

## PRIVACY CONCERN DAN ISU PENIPUAN

## BERKEDOK KONTEN

(STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL TERHADAP PENGGUNA FITUR “ADD YOURS” DI INSTAGRAM STORIES)

<sup>1\*</sup>Dessy Kushardiyanti, <sup>2</sup>Widodo Agus Setianto, <sup>3</sup>Seipah Kardipah

<sup>1</sup> Komunikasi Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati. Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45132

<sup>2</sup> Departemen Ilmu Komunikasi Fisipol UGM. Jl. Sosio Yustisia, Bulaksumur, Yogyakarta 55281

<sup>3</sup>Hukum Keluarga, IAIN Syekh Nurjati. Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45132

---

### ARTICLE INFO

---

*Received on 30 December 2021*

*Received in revised from 19 January 2022*

*Accepted 29 January 2022*

*Published on 30 January 2022*

---

#### **Keywords:**

*Virtual Ethnography; Privacy Concern; Addyourss; Motive; Self-Identity*

---

### ABSTRACT

*This research is qualitative research with a virtual ethnographic study. The informants in this study are Instagram users who carry out content posting activities based on the challenges that exist in the Addyourss feature on Instagram Story. The results showed several motives in the use of this feature including entertainment motives, social integrative motives, personal identity motives, and information motives. And the*

*classification of privacy focuses on 2 aspects related to personal identity, namely Privacy of data about a person and Privacy of a person's persona.*

### ABSTRAK

Belakangan ini banyak fenomena baru muncul di media sosial terutama dalam keikutsertaan penggunaannya pada tren viral yang ada di berbagai platform. Termasuk yang sedang banyak diperbincangkan yaitu fitur Addyourss di Instagram Story, berbasis *user generated content* seharusnya dapat berdampak positif pada jangkauan *engagement* lebih luas pada Instagram, namun kenyataannya di Indonesia fitur ini disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga berujung pada isu penipuan dengan penyalahgunaan identitas pribadi. Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk

menganalisis fenomena tren *Addyourss* fitur *Addyourss* di Instagram Story. Hasil pada Instagram story kaitannya dengan penelitian menunjukkan beberapa motif *privacy concern* pada pengguna media dalam penggunaan fitur ini diantaranya sosial. Penelitian ini merupakan penelitian motif hiburan, motif integrative sosial, kualitatif dengan studi etnografi virtual. motif identitas pribadi, dan motif informasi. Adapun informan dalam penelitian ini serta penggolongan privasi berfokus pada adalah pengguna Instagram yang dua aspek terkait identitas pribadi yaitu melakukan aktivitas posting konten *privacy of data about a person* dan *privacy of a person's persona* berdasarkan *challenges* yang ada pada *of a person's persona*.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi belakangan ini telah membawa dampak dalam kehidupan manusia. Aksesibilitas informasi semakin mempermudah khalayak dalam mendapatkan hingga saling berbagi informasi, didukung pula dengan perkembangan gawai seperti *smartphone* dan komputer. Di sisi lain kemudahan aksesibilitas di media sosial dapat memberikan dampak negatif bagi para pengguna yang tidak memahami unsur pentingnya pengamanan data pribadi selama penyebaran informasi melalui platform media sosial yang digunakan. Menurut Williams dalam Widjajanto (2013) media sosial merupakan desain penyebaran informasi melalui interaktivitas sosial dan teknik publikasi yang mudah diakses dan berskala luas. Melalui media sosial pula para pengguna dengan mudah membentuk jaringan virtual sehingga konten dapat disebarluaskan dengan mudah (Zarella, 2010).

Bersamaan dengan karakteristik media sosial telah menghadirkan berbagai fenomena yang hype pada kalangan pengguna media sosial itu sendiri, seperti yang belakangan ini muncul yaitu fenomena *jilboobs*, meme, *trending hashtag* dan termasuk *tren challenges* di media sosial. Masing-masing platform media sosial memiliki jenis fenomena tersendiri, bergantung pada bagaimana informasi tersebut disebarkan oleh para penggunanya (Nugraha et al., 2015). Indonesia dengan penetrasi pengguna media sosial yang cukup tinggi menantang penggunanya dalam berselancar dengan variasi konten di dalamnya. Berdasarkan data terakhir menurut (Kemp, 2021),

Indonesia memiliki penetrasi 61,8% aktif menggunakan media sosial atau setara 170 juta pengguna media sosial dengan rata-rata durasi penggunaan internet selama 8 jam 52 menit (Kemp, 2021).



**Gambar 1.** Data pengguna Internet Indonesia 2021

Melanjutkan berdasarkan data we are social media, pengguna Instagram di tahun 2021 masih cukup masif dengan penetrasi sebesar 86,6%. Mayoritas pengguna media sosial dengan rentang usia 18-24 tahun sebanyak 36,4% (Ridhoi, 2021). Usia remaja menjadi usia yang rentan dalam terhadap berbagai kasus penipuan (Endah et al., 2017). Beberapa kasus penipuan yang terjadi sebagai akibat dari interaktivitas yang terjadi di media sosial. Penipuan yang terjadi di media sosial sendiri didorong oleh beberapa faktor diantaranya dorongan untuk berinteraksi, menciptakan kesan, strategi pembungkahan yang dilakukan oleh penipu dan karakteristik media sosial dalam menciptakan realitas dalam pemikiran korban penipuan (Rusmana, 2015). Sejauh ini penipuan yang terjadi di media sosial sudah banyak terjadi dengan berbagai modus penipuan dari pencurian data, pelanggaran akses, hingga penyebaran informasi untuk tujuan kejahatan (Sunarso, 2009). Tak terkecuali di Indonesia sendiri, di tahun 2020

Polri menerima laporan kasus kejahatan siber sebanyak 2.259 dengan estimasi kerugian mencapai 27,19 miliar (Ridhoi, 2020). Berdasarkan data penelitian APJII (2017) dilansir pada website Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan bahwa masyarakat Indonesia belum sepenuhnya sadar akan perlindungan data pribadi seiring bertambahnya jumlah pengguna internet lebih dari 30% belum dasar akan penyalahgunaan data pribadi oleh orang lain di internet (Rizkinaswara, 2019).

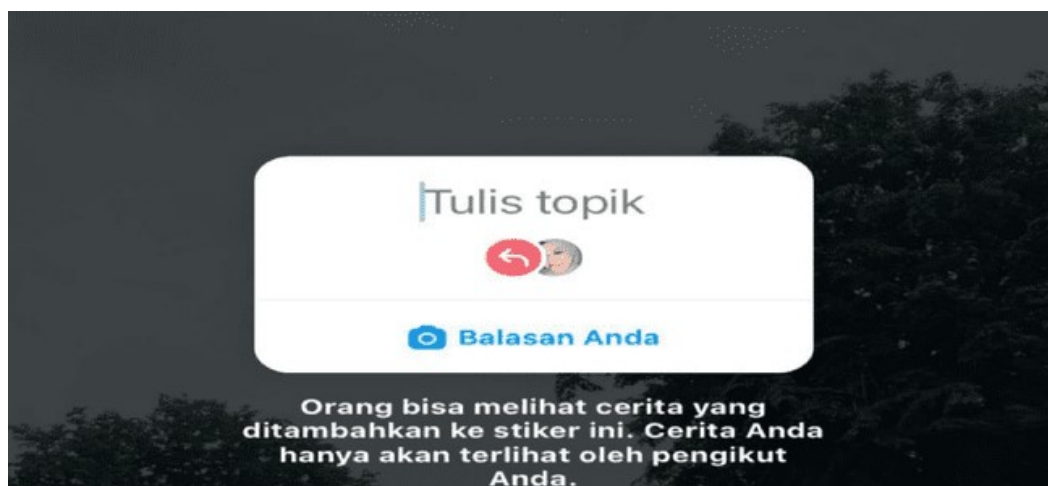
Milenial lebih banyak bergantung pada teknologi informasi dibandingkan generasi lain (majalah TIME dalam Alfyonita et al., 2019) hal ini pula yang dapat menyebabkan munculnya *fear of missing out* termasuk dalam rasa takut ketinggalan berbagai tren yang muncul di platform media sosial oleh milenial saat ini. Jika melihat pada penelitian sebelumnya.

Pengguna media sosial sangat erat kaitannya dengan preferensi dalam menggunakan media, dalam teori *media and user gratification* menyebutkan bahwa pemilihan dan penggunaan media ditentukan oleh peran aktif pengguna media tersebut yang dalam prosesnya guna menemukan media yang tepat untuk tujuan pemenuhan kebutuhan (Nurudin dalam Rohmah, 2020). Beberapa preferensi pengguna media sosial menurut Taylor et al., (2011). Diantaranya *perceived of entertainment, perceived of informativeness, perceived of self congruity, perceived of peer influence, perceived of quality of life, perceived of structure time dan perceived of privacy concern*.

Banyaknya peristiwa penipuan yang terjadi di media sosial telah menjadi perhatian berbagai pihak terutama dalam pemahaman *privacy concern* sebagai motif penggunaan media sosial. Biasanya penipuan dalam media sosial dilakukan atas dasar adanya kepercayaan dalam interaktivitas antar pengguna sehingga memunculkan suatu realitas dalam diri penipu, namun belakangan ini data diri pengguna media sosial seakan mudah didapatkan dan disalahgunakan dari penyebaran data pribadi yang tanpa sadar dilakukan oleh pengguna media sosial

sebagai akibat dari paparan tren challenges yang ada pada platform media sosial itu sendiri.

Instagram dengan berbagai fitur pendukung didalamnya telah mampu mengundang banyak peluang keterikatan satu pengguna dengan pengguna yang lain melalui interaksi di dalamnya, tak terkecuali dengan kemunculan fitur “Addyours” yang tujuan dari adanya fitur tersebut adalah sebagai basis *user generated content*, namun kondisi di Indonesia nyatanya berbanding terbalik dengan tujuan tersebut. Berikut gambaran dari fitur “Addyours” pada Instagram.



**Gambar 2.** Tampilan Fitur Adyours di Instagram’s Story

Pada intinya fitur *Addyours* yang dapat digunakan pada story Instagram ini dapat digunakan oleh pengguna media sosial untuk saling berinteraksi melalui pertanyaan apapun dan harapannya dapat mengundang interaktivitas melalui konten yang di-share berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang diminta. Dengan menjawab pertanyaan pada fitur *Addyours* maka secara langsung pengguna juga turut menyebarluaskan konten tersebut kepada para *followersnya* lebih luas. Penyebaran konten melalui media sosial pada dasarnya memang dapat dilihat dalam dua jenis meliputi penyebaran melalui konten dan penyebaran melalui perangkat, dalam fenomena tren *addyours* ini, karakteristik penyebaran dalam media sosial secara

langsung melalui konten yang disebar dan dikembangkan dengan data tambahan berdasarkan challenges yang diminta pada fitur *addyourss* yang ditemui (Nasrullah, 2015).

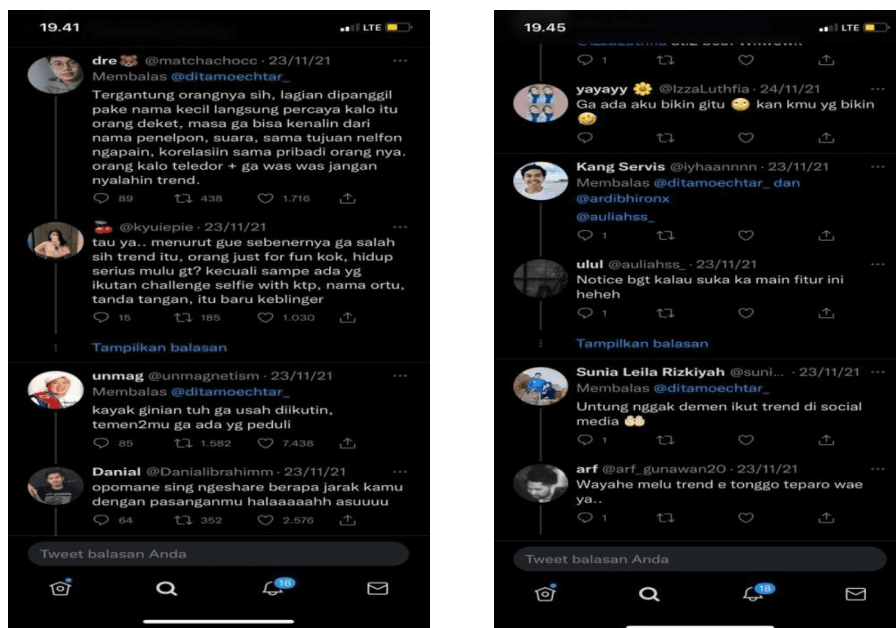
Pro kontra bermunculan atas respon pengguna Instagram terhadap penggunaan fitur *addyourss* pada media sosial ini, salah satunya sebuah thread di Twitter yang viral milik akun Twitter menceritakan kronologi sahabatnya yang ditipu sejumlah uang akibat menjawab pertanyaan dari pengguna lain yang dicantumkan dalam fitur *addyourss* ini. Pertanyaannyapun cukup privasi yaitu menanyakan nama panggilan masa kecil. Pertanyaan tersebut dibalasnya dengan menyertakan konten dan *call to action* berupa beberapa nama panggilan nama kecilnya.

Setelah kejadian tersebut, korban mengaku dihubungi pihak tidak dikenal untuk mengirimkan sejumlah uang atas dasar percaya bahwa pelaku adalah teman dekatnya karena mengetahui panggilan nama kecilnya yang terbatas hanya diketahui oleh beberapa orang saja. Beberapa waktu setelah kejadian tersebut, korban menyadari bahwa ia telah ditipu melalui keikutsertaannya dalam menjawab sebuah pertanyaan melalui fitur *Addyourss* yang ia dapati dari *story* instagram *followers*-nya. Karena sudah tersebar luas, korbanpun kesulitan untuk memprediksikan siapa pelaku penipuan terlibat.



**Gambar 3.** Thread kasus penipuan akibat *challenges* pada fitur *Addyourss*

Berbagai respon muncul atas viral *thread* twitter tersebut, antara lain berupa himbauan untuk lebih kritis dalam mengikuti trend yang ada dengan membatasi akan data privasi dan beberapa respon konten pertanyaan lain dari fitur *Addyourss* yang juga merujuk pada tindakan pelanggaran privasi dengan menanyakan nama ibu kandung, foto identitas diri, ibu kandung hingga NPWP.



**Gambar 4.** Balasan Thread kasus penipuan akibat *challenges* pada fitur *Addyourss*

Netizen atau panggilan akrab dari pengguna media sosial pada umumnya memiliki kemudahan dalam memproduksi konten sesuai apa yang menjadi kepentingannya termasuk dalam berbagi informasi dan hiburan semata, apalagi hal tersebut dilakukan di media sosial yang penyebarannya sangat cepat dan tidak terbatas waktu (Prajarto, 2018). Hal tersebut dapat menimbulkan dampak positif dan negatif secara bersamaan tak terkecuali pada dampak kasus penipuan yang telah viral sebagai akibat dari penggunaan fitur di media sosial.

Terlepas dari segala pro dan kontra atas isu yang viral terkait kasus penipuan berkedok konten *Addyourss*, praktik literasi digital terutama dalam menyadari pengamanan data

pribadi menjadi semakin penting dalam membentuk masyarakat yang semakin cakap bermedia. Menghadapi kenyataan bahwa dewasa ini ekosistem digital semakin berkembang seiring dengan berbagai kasus kejahatan di dunia siber termasuk praktik penipuan, sehingga perlu kesadaran penuh dari masing-masing individu dalam mengamankan data diri termasuk pelanggaran privasi di dunia maya (Simarmata et al., 2021).

Kembali pada karakteristik media sosial yang mendukung keberadaan tren di masing-masing platform media sosial, maka penelitian ini akan menilik pada apa saja motif yang terbentuk dari pengguna Instagram kaitannya selama menyebarkan konten berbasis *challenges* pada fitur *addyourss* dan klasifikasi aspek privasi yang dialami oleh pengguna media sosial itu sendiri.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif berbasis studi etnografi virtual untuk peneliti menganalisis konten *challenges* berbasis fitur *Addyourss* pada periode November-Desember yang digunakan oleh beberapa pengguna aktif di Instagram. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi dokumentasi, wawancara dan analisis data dengan kajian literatur dan teori yang relevan. Etnografi virtual sebagai landasan metodologi dalam penelitian ini guna melihat fenomena sosial dan ruang siber sebagai bagian dari budaya pengguna. Sebagai sebuah budaya serta artefak budaya, dunia siber dalam penelitian etnografi virtual dapat dilihat dari fenomena yang muncul pada aktivitas internet termasuk media sosial (Rulli Nasrullah, 2014).

Dokumentasi dalam penelitian ini diambil dari konten *addyourss* yang ada pada media sosial Instagram dengan melihat bagaimana visualisasi konten dan *challenges* dalam bentuk pertanyaan dari pengguna yang selama ini tersebar di kalangan pengguna



akan memudahkan dalam menganalisis data selanjutnya. Selanjutnya, Wawancara, yaitu tanya jawab sebagai upaya pengumpulan data dari informan yang relevan dengan kajian penelitian yaitu pengguna fitur addyours sebagai representasi motif penggunaannya. Sebagai penguat pada penelitian ini diambil dari 3 informan dengan kriteria:

1. Pengguna aktif Instagram
2. Mengikuti tren *challenges Addyourss* pada Instagram Story
3. Berkenan untuk membagi pengalaman selama menggunakan fitur *Addyourss*

Keikutsertaan pengguna media sosial pada beragam tren termasuk *challenges* pada fitur *Addyourss* yang berdampak pada kronologi penipuan ini merupakan sebuah realitas sosial dan memiliki motifnya tersendiri. Sehingga, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dimana individu memiliki interpretasi dan bertindak berdasarkan konseptual yang ada pada pikirannya (Elvinaro & Bambang, 2007).

Teknik analisis data dilakukan dengan kajian literatur dan teori yang relevan dengan penelitian dan data-data yang telah diperoleh dari dokumentasi konten addyours dianalisis berdasarkan motif pengguna dan pengklasifikasian jenis *privacy concern* yang dialami oleh pengguna media sosial sebagai dampak dari penyalahgunaan data pribadi melalui konten addyours di Instagram

## **PEMBAHASAN**

### **Motif dalam menggunakan fitur *Addyourss* oleh pengguna Instagram**

Dibalik sifat dan karakteristik media sosial yang tak terbatas jangkauan dan penggunaan, setiap penggunanya dapat secara langsung menebarkan konten termasuk data tanpa melalui proses verifikasi pada beberapa platform media sosial yang digunakan, dalam hal ini adalah Instagram Stories. Dalam penggunaannya pun, netizen berhak menentukan preferensi penggunaan sesuai kebutuhan dan

kepentingannya.

Sebagai salah satu fitur pendukung di media sosial Instagram, konten dengan menggunakan fitur *Addyourss* cukup mendominasi postingan di story Instagram. Bahkan telah berungki dibagikan antar story pengguna media sosial, interaksi sangat masif terjadi antar pengguna sesuai tujuan diadakannya fitur tersebut yaitu sebagai *user generated content* (UGC) oleh Instagram. *User Generated Content* merupakan basis penyebaran informasi, data secara sukarela oleh pengguna media kepada pengguna yang lain, tujuannya bermacam-macam salah satunya untuk tujuan kebermanfaatan informasi dan hiburan (Krumm et al., 2008). Jika digunakan secara benar, fitur ini sebetulnya bermanfaat untuk menjangkau banyak target *engagement* bukan hanya antar followers namun juga di luar followers Instagram.

*User Generated Content* (UGC) sebagai salah satu karakteristik media sosial juga merupakan penanda bahwa pengguna media sosial tidak hanya memproduksi namun juga mengonsumsi konten yang juga diproduksi oleh pengguna lain. Demikian juga konsep dalam fitur *addyourss*, pengguna Instagram tidak hanya melihat konten *addyourss* sebagai konsumsivitas informasi belaka, namun juga dapat secara langsung terlibat dalam *challenges* pada fitur *addyourss* tersebut.

Belum lama fitur ini dinikmati oleh pengguna Instagram, kemudian muncul pemberitaan negatif terkait laporan salah satu teman dari pengguna fitur tersebut atas penipuan yang dialami sebagai akibat mengikuti trend *Addyourss*. Pro dan kontra kemudian bermunculan, adapun yang kontra salah satunya berupa pengguna Instagram yang merasa beruntung tidak mengikuti trend dalam arti menyalahkan segala trend yang ada di media sosial tidak baik untuk diikuti dan ada pula yang pro bahwa tidak seharusnya menyalahkan segala trend di media sosial, dalam hal ini preferensi media sosial merupakan hak dari masing-masing pengguna media sosial, dan berbagai trend yang muncul di media sosial banyak dianggap sebagai hak

preferensi dalam mencari hiburan dan mengisi waktu luang bagi penggunanya. Menurut McQuail dalam Rakhmat (2021) terdapat beberapa motif individu menggunakan media antara lain motif hiburan, motif integrative sosial, motif identitas pribadi, dan motif informasi.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa informan yang spesifik pengguna media sosial aktif dan turut memberikan respon pada fitur *Addyourss* di Instagram hal ini terkait dengan motif pengguna dalam aktivitas tren di media sosial kaitannya dengan batasan privasi yang telah dilakukan dalam menghadapi beberapa kasus penipuan sebagai akibat penyalahgunaan data privasi melalui konten yang di-posting.

#### 1. *Surveillance* atau motif informasi

Dalam hal ini seseorang bermedia dikarenakan akan kebutuhan informasi dan kepuasan dalam keingintahuannya terhadap sekitar dan minat umum. Dari paparan jawaban ketiga informan melihat tren *Addyourss* yang banyak didominasi oleh beberapa story milik *influencer*/selebgram dan para *following*/orang yang diikutinya di Instagram maka muncul ketertarikan untuk mengikutinya termasuk rasa ingin tahu dalam berbagi konten dalam menanggapi setiap *challenges* yang didapat. Setelah informan memposting respon *challenges Addyourss* yang diinginkan kemudian beberapa pengikutnya kembali merespon dengan membalas terusan *challenges*-nya. Hal tersebut yang membuat informan merasa adanya kepuasan dalam menggunakan fitur tersebut, dikarenakan naiknya interaktivitas yang terjadi antara informan dan para *followers*-nya di instagram.

Pengetahuan akan fitur ini, informan juga dapatkan dari *sharing* informasi pengguna lain dengan ditandai melalui *Direct Messages*, hal tersebut mengakibatkan pengguna penasaran dan ingin mencoba dari informasi yang didapat. *Sharing* informasi sebuah tren juga dapat dilakukan *cross channel* atau antar pengguna media sosial, seperti yang sedang *hype* belakangan ini yaitu melalui TikTok lengkap dengan cara

menggunakannya. Segala bentuk paparan informasi inilah dapat meningkatkan intensitas pengguna tren, yang dimana tingkat pengetahuan akan keamanan data dari masing-masing pengguna memiliki limitasi yang berbeda, ada pengguna yang sudah aware akan keamanan data dan melakukan filterisasi pada data diri yang akan di-share melalui *challenges* tersebut, ada pula pengguna yang masih belum paham akan pentingnya keamanan data diri dan minim aktivitas filterisasi pada data yang akan dibagikan. Mengingat media sosial seakan di-desain sebagai fasilitator bagi penggunanya termasuk fasilitas untuk mencari hiburan dan mengisi waktu luang. Media sosial seakan telah menjadi kebutuhan bagi penggunanya diiringi dengan segala dampak yang dirasakan oleh penggunanya (Solekhan & Winarso, 2014).

Kebutuhan dalam penggunaan media sosial meliputi membagi peristiwa, mendapatkan dan berbagi informasi kepada pengguna lain di media sosial (Błachnio & Przepiórka, 2018). Penggunaan media media sosial semakin mudah hal ini pula yang berdampak pada paparan segala bentuk informasi dan tren bagi para penggunanya. Instagram yang merupakan bagian dari media sosial juga menunjukkan representasi pengguna yang dapat menunjang citra diri (Nurmansyah, Ratnamulyani, Kusumadinata).

## 2. Integrative sosial

Media sosial seolah telah menjadi kebutuhan individu, integrative sosial adalah ketika individu menggantikan media sebagai sahabat melalui interaktivitas didalamnya, kembali pada tujuan disediakannya fitur *Addyourss* oleh Instagram adalah sebagai *user generated content* maka kemudian muncul interaktivitas antar diri informan dengan follower-nya. Adanya respon pada *challenges Addyourss* yang Informan posting membuat informan merasa disukai oleh followers-nya. Selain itu, tidak jarang juga Informan memberikan respon konten pada fitur *Addyourss* berupa 'dagelan' untuk hiburan dirinya dan followers-nya, semisal *challenges* untuk posting-an *add yours*

berupa “mengumpulkan orang pendiam” kemudian Informan post dirinya, disisi lain followers yang mayoritas teman-temannya mengenal Informan sebagai individu yang ekspresif sehingga berbanding terbalik dengan *challenges* yang di-posting. Informan juga merasa lebih mudah mendapatkan ide untuk memulai interaktivitas dengan pengguna lain di media sosial, kemunculan berbagai challenges yang berbeda membuat pengguna merasa tertantang untuk terus membagikan data berbasis konten yang diinginkan, hal ini yang membuat aktivitas update story tidak pernah sepi dan lebih intens dalam melakukan komunikasi dengan pengguna lan. Dengan kekuatan *User Generated Content* (UGC) dimana konten yang dihasilkan oleh pengguna memiliki kekuatan untuk individu baik personal ataupun komunitas untuk saling berinteraksi, berkumpul, berbagi walau sekedar untuk bermain (Boyd dalam Nasrullah, 2015).

### 3. Motif Identitas Pribadi

Melalui fitur *Addyourss* pengguna media sosial juga bebas mengekspresikan diri mereka melalui challenges secara random Informan temui melalui story Instagram followers-nya, Informan menganggap bahwa beberapa *challenges* relate dengan nilai-nilai pribadi sehingga tertarik untuk mengikuti *challenges* tersebut dengan turut memposting balasan konten versi Informan. Dengan adanya fitur *Addyourss* juga turut meningkatkan kepercayaan diri pengguna media sosial, karena menganggap apa yang ia share merupakan karakteristik dirinya yang belum tentu memiliki kesamaan dengan pengguna lain, termasuk dalam kelebihan yang dimiliki oleh pengguna dalam bidang tertentu yang mengharapkan kepedulian dari pengguna lain sebagai citra dirinya. Hadirnya media sosial memang telah banyak memunculkan banyak tren baru yang digunakan sebagai wadah eksistensi bagi penggunanya hal ini selaras dengan pandangan (Van Dijk dalam Nasrullah 2015) bahwa kehadiran media sosial memfokuskan pada eksistensi dan fasilitator bagi para penggunanya untuk sekedar beraktivitas hingga berkolaborasi dengan pengguna lain.

#### 4. Motif hiburan

Motif hiburan merupakan upaya pelarian dari rutinitas dan mengisi waktu luang bagi pengguna. Informan menjelaskan bahwa fitur *Addyourss* dianggap sebagai hiburan baru antimainstream sehingga terkesan tidak membosankan dan tertarik untuk mencari ide *challenges* dari fitur *Addyourss* yang lain, hal ini juga dipicu karena reaksi dari followers yang ditunjukkan. Belum lagi jika Instagram Informan *open public* akan muncul beberapa viewers baru di luar *follower's* inti yang tertarik untuk melihat atau bahkan turut membagikan *challenges Addyourss* yang sama dengan informan gunakan. Motif ini juga diperkuat oleh para informan yang masih berada pada situasi pandemi dan banyaknya tren yang ditemui di media sosial, salah satunya tren *addyourss* yang banyak digunakan oleh para pengguna media sosial dari teman dekat hingga influencer. Waktu luang yang berlebih bagi pengguna memiliki dampak pada intensitas penggunaan media sosial yang tinggi akibat rasa bosan dan butuh akan hiburan yang paling mudah ditemukan melalui media sosial.

**Tabel 1.** Motif Informan Melakukan Aktivitas Posting Konten *challenge Addyourss*

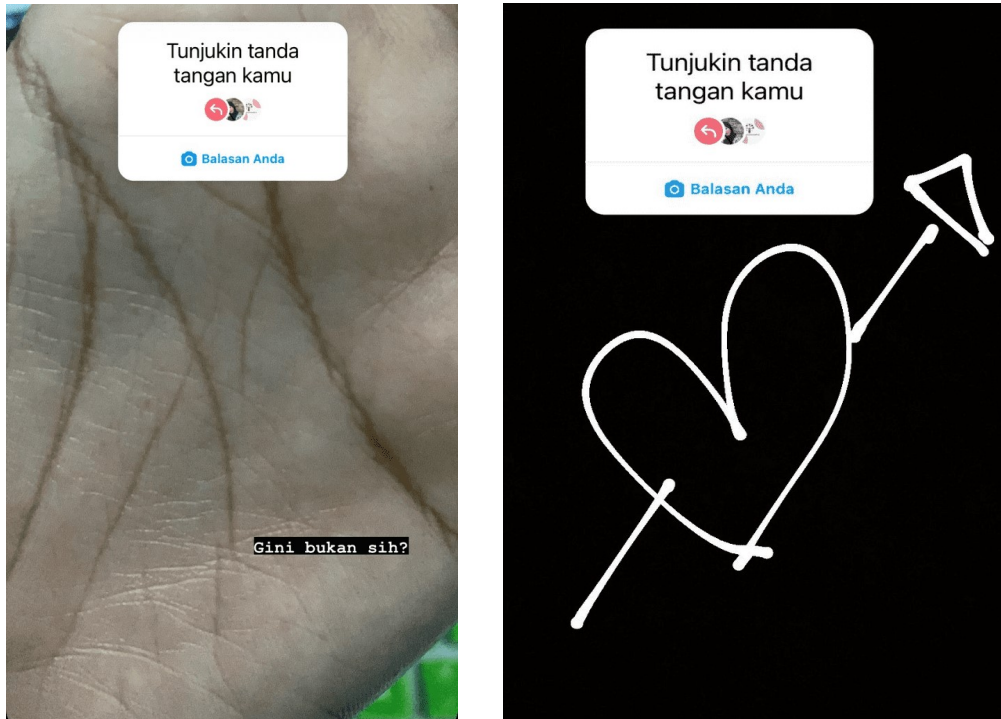
No	Motif	Informan		
		Evi Yuliati	Ira Nurirawati	Handhita Artya Puspitasari
1	<i>Surveillance</i> atau motif informasi	Mengikuti trend yang sedang viral dari TikTok	Melihat dari Instagram story teman dan tertarik untuk mengikuti	Ditandai oleh teman untuk mengikuti challenges dari <i>Addyourss</i> di Instagram

2	Integrative sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjadi lebih sering <i>update</i> Instagram story</li> <li>• Menambah <i>engagement</i> sekedar melalui <i>update</i> Instagram story</li> </ul>	Menambah <i>viewers</i> story Instagram	Interaksi dengan orang lain menjadi lebih intens
3	Motif Identitas Pribadi	Merasa lebih percaya diri	Menemukan <i>challenges</i> yang <i>relate</i> dengan karakteristik diri	Lebih leluasa dalam mengekspresikan diri melalui <i>challenges</i> di <i>Addyourss</i>
4	Motif hiburan	Mengisi waktu luang	Merasa bahagia dengan respon positif <i>followers</i> , bahkan dari <i>followers'</i> yang belum dikenal	Termasuk hiburan yang <i>antimainstream</i> sehingga tidak membosankan

### **Privacy Concern pada pengguna fitur *Addyourss* di story Instagram**

Di dalam penggunaan fitur *Addyourss* belakangan ini telah muncul beragam *challenges* untuk menarik minat para pengguna Instagram lain saling berbagi konten berdasarkan *challenges* dalam fitur tersebut dari yang wajar hingga tidak lazim turut meramaikan trend fitur ini. Beberapa yang tidak lazim dalam penggunaan fitur ini yaitu merujuk pada cybercrime seperti *challenges* untuk menunjukkan identitas pribadi seperti KTP, NPWP, Tanda Tangan, dan lainnya. Walaupun masih ada pengguna yang *aware* akan filterisasi data pribadi yang akan dibagikan termasuk dengan cara tetap mengikuti *challenges* tersebut namun berisikan konten yang sifatnya sebagai

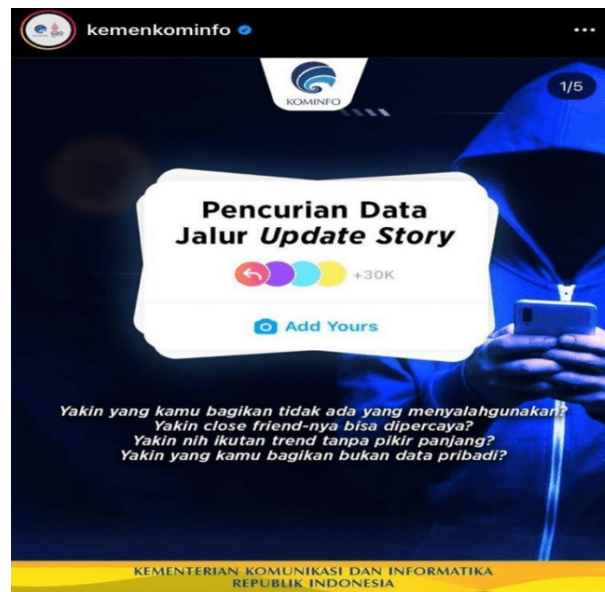
hiburan semata, seperti pada gambar 5 berikut ini:



**Gambar 5.** *Challenges* pada fitur *Addyours* pada *Instagram Stories*

Kementerian Komunikasi dan Informatika sendiri telah mengeluarkan himbuan melalui kanal media sosial dan berbagai media arus utama untuk para pengguna berhati-hati dalam beberapa *challenges* yang muncul pada fitur tersebut. Himbuan terkait aktivitas *cybercrime* dan kesalahan penggunaan data pribadi sebetulnya sudah sering dilakukan himbuan dari berbagai pihak mengingat kasus penipuan dari media sosial termasuk dalam kasus yang cukup tinggi dan penggunaan media sosial telah menjadi kebutuhan apalagi oleh milenial yang semakin beriringan dengan segala trend di dalamnya namun tingkat literasi digital masih tergolong rendah.





**Gambar 6.** Himbauan pengamanan data pribadi oleh KOMINFO

Privasi sendiri meliputi hak dalam mengendalikan informasi pribadi dan kemampuan dalam mengelola informasi tersebut harus digunakan (Pratama & Suradi, 2016). Terdapat 3 aspek privasi terkait data pribadi meliputi: privasi pribadi seseorang (*privacy of a person's persona*), privasi data tentang seseorang (*privacy of data about a person*), dan privasi komunikasi seseorang (*privacy of a person's communication*).

*a. Privacy of a person's persona*

Setiap individu berhak dibiarkan sendiri (*the right to be let alone*), terdapat 4 pelanggaran terhadap privasi atas pribadi diantaranya: penempatan yang salah atas publikasi seseorang termasuk foto, nama, kesukaan, fakta personal, mengganggu kesendirian seseorang

*b. Privacy of data about a person*

Pengumpulan informasi tentang seseorang dan kemudian digunakan untuk kepentingan orang lain tanpa adanya izin yang jelas juga termasuk pelanggaran hak privasi. Misalnya penyalahgunaan informasi yang dikumpulkan berdasarkan identitas para anggota dalam suatu organisasi atau bahkan konsumen-konsumen pada sebuah

perusahaan.

*c. Privacy of a person's communication*

Pada hal tertentu, penyadapan komunikasi oleh pihak lain selain pengirim dan penerima dalam sebuah pertukaran informasi juga termasuk pelanggaran privasi seseorang.

Berdasarkan beberapa penggolongan privasi tersebut, para pelaku penipuan yang diduga menyalahgunakan data korban melalui tren add yours pada konten-konten pengguna Instagram termasuk dalam ranah *Privacy of data about a person* dan *Privacy of a person's persona*. Tanpa pelaku memiliki kontak langsung dalam berkomunikasi dengan calon korbannya, pelaku dapat dengan mudah mengumpulkan informasi yang dibutuhkan untuk membentuk realitas seolah-olah pelaku adalah orang terdekat korban termasuk dalam pengumpulan fakta-fakta personal calon korbannya meliputi makanan kesukaan, kota yang pernah ditinggali, foto masa kecil, termasuk nama panggilan spesifik yang hanya sebagian orang terdekat yang mengetahuinya.

Pelanggaran tersebut bisa saja terjadi karena kurangnya pengaturan privasi pada platform media sosial yang digunakan oleh pengguna Instagram, pengaturan Instagram dalam kondisi *open public* dalam arti dapat dilihat oleh siapa saja termasuk di luar followers maka dapat membuka kesempatan untuk pelaku kejahatan dalam memantau identitas para korbannya dan akan sedikit menyulitkan korban untuk mempersempit prediksi pelaku yang menyalahgunakan data privasinya.

Secara spesifik, fitur pada Instagram story memang masih terbatas kebijakan dalam ranah filterisasi penyalahgunaan konten yang memuat unsur data pribadi. Sehingga, segala *posting-an* yang diunggah pada Instagram story termasuk dalam ekspose data pribadi menjadi tanggung jawab masing-masing pengguna media sosial.

Sebelum adanya thread twitter viral yang membahas kasus penipuan sebagai akibat

dari fitur *Addyourss* ini tidak ada tanda-tanda kecurigaan muncul dari para pengguna fitur tersebut, bisa jadi hanya sebagian pengguna yang sadar arah penggunaan fitur *Addyourss* dengan beragam *challenges* yang menarik perhatian. Bahkan di waktu fitur ini hype telah banyak digunakan oleh pengguna, belum ada warning dari pihak-pihak yang concern dalam pengamanan data pribadi dari tindakan *cybercrime* yang diprediksi bisa terjadi dari berbagai trend yang ada termasuk trend *Addyourss* ini.

Baru setelah kasus penipuan tersebut ramai diperbincangkan antar pengguna media sosial dan cukup trending, setelah itu muncul banyak himbauan dari pihak-pihak pengamanan *cybercrime* atas kehadiran fitur *Addyourss* tersebut. Pengamanan data pribadi telah banyak menjadi perhatian oleh para pakar untuk masyarakat Indonesia berhati-hati dalam melangkah di media sosial, banyaknya tren yang tidak bisa dibendung dapat memicu kejahatan-kejahatan lain yang tidak kalah antimainstream dibandingkan tren itu sendiri.

Data pribadi yang didapat melalui tren-tren semacam ini di media sosial dapat digunakan untuk bermacam kepentingan sesuai kelengkapan data pribadi yang relevan dan memungkinkan untuk digunakan oleh penipu dalam mendapatkan keuntungan. Menurut Widodo (2013) kemungkinan kejahatan dengan menggunakan media teknologi informasi diantaranya digunakan untuk pemalsuan kartu kredit, spam e-mail, penyerangan pada situs di internet, penyebarluasan data pribadi, pengkopian secara ilegal, termasuk kemungkinan pinjaman online yang banyak diprediksikan oleh para pengguna media sosial. Masih adanya penyalahgunaan data pribadi berkedok konten di media sosial menjadi salah satu indikasi masih lemahnya literasi digital bagi mayoritas media sosial terutama dalam membatasi diri dalam membagi data pribadi dalam bentuk apapun termasuk dalam memfilter tren yang semakin bervariasi seiring dengan perkembangan karakteristik media sosial.

Mengacu pada kompetensi literasi digital berdasarkan rumusan dari Jaringan Pegiat

Literasi Digital (JAPELIDI) tahun 2018 dalam penelitian Raharjo & Winarko, (2021) terdapat 10 indikator kompetensi untuk mengukur masyarakat Indonesia dalam bermedia digital diantaranya: mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi. Berdasarkan indikator tersebut, kasus penipuan berkedok konten pada fitur *Addyourss* ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia masih kurang dalam hal menyeleksi, memahami, menganalisis, dan memverifikasi.

Hal ini disebabkan oleh munculnya kecanduan bermedia sosial yang berdampak *pada fear of missing out* sebuah ketakutan akan ketinggalan informasi termasuk tren di media sosial, membuat penggunanya ketika bermedia dan menemukan sesuatu yang berbeda dan menjadi tren di kalangan pengguna langsung ikut-ikutan tanpa melakukan kontrol terhadap apa dampak positif jika tidak membatasi diri pada hal-hal negatif yang dapat memicu permasalahan di kemudian hari. Belum lagi masyarakat Indonesia yang cenderung kolektivisme sehingga lebih merujuk pada tujuan jejaring sosial dimana perilaku seseorang yang berada pada negara kolektif termasuk Indonesia akan cenderung terkait dengan masyarakat dan mencari kesesuaian dengan yang lain (Roland, 2015).

Setelah kasus penipuan berkedok konten pada fitur *Addyourss* ini *trending*, tidak sedikit juga pengguna media sosial yang ikut mensyukuri kejadian tersebut sebagai akibat dari kegagalan mengamankan data privasi yang berujung pada ketidaksesuaian tren tersebut untuk masyarakat Indonesia yang masih kurang literasi pengamanan data privasi terhadap aktivitas kejahatan cyber. Dari sini dapat dilihat bahwa kuasa netizen atas pesan yang disebar melalui platform media sosial menjadi tantangan bagi siapa saja pengguna tren di media sosial, tidak berarti kemudian segala bentuk tren yang bermotif sebagai hiburan diterima dengan baik oleh semua penggunanya, akan berkemungkinan muncul sentimen negatif jika tren tersebut memiliki dampak yang berlawanan dari tujuan tren tersebut termasuk cacian dan sikap tidak saling

mendukung antar pengguna media sosial yang pro dan kontra terhadap kehadiran suatu tren di media sosial. Sentimen negatif pada sebuah konstruksi wacana pada media sosial tidak menutup kemungkinan kurangnya objektivitas dan akurasi, hal ini dapat memberikan citra negatif pada pengguna media sosial (Prajarto, 2018).

## KESIMPULAN

Berdasarkan wawancara dan analisis teori yang relevan maka hasil penelitian menunjukkan bahwa hadirnya tren *challenges* pada fitur *addyours* dibuat sebagai *user generated content* (USG) yang dimana pengguna dapat meningkatkan *engagement* pada Instagram dengan saling sharing content melalui story Instagram-nya. Sama halnya dengan kehadiran fitur pada platform media sosial yang lain, pengguna media berhak memilih atas kebutuhannya dalam bermedia sosial, termasuk pada penggunaan fitur *Addyourss* ini terdapat beberapa motif pengguna Instagram dalam melakukan aktivitas posting *challenges Addyourss* di Instagram storynya yaitu motif hiburan, motif integrative sosial, motif identitas pribadi, dan motif informasi.

Pertama, motif informasi dimana pengguna merasa fitur *Addyours* dianggap antimainstream dan berbeda dengan fitur pada berbagai platform media sosial sehingga pengguna merasa penasaran dan ingin tahu lebih lanjut fitur tersebut dengan mencobanya.

Kedua, motif integrative sosial, meningkatnya intensitas interaksi antar pengguna melalui fitur ini membuat pengguna merasa aktivitas sosialnya meningkat bahkan dengan orang yang baru dikenal diluar dari *follower's* inti di Instagram-nya.

Ketiga yaitu motif hiburan, munculnya variasi *challenges* yang berbeda dari tiap pengguna membuat Informan semakin tertantang untuk terus ekspose diri dengan berbagi konten sesuai dengan permintaan *challenges* yang ada di *Addyourss*, hal ini membuat aktivitas dengan tren ini terkesan tidak membosankan.

Ke empat yaitu motif identitas pribadi, penguatan nilai pribadi muncul melalui tren ini, pengguna merasa lebih percaya diri dalam mengekspresikan dirinya dengan adanya *challenges* pada tren ini, sehingga eksistensi pengguna tetap ada tanpa ia harus terlalu percaya diri posting tentang personality-nya atas kemauan sendiri.

Kaitannya dengan *privacy concern* yang dipertekankan pada tren ini kemudian muncul setelah adanya isu kasus penipuan dengan memanfaatkan pengumpulan data pribadi yang tanpa sadar pengguna share di Instagram Story-nya. Adapun penggolongan pada aspek privasi terkait pribadi, isu ini termasuk pada *Privacy of data about a person* dan *Privacy of a person's persona*.

Pengguna perlu meningkatkan kapasitas literasi digital mengingat saat ini bermedia sosial seakan telah menjadi kebutuhan termasuk oleh milenial, tidak harus menunggu himbauan terkait spesifik tren yang sedang *hype*, masyarakat seharusnya dapat lebih kritis dalam menelaah indikator literasi digital pada media sosial meliputi mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfyonita, D., Nasionalita, K., Sos, S., Prodi, S., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *Konstruksi Identitas Generasi Millennial Di Kota Bandung Dalam Media Sosial Instagram Identity Construction Of Millennial Generation In Bandung On Instagram*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/147559/konstruksi-identitas-generasi-millennial-di-kota-bandung-dalam-media-sosial-instagram.html>
- APJII. (2017). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia*.
- Błachnio, A., & Przepiórka, A. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 259, 514–519.
- Elvinaro, A., & Bambang, Q. (2007). Filsafat Ilmu Komunikasi. *Bandung: Simbiosis Reka Tama Media*, 2–3.
- Endah, T., Dimas, A., & Akmal, N. (2017). *Kajian dampak penggunaan media sosial bagi anak dan remaja* (Vol. 1, Issue 1). Puskakom UI.

- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Krumm, J., Davies, N., & Narayanaswami, C. (2008). User-generated content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4), 10–11.
- Nasrullah, R. (2015). *Teori Media Sosial Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosio Teknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana.
- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., & Putri, B. P. S. (2015). Fenomena Meme Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram). *Jurnal Sositologi*, 14(3), 237–245.
- Nurmansyah, M.R, Ratnamulyani, I.A., Kusumadinata, A.A. (2019). Hubungan Motion Graphic Sebagai Konten Promosi Sekolah di Media Sosial. *Communications 1* (2), 77-90. <https://doi.org/10.21009/Communications.1.2.4>
- Prajarto, N. (2018). *Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram@ lambe\_turah*.
- Pratama, G. Y., & Suradi, A. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Diponegoro Law Journal*, 5(3), 1–19.
- Raharjo, N. P., & Winarko, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(1), 33–43.
- Rakhmat, J. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakary.
- Ridhoi, M. A. (2020). *Daftar Kejahatan Siber yang Paling Banyak Dilaporkan ke Polisi*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/08/daftar-kejahatan-siber-yang-paling-banyak-dilaporkan-ke-polisi>
- Ridhoi, M. A. (2021). *Milenial Paling Intens Akses Internet untuk Media Sosial*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/03/milenial-paling-intens-aks%09es-internet-untuk-media-sosial>
- Rizkinaswara, L. (2019). *Pahami Kebijakan Privasi di Media Sosial untuk Lindungi Data Pribadi*. Aptika.Kominfo.Go.Id. <https://aptika.kominfo.go.id/2019/05/pahami-kebijakan-privasi-di-media-sosial-untuk-lindungi-data-pribadi/>
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses and Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Roland, G. (2015). *Are there cultural obstacles to democratisation*. <https://www.weforum.org/agenda/2015/05/are-there-cultural-obstacles-to-democratisation/>
- Rusmana, A. (2015). Penipuan dalam interaksi melalui media sosial (kasus peristiwa penipuan melalui media sosial dalam masyarakat berjejaring). *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 3(2), 187–194.

- Simarmata, J., Sihotang, J. I., Karim, A., Purba, R. A., Hazriani, H., Koibur, M. E., Gustian, D., Siregar, M. N. H., Fadhillah, Y., & Jamaludin, J. (2021). *Literasi Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Solekhan, & Winarso, R. (2014). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran sangkar burung di Kabupaten Kudus. *Prosiding SNATIF*, 445–448.
- Sunarso, S. (2009). *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik: Studi Kasus PritaMulyasari*. Rineka Cipta.
- Taylor, D. G., Lewin, J. E., & Strutton, D. (2011). Friends, fans, and followers: do ads work on social networks?: how gender and age shape receptivity. *Journal of Advertising Research*, 51(1), 258–275.
- Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. CV Ultimus.
- Widodo. (2013). *Aspek Hukum Pidanan kejahatan Mayantara*. Aswanda Pressindo.
- Zarella. (2010). *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media.