

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini yaitu Manajemen Privasi Komunikasi *Micro Influencer* Generasi Z pada Fitur Pesan Anonim NGL Link di Instagram berusaha untuk menemukan bagaimana proses manajemen privasi komunikasi serta motivasi yang mendasari generasi Z yang diwakili oleh kalangan *micro-influencer* dalam mengungkapkan informasi pribadi mereka lewat fitur pesan anonim NGL Link di Instagram.

Dari hasil dan paparan wawancara yang telah dilakukan bersama para informan, dapat disimpulkan bahwa para informan yang termasuk dalam kategori *micro-influencer* generasi Z menjalankan proses manajemen privasi komunikasi dalam menjawab pertanyaan anonim lewat fitur NGL Link di Instagram yaitu:

- a) Dari prinsip peraturan manajemen privasi pertama, budaya kolektivis menjadi salah satu faktor pengguna media sosial menjalankan manajemen privasi komunikasi yang cukup ketat khususnya hal ini terlihat dalam manajemen privasi komunikasi dengan melakukan *filtering* pertanyaan yang dilakukan oleh *micro influencer* saat mengungkapkan informasi pribadi lewat fitur pesan anonim NGL Link di Instagram.
- b) Dari prinsip peraturan manajemen privasi pertama, gender perempuan dan laki-laki mengungkapkan informasi pribadinya dengan memiliki arah kategori pengungkapan informasi pribadi yang berbeda. Perempuan mengungkapkan informasi pribadi yang berkaitan dengan dirinya dan aktivitas bersama orang-orang dekat sedangkan laki-laki membagikan hal-hal yang berhubungan dengan minat, hobi, dan karir.
- c) Dari prinsip peraturan manajemen privasi pertama, motivasi *micro influencer* dalam melakukan manajemen privasi komunikasi adalah untuk memenuhi

kebutuhan dalam melindungi diri dari segala bentuk ancaman (*self-defense need hypothesis*).

- d) Dari prinsip peraturan manajemen privasi pertama, para informan juga mempertimbangkan keuntungan yang didapatkan dalam melakukan manajemen privasi komunikasi yaitu terbentuknya interaksi yang positif dan terciptanya kedekatan bersama *followers* atau penanya anonim fitur NGL Link. Selain itu, kerugian yang dipertimbangkan adalah menghindari ancaman ujaran kebencian dan komentar negatif.
- e) Dalam memberikan dan memposting informasi pribadi mereka melalui fitur NGL Link secara publik, *micro-influencer* yang menjadi informan dalam wawancara ini tidak memberikan kesepakatan atau aliansi untuk pemberian akses informasi pribadi pada individu atau beberapa kelompok sehingga *boundary linkages* dan *boundary ownership* tidak terlaksana secara keseluruhan. Akan tetapi, prinsip *boundary permeability* terlihat dalam kasus yang dialami oleh Difa dan Evelyn ketika mereka yang menyebarkan informasi pribadi secara terbuka di Instagram dan belum mengalami kebocoran informasi data oleh *followers* atau dari penanya anonim tersebut.
- f) Pada prinsip peraturan manajemen privasi ketiga, terdapat pelanggaran dalam menyebarkan informasi pribadi salah satu informan yang dilanggar oleh teman-teman kerja atau teman-teman terdekat dari informan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa orang-orang yang memiliki kedekatan dengan seseorang dapat dengan leluasa membagikan informasi pribadi yang didapatkan melalui media sosial Instagram meskipun dari informan sendiri telah memberikan akses informasi dan kesepakatan untuk menjaga informasi melalui fitur *closefriends*.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada teori manajemen privasi komunikasi oleh Sandra Petronio dalam pendalaman implementasi teori tersebut pada media sosial khususnya pada fitur-fitur terbaru di media sosial seiring berkembangnya waktu. Selain itu dalam penelitian ini, terdapat hasil temuan yang baru dan menarik untuk ditelusuri lebih dalam yaitu terciptanya ilusi kedekatan atau hubungan parasosial antara *micro-influencer* dengan *followers* dan penanya anonim serta terjadinya

pembentukan citra positif oleh *micro-influencer* lewat fitur anonim NGL Link di Instagram.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Akademis

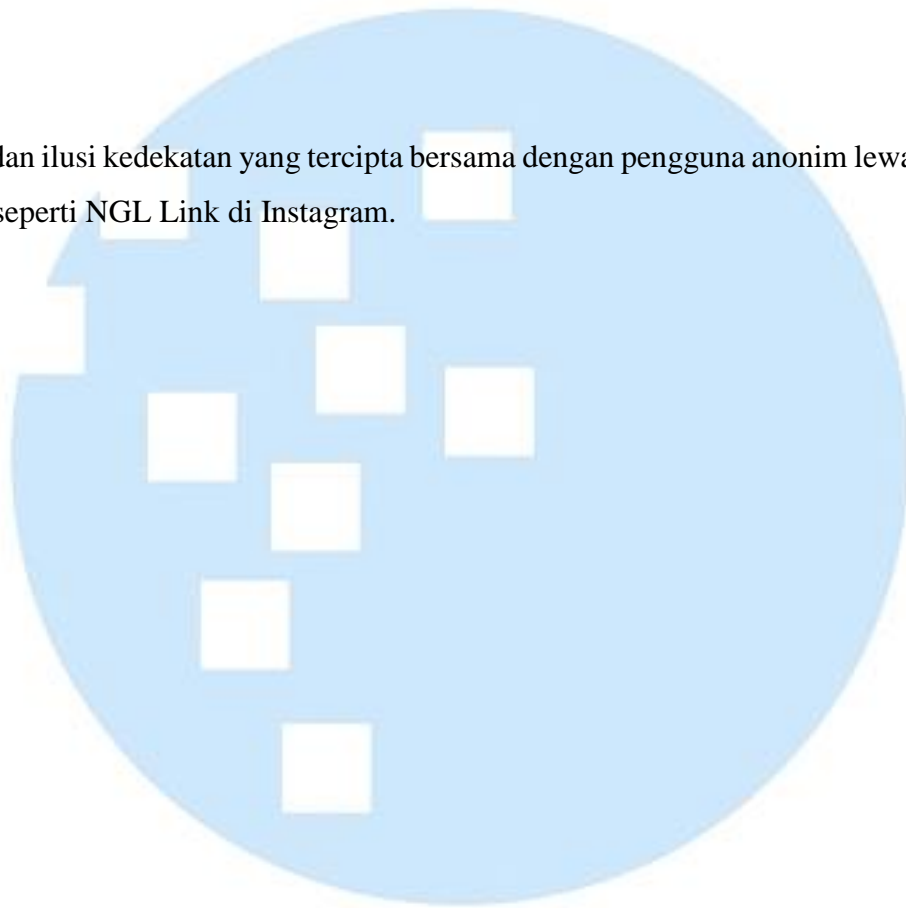
Teori manajemen privasi komunikasi oleh Sandra Petronio dapat dijadikan sebagai pisau bedah pada fenomena interaksi influencer dengan perkembangan media sosial serta teknologi yang cukup pesat. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menelusuri lebih dalam penerapan peraturan manajemen privasi komunikasi khususnya pada peraturan manajemen privasi komunikasi satu yang membahas mengenai motivasi yang berkaitan dengan budaya dari teori manajemen privasi komunikasi dalam melihat perspektif lain dari informan yang memiliki perbedaan budaya. Selain itu, diharapkan juga untuk penelitian selanjutnya menerapkan teori tersebut pada media sosial selain Instagram yang merupakan media sosial yang berfokus pada pembagian konten foto dan video.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengaitkan proses *micro-influencer* yang dapat merasakan ilusi kedekatan dari penggunaan fitur anonim serta mengkaji lebih dalam mengenai pembentukan citra oleh *micro-influencer* melalui pengungkapan informasi pribadi dengan melakukan manajemen privasi komunikasi di media sosial pribadi.

5.2.2. Saran Praktis

Dari temuan hasil penelitian ini diharapkan agar *micro influencer* kalangan generasi Z dapat mengungkapkan informasi pribadi yang mengarah pada interaksi positif dengan menerapkan perlindungan terhadap privasi di media sosial seperti penerapan manajemen privasi komunikasi. Selain itu, diperlukan adanya kesadaran dari *micro influencer* sebagai pengguna aktif media sosial Instagram untuk menyadari mana yang termasuk ke dalam kedekatan sesungguhnya dengan orang-orang yang

dikenal dan ilusi kedekatan yang tercipta bersama dengan pengguna anonim lewat fitur anonim seperti NGL Link di Instagram.



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA