anonimitas pada kenyataannya seperti pisau bermata dua yaitu di satu sisi dapat melindungi pelapor atau *whistle blowers* dari segala ancaman, tetapi di sisi lain dapat melindungi orang-orang yang melakukan kekerasan

atau perundung menghindari hukuman (Sardá et al., 2019). Di sisi lain menurut Moore dalam Cirruci (2015), privasi merujuk pada hak dalam mengontrol suatu informasi pribadi.

Dikutip dari Suler dalam Schlesinger et al. (2017), anonimitas dapat menyebabkan pengguna untuk melakukan perilaku yang tidak biasanya mereka lakukan seperti mengungkapkan rahasia pribadi maupun perilaku menyimpang yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat. Dalam hal ini, anonimitas dapat memberikan perlindungan identitas dan aktivitas seseorang maupun kriminal dalam mencuri informasi pribadi yang merupakan bentuk dari kekhawatiran privasi (Axelrod, 2015).

Apabila karakteristik anonimitas dihubungkan dengan fenomena ujaran kebencian, menurut Mondal et al. (2017), ujaran kebencian atau *hate- speech* dari media sosial yang mengusung konsep anonimitas seperti Secret dan Whisper dapat terjadi karena dengan adanya anonimitas atau lemahnya suatu bentuk identitas membuat orang lebih tergerak untuk menyebarkan ujaran kebencian khususnya di media sosial. Selain itu, dengan menggunakan media sosial yang mengusung konsep anonimitas membuat pengguna menyebarkan postingan yang memuat konten sensitif serta konten yang berisi tentang kehidupan personal mereka (Mondal et al., 2017).

Menurut Petronio dan Child (2020), proses seseorang mengelola informasi pribadinya dapat dijelaskan dalam teori *Communication Privacy Management (CPM)* yang menunjukkan bahwa seseorang memercayai informasi pribadi dimiliki oleh mereka dan hanya merekalah yang memiliki kontrol bagaimana informasi pribadi akan diungkapkan dan kepada siapa saja yang informasi tersebut akan diungkapkan. *Teori Communication Privacy Management (CPM)* dapat menjadi suatu peta dalam memetakan bagaimana orang-orang melakukan navigasi terhadap privasinya (Yuliarti, Anggreni, & Utari, 2018).

Dikutip dari Petronio dalam Yuliarti et al. (2018) terdapat lima prinsip utama dalam teori CPM yaitu : (1) Orang-orang memercayai bahwa mereka yang memiliki kontrol atas informasi pribadinya; (2) Kontrol informasi pribadi dilakukan dengan

penggunaan peraturan privasi yang dikelola melalui cara diri sendiri; (3) Orang-orang yang diberitahukan atau diberi kewenangan atas informasi pribadi seseorang merupakan *co-owner* dari informasi tersebut, (4) *Co-owners* dari informasi pribadi tersebut perlu melakukan negosiasi secara mutual mengenai peraturan privasi saat memberitahukan informasi tersebut kepada orang lain, (5) Apabila tidak terdapat kesepakatan negosiasi secara mutual, maka akan mengarah pada kegagalan koordinasi antara *co-owners* dari informasi pribadi tersebut (*boundary turbulence*).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hollenbaugh (2019) terkait penerapan manajemen privasi oleh pengguna Facebook dan Snapchat, pengguna media sosial Snapchat yang memiliki daftar kontak pertemanan yang banyak, memiliki manajemen privasi yang lebih terbuka dibandingkan dengan Facebook. Penelitian tersebut memiliki limitasi dan menyarankan untuk penelitian selanjutnya meneliti lebih dalam mengenai pengelolaan manajemen privasi komunikasi dengan motivasi pengguna pada penggunaan media sosial yang memiliki perkembangan lebih canggih.

Oleh karena itu, penelitian ini akan melanjutkan hasil penelitian Siregar (2022) dan Hollenbaugh (2019) dengan menganalisis bagaimana proses pengelolaan manajemen privasi komunikasi dan motivasi pengguna dari fitur NGL Link di main account Instagram. Informan dari penelitian ini adalah *micro-influencer* sebagai pengguna aktif Instagram yang menggunakan NGL Link di *main account* Instagram dengan kisaran umur 16-24 tahun yang termasuk dalam kalangan gen Z.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari pemaparan latar belakang di atas, terdapat fenomena yang dapat diteliti yaitu motivasi pengguna media sosial terutama generasi Z yang tertarik dalam menggunakan fitur anonim dan proses manajemen privasi komunikasi pengguna Instagram dalam menggunakan fitur anonim NGL Link. Apabila melihat jejak aplikasi anonim terdahulu seperti Ask.fm, anonimitas dari aplikasi anonim seperti pisau bermata dua. Dalam hal ini, aplikasi anonim dapat memberikan eksplorasi identitas

dari pengguna dan di sisi lain dapat berujung ancaman seperti banyaknya aktivitas komentar negatif hingga penghinaan (Farrugia, Lauri, Borg, & O'Neill, 2019). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mondal et al. (2017), ancaman komentar negatif atau ujaran kebencian dari pengguna aplikasi anonim Whisper sebagian besar mengarah pada bentuk ujaran kebencian pada perilaku dan fisik seperti orang gemuk dan orang yang bodoh. Selain itu, dari penelitian tersebut juga ditemukan bahwa ujaran kebencian yang diungkapkan melalui fitur aplikasi anonim lebih banyak bila dibandingkan dengan media sosial pada umumnya seperti Twitter sehingga orang-orang yang menyamarkan identitasnya dengan menggunakan aplikasi anonim cenderung lebih agresif saat mereka berada di tempat yang memfasilitasi identitas anonim.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berikut adalah pertanyaan penelitian pada penelitian ini :

1. Bagaimana proses serta motivasi dari manajemen privasi komunikasi yang dilakukan oleh *micro influencer* kalangan Generasi Z sebagai pengguna fitur NGL *anonymous message* di *main account* Instagram?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui proses dan motivasi dari manajemen privasi komunikasi *micro influencer* dari kalangan Gen Z sebagai pengguna fitur NGL *anonymous message* di *main account* Instagram

## **1.5. Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1. Kegunaan Akademis**

Dalam segi kegunaan akademis, penelitian ini diharapkan dapat membantu memperlihatkan perspektif baru terhadap teori manajemen privasi komunikasi (CPM) khususnya penerapan teori tersebut dalam media sosial Instagram serta fitur yang digunakan dalam media sosial Instagram.

### **1.5.2. Kegunaan Praktis**

Dalam segi kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan bagi perusahaan media sosial maupun pembuat fitur tambahan di media sosial yaitu Instagram dan fitur NGL Link dalam membentuk fitur atau meningkatkan kualitas platform media sosial yang dapat membuat pengguna terutama Gen Z lebih sadar dalam mengelola informasi pribadi yang akan disebar di media sosial.

### **1.5.3. Kegunaan Sosial**

Dalam segi kegunaan sosial, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat terutama dalam melihat fenomena pengungkapan informasi pribadi oleh *micro influencer* yang mewakili Gen Z melalui tren suatu fitur anonim di media sosial Instagram dan bagaimana manajemen privasi komunikasi yang dilakukan oleh pengguna Instagram terhadap fenomena tersebut.