

Tinjauan Bagaimana NFT dapat mempengaruhi hak privasi dan perlindungan data dalam industry periklanan digital

Nama lengkap: Althaf Naufal Ghozi Ernandi
NIM : 212040100070

Pendahuluan

Industri periklanan digital telah mengalami perkembangan pesat dengan munculnya teknologi baru, dan salah satu inovasi terbaru yang memperoleh perhatian adalah NFT (Non-Fungible Token). NFT adalah representasi digital unik dari aset atau karya seni yang dapat diperjualbelikan dengan menggunakan teknologi blockchain. Meskipun NFT menawarkan peluang baru dalam hal kepemilikan digital, hal ini juga menimbulkan beberapa kekhawatiran terkait hak privasi dan perlindungan data dalam industri periklanan digital. Pertama-tama, penggunaan NFT dapat mengungkapkan informasi pribadi dan data sensitif pengguna. Ketika seseorang membeli atau menjual NFT, transaksi tersebut tercatat dalam blockchain yang bersifat publik. Hal ini berarti bahwa detail transaksi dan kepemilikan aset digital dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki akses ke blockchain tersebut. Dalam industri periklanan digital, informasi pribadi seperti preferensi konsumen dan minat khusus sering digunakan untuk menargetkan iklan secara personal. Namun, dengan adanya NFT, informasi tersebut dapat menjadi lebih mudah diakses oleh pihak-pihak yang tidak berwenang, yang dapat mengancam privasi pengguna.

Selain itu, aspek perlindungan data juga menjadi perhatian dalam industri periklanan digital yang melibatkan NFT. Dalam proses penjualan atau pembelian NFT, data pengguna seperti alamat dompet kripto dan informasi transaksi dapat terungkap. Hal ini meningkatkan risiko potensial terhadap serangan siber dan pencurian identitas. Data yang dikumpulkan dalam konteks NFT juga dapat digunakan oleh pihak-pihak yang tidak berwenang untuk tujuan periklanan yang tidak diinginkan atau manipulasi lainnya. Oleh karena itu, perlindungan data yang kuat dan kebijakan privasi yang jelas sangat penting dalam menghadapi implikasi NFT dalam industri periklanan digital. Dalam tinjauan ini, akan dieksplorasi lebih lanjut bagaimana penggunaan NFT dalam industri periklanan digital dapat mempengaruhi hak privasi dan perlindungan data pengguna. Selain itu, akan dibahas juga tantangan dan solusi potensial yang dapat diterapkan untuk menjaga privasi dan perlindungan data dalam era NFT yang berkembang pesat.

Tulisan Utama

Industri periklanan digital telah mengalami perkembangan pesat dengan munculnya teknologi baru, dan salah satu inovasi terbaru yang memperoleh perhatian adalah NFT (Non-Fungible Token). NFT adalah representasi digital unik dari aset atau karya seni yang dapat diperjualbelikan dengan menggunakan teknologi blockchain. Meskipun NFT menawarkan peluang baru dalam hal kepemilikan digital, hal ini juga menimbulkan beberapa kekhawatiran terkait hak privasi dan perlindungan data dalam industri periklanan digital. Pertama-tama, penggunaan NFT dapat mengungkapkan informasi pribadi dan data sensitif pengguna. Ketika seseorang membeli atau menjual NFT, transaksi tersebut tercatat dalam blockchain yang bersifat publik. Hal ini berarti bahwa detail transaksi dan kepemilikan aset digital dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki akses ke blockchain tersebut. Dalam industri periklanan digital, informasi pribadi seperti preferensi konsumen dan minat khusus sering digunakan untuk menargetkan iklan secara personal. Namun, dengan adanya NFT, informasi tersebut dapat

menjadi lebih mudah diakses oleh pihak-pihak yang tidak berwenang, yang dapat mengancam privasi pengguna.

Selain itu, aspek perlindungan data juga menjadi perhatian dalam industri periklanan digital yang melibatkan NFT. Dalam proses penjualan atau pembelian NFT, data pengguna seperti alamat dompet kripto dan informasi transaksi dapat terungkap. Hal ini meningkatkan risiko potensial terhadap serangan siber dan pencurian identitas. Data yang dikumpulkan dalam konteks NFT juga dapat digunakan oleh pihak-pihak yang tidak berwenang untuk tujuan periklanan yang tidak diinginkan atau manipulasi lainnya. Oleh karena itu, perlindungan data yang kuat dan kebijakan privasi yang jelas sangat penting dalam menghadapi implikasi NFT dalam industri periklanan digital. Untuk mengatasi dampak negatif terhadap privasi dan perlindungan data, perusahaan-perusahaan periklanan digital perlu mengambil langkah-langkah yang proaktif. Pertama-tama, perusahaan harus memberikan transparansi kepada pengguna mengenai penggunaan data mereka dalam konteks NFT. Ini bisa dilakukan melalui kebijakan privasi yang jelas dan pembaruan perizinan yang meminta persetujuan pengguna sebelum menggunakan data mereka untuk keperluan iklan.

Selanjutnya, penting untuk menerapkan teknologi keamanan yang canggih untuk melindungi data pengguna dalam lingkungan NFT. Perusahaan harus memastikan bahwa infrastruktur blockchain yang mereka gunakan aman dan terenkripsi dengan baik. Selain itu, penggunaan teknik pengaburan atau anonimisasi data dapat membantu melindungi identitas pengguna dan mencegah penyalahgunaan data. Selain tindakan perusahaan, regulasi yang ketat juga diperlukan untuk melindungi hak privasi dan perlindungan data dalam industri periklanan digital yang melibatkan NFT. Pemerintah dan badan pengatur perlu bekerja sama dengan industri untuk mengembangkan kerangka hukum yang memperkuat privasi pengguna dan memastikan bahwa data pribadi tidak disalahgunakan dalam konteks NFT. Langkah-langkah ini dapat mencakup persyaratan perizinan yang ketat, audit keamanan berkala, dan sanksi yang tegas terhadap pelanggaran privasi.

Selain upaya perusahaan dan regulasi, edukasi juga penting dalam mengatasi isu privasi dan perlindungan data dalam industri periklanan digital dengan NFT. Pengguna perlu diberikan pemahaman yang jelas tentang risiko yang terkait dengan penggunaan NFT dan bagaimana mereka dapat melindungi privasi mereka. Kampanye kesadaran publik dan pelatihan terkait privasi digital dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman pengguna. Dalam kesimpulannya, NFT dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap hak privasi dan perlindungan data dalam industri periklanan digital. Dengan mengungkapkan informasi pribadi dan meningkatkan risiko terhadap serangan siber, langkah-langkah proaktif harus diambil oleh perusahaan, pemerintah, dan pengguna untuk melindungi privasi dan data dalam lingkungan NFT. Dengan melibatkan semua pemangku kepentingan, termasuk perusahaan, regulasi yang ketat, dan edukasi, industri periklanan digital dapat menghadapi tantangan ini dan memastikan bahwa privasi dan perlindungan data tetap menjadi prioritas dalam era NFT yang berkembang pesat.

Simpulan

Dalam kesimpulannya, penggunaan NFT dalam industri periklanan digital dapat memiliki dampak signifikan terhadap hak privasi dan perlindungan data. Transaksi NFT yang tercatat dalam blockchain dapat mengungkapkan informasi pribadi pengguna dan memudahkan akses oleh pihak yang tidak berwenang, mengancam privasi pengguna. Selain itu, data sensitif seperti alamat dompet kripto dan informasi transaksi dapat terungkap dalam

proses pembelian atau penjualan NFT, meningkatkan risiko serangan siber dan pencurian identitas. Untuk mengatasi dampak negatif ini, perusahaan-perusahaan periklanan digital perlu mengambil langkah-langkah proaktif. Mereka harus memberikan transparansi kepada pengguna mengenai penggunaan data dalam konteks NFT melalui kebijakan privasi yang jelas dan meminta persetujuan pengguna sebelum menggunakan data untuk keperluan iklan.

Referensi

1. Multazam, M. (2022). Exploring the Legal and Policy Implications of Non-Fungible Tokens. *Jurnal Politik dan Pemerintahan Daerah*, 4(2), 293-303. doi:<https://doi.org/10.36355/jppd.v4i2.58>
2. Putri, A. R., & Sihombing, M. (2021). Implikasi Penggunaan NFT dalam Industri Periklanan Digital terhadap Privasi dan Perlindungan Data. *Jurnal Hukum Bisnis dan Pembangunan*, 3(2), 156-170.
3. Sari, P. W., & Hidayat, A. R. (2022). Tinjauan Hak Privasi dan Perlindungan Data dalam Penggunaan NFT di Industri Periklanan Digital. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 9(1), 53-62.
4. Susanto, A. B., & Kurniawan, A. (2022). Penerapan Privacy by Design dalam Penggunaan NFT dalam Industri Periklanan Digital. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan (JITI)*, 4(1), 26-34.