

BAB I

PENDAHULUAN

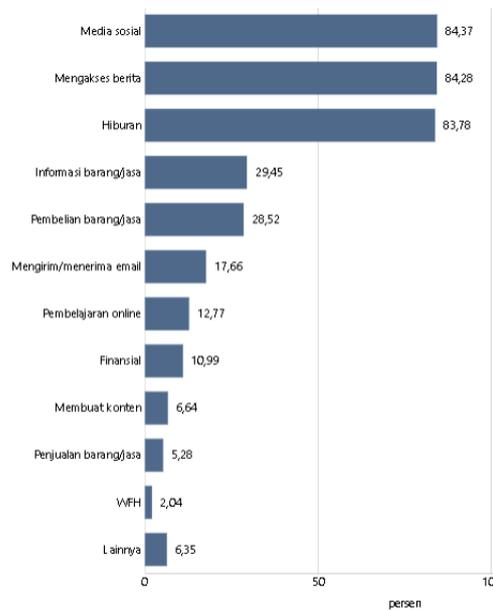
1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi di era yang serba digital ini, semakin menunjang pula perkembangan berbagai aspek kehidupan, salah satunya internet. Internet telah menjadi kebutuhan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari yang mendukung kelancaran akses informasi, komunikasi, bahkan pekerjaan. Karena tidak bisa dipungkiri bahwasannya internet merupakan hal yang menjadi kebutuhan karena memiliki nilai guna yang memudahkan pekerjaan dan menjembatani banyak aspek.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyampaikan hasil survei tentang pengguna internet di Indonesia yang mencapai angka 221 juta jiwa pada 2024. Jumlah tersebut lebih besar 2,8% dibanding tahun sebelumnya, yakni 215 juta pengguna. Bahkan APJII menyatakan bahwa di Indonesia tingkat penetrasi internet sekitar 79,5% atau sejumlah 221.563.479 pengguna dari 278.696.200 penduduk Indonesia pada 2023 (Monavia, 2024). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), sebagian besar pengguna internet memanfaatkan internet untuk mengakses media sosial dengan presentase sejumlah 84,37%, berita sejumlah 84,28%, dan hiburan dengan pesentase angka 83,78% (Nabilah Muhamad, 2024). Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi yang menawarkan layanan internet yang dimiliki oleh PT. Supra Primatama Nusantara, yakni Biznet yang mampu berkembang secara pesat. Mereka telah mencapai lebih dari 100 kabupaten dan kota di Indonesia, dengan cakupan termasuk beberapa daerah (Firdilla, 2024). Rian Surachman selaku Vice President Marketing Biznet, mengatakan bahwa Biznet melihat perkembangan yang sangat pesat akibat berkat kemajuan teknologi dan Internet, hampir seluruh aktivitas digital memanfaatkan Internet. Hal tersebut mendorong pertumbuhan Biznet hingga 2023 (Jatmiko,2024).

Gambar 1. 1 Penggunaan Internet Berdasarkan Tujuan tahun 2023

Sumber:katadata.id



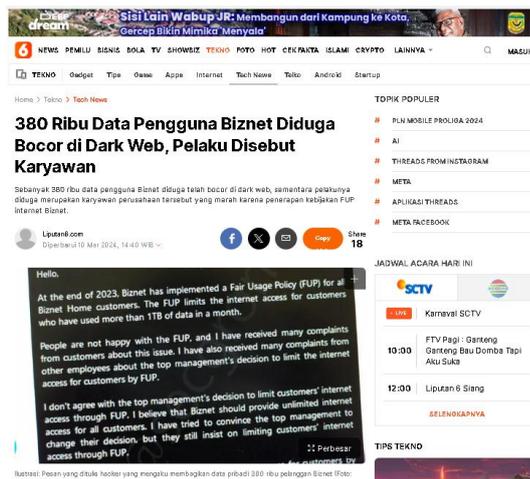
Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet untuk berbagai keperluan, jumlah pengguna Biznet terus meningkat dengan jumlah pengguna hampir mencapai 500 ribu pada 14 November 2022. (Khory Alfarizi,2022). Jumlah jaringan *home pass* Biznet pada tahun 2023 mencapai 2,5 juta, tumbuh sekitar 500.000 dibandingkan dengan 2022. Pada tahun 2023 Biznet berhasil mencetak pertumbuhan hingga 30%. Menurut Presiden Direktur Biznet, perkembangan tersebut terjadi karena kebutuhan masyarakat terhadap internet (Jatmiko,2024). Menurut Adrianto Sulisty, Senior Manager Marketing Consumer Biznet, target konsumen Biznet adalah orang-orang di rentang usia 18 hingga 45 tahun yang termasuk dalam kelas menengah. Namun, mereka lebih menargetkan anak-anak muda yang menginginkan akses internet yang cepat (Khory Alfarizi,2022).

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai *Biznet Values*, selain memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menawarkan jaringan internet yang luas dan cepat, Biznet berusaha memenuhi *values* perusahaan sebagai

provider yang terpercaya. Namun, pada faktanya hal ini bertolak belakang dengan adanya kasus yang menimpa Biznet mengenai kebocoran data yang diberitakan pada 10 Maret 2024. Biznet diberitakan telah mengalami kebocoran data oleh berbagai media online. Menurut pemberitaan, Biznet diberitakan mengalami kebocoran data sebanyak 380 ribu data pengguna yang diduga sudah bocor di dark web. Data yang bocor diantaranya nama, alamat, nomor HP, NIK, email, NPWP, dan lain-lain. Kemudian setelah diberitakan mengalami kebocoran data sebanyak 380 ribu data, kembali muncul pemberitaan bahwa Biznet kembali mengalami kebocoran data sebanyak 154.091 data pengguna yang terverifikasi bocor. Menurut laporan dari pakar siber Teguh Aprinto, dari sejumlah 154.091 data yg bocor, sebanyak 2.000 sampel yang divalidasi menghasikan 99.65% data pengguna yg bocor terverifikasi terdaftar di Biznet.

Gambar 1.2 Berita Kebocoran Data Biznet

Sumber : Liputan .com



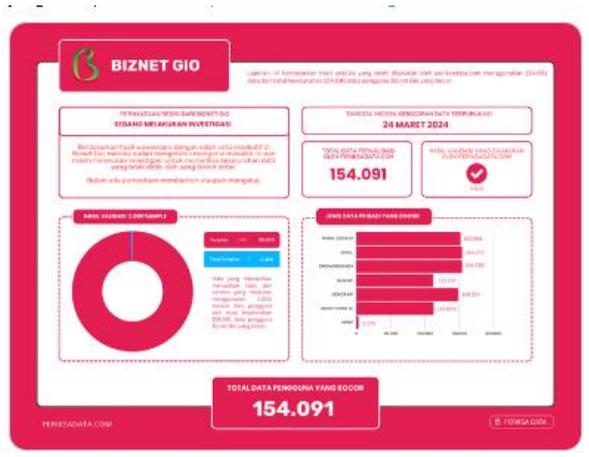
Terkait dugaan kebocoran data ini Adrianto Sulistyio selaku selaku Senior Manager Marketing Customer dar pihak Biznet mengakui adanya kebenaran adanya kebocoran data yang menimpa perusahaan. Pernyataan ini beliau sampaikan pada 21 Maret 2024.

Gambar 1. 3 Klarifikasi Kebocorann Data Biznet



Gambar 1. 4 Kebocoran Data Pengguna Biznet

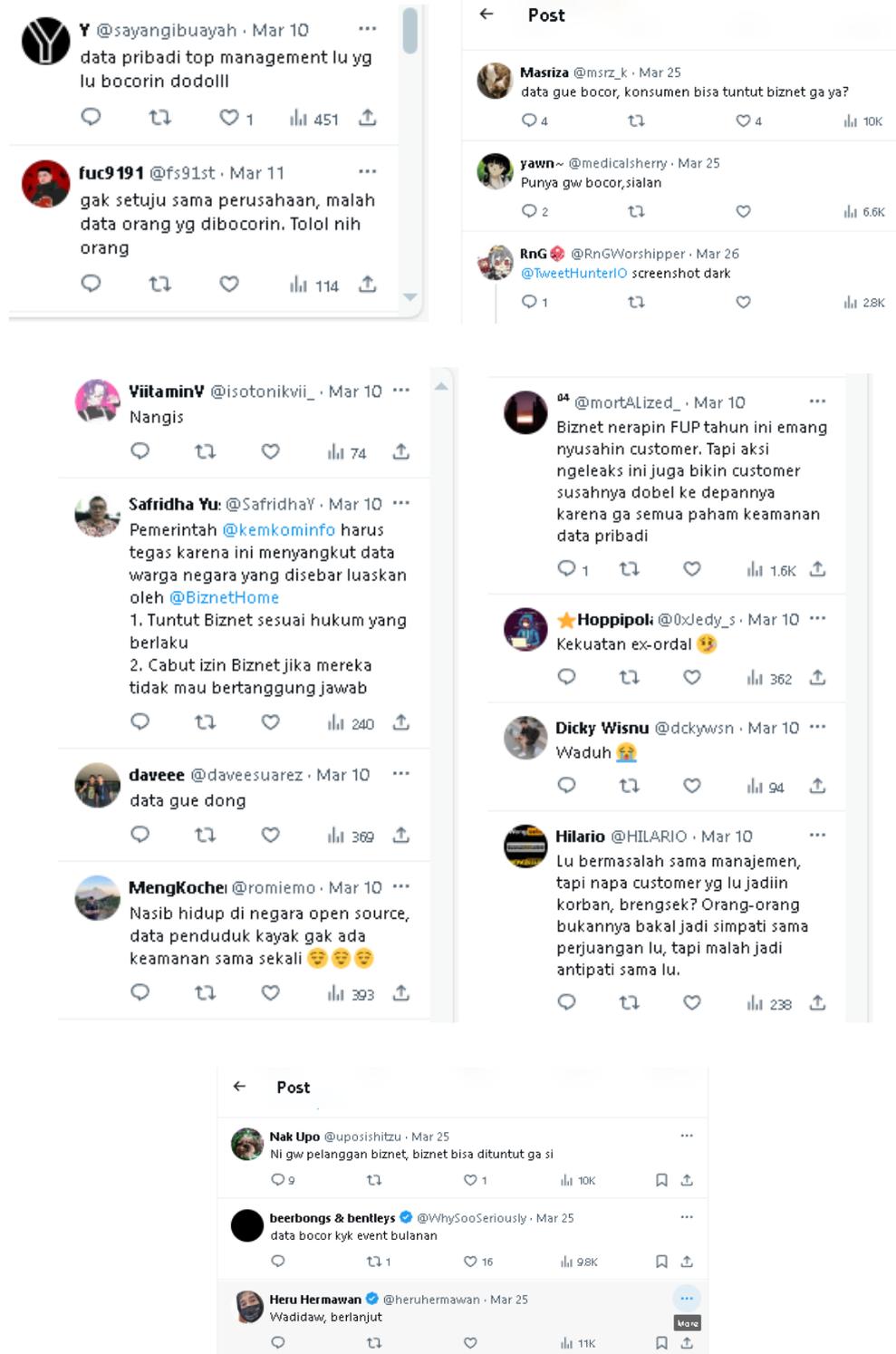
sumber : periksadata.com



Untuk menelusuri lebih lanjut mengenai pemberitaan kebocoran data Biznet, peneliti melakukan mini survey dengan menelusuri komentar dan tanggapan konsumen yang menggunakan biznet. dibawah ini merupakan tangkapan layar dari twitter mengenai pendapat maupun keluhan mengenai kebocoran data yang dialami Biznet.

Gambar 1. 5 Keluhan warganet mengenai Kebocoran Data Biznet

Sumber : twitter.com



Berdasarkan data diatas disebutkan bahwa Biznet mendapatkan lebih dari 200 keluhan di sosial media twitter yang timbul akibat kebocoran data. Dari keluhan tersebut, terlihat bahwa kejadian kebocoran data Biznet menimbulkan kekhawatiran konsumen karena gagal dalam mengamankan privasi dan berujung pada hilangnya kepercayaan dari konsumen.

Pada Sabtu 16 Maret 2024, Samuel Abrijani selaku Direktur Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika, menyampaikan bahwa sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan untuk menjaga keamanan data pribadi khalayak, perusahaan harus melaporkan peristiwa tersebut kepada kementerian. Beliau memberikan pernyataan **mengenai kebocoran data yang memberi dampak kerugian bagi publik serta merusak kepercayaan terhadap perusahaan.** Oleh karena itu Samuel menegaskan bahwa perusahaan harus terus memperkuat keamanan siber untuk perlindungan data (Aditya, 2024).

Jika ditelusuri lebih jauh mengenai keamanan siber, pada tahun 2023 keamanan siber menjadi sorotan penting. Hal ini sejalan dengan data dari Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN), 279,84 juta serangan siber terjadi pada 2023. Bahkan menurut Laporan National Cyber Security Index (NCSI), Indonesia memiliki nilai indeks keamanan siber 38,96 poin dari 100 pada 2022. Angka ini mengantarkan Indonesia berada pada peringkat ke-3 terbawah di antara negara-negara G20. Sedangkan secara global, Indonesia menempati urutan ke-83 dari 160 negara (Cindy, 2022).

Pada 2023 terdapat banyak kejadian kebocoran data. Seperti aksi Bjorka yang menggemparkan publik ketika berhasil membobol data Badan Intelijen Negara (BIN), Komisi Pemilihan Umum (KPU), dan Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo). Selain itu data surat rahasia untuk Presiden Joko Widodo juga ikut bocor. Situasi yang terjadi menggambarkan bahwa Indonesia mengalami darurat keamanan data. Siber CISSReC, Dr. Pratama Persadha, Chairman CISSReC menampilkan rangkaian insiden serangan siber yang terjadi di tahun 2023 dan ancaman di 2024 (Anonim, 2024).

Gambar 1. 6 Peringkat Indeks Keamanan Siber Anggota G20

Sumber : National Cyber Security Index (NCSI, 2023)

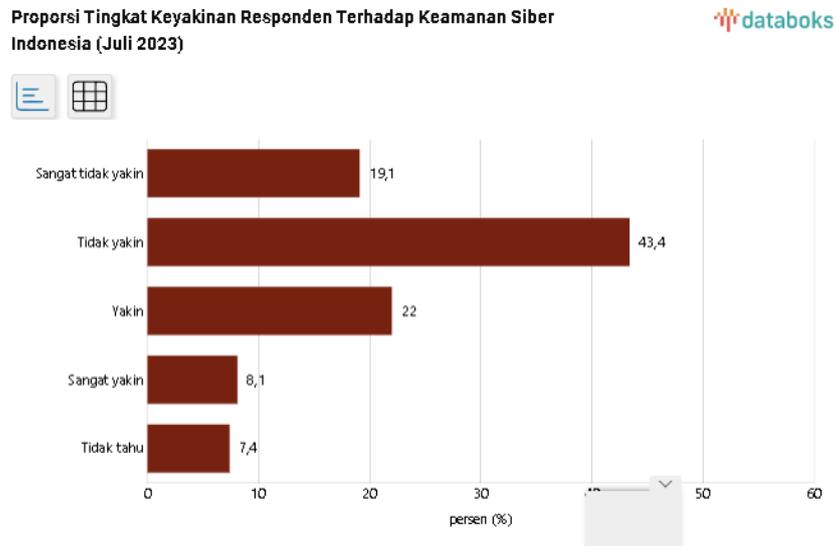
Indonesia Berada di Peringkat 3 Terbawah untuk Indeks Keamanan Siber Anggota G20

Rank	Country	National Cyber Security Index	Digital development	Difference
6.	Germany	90.91	80.01	10.90
12.	Saudi Arabia	84.42	63.89	20.53
13.	France	84.42	77.29	7.13
21.	Italy	79.22	67.26	11.96
22.	United Kingdom	77.82	79.96	-2.14
27.	Russian Federation	71.43	65.12	6.31
31.	Canada	70.13	75.96	-5.83
33.	Korea (Republic of)	68.83	82.23	-13.40
39.	Australia	66.23	77.61	-11.38
42.	United States	64.94	81.05	-16.11
45.	Argentina	63.64	60.43	3.21
46.	Japan	63.64	78.69	-15.05
50.	India	59.74	40.02	19.72
63.	Türkiye	54.55	58.29	-3.74
68.	Brazil	51.95	59.11	-7.16
69.	China	51.95	62.41	-10.46
84.	Indonesia	38.96	47.41	-8.45
85.	Mexico	37.66	51.46	-13.80
89.	South Africa	36.36	49.24	-12.88

Lembaga Riset Keamanan Siber CISSReC telah memberikan peringatan akan ancaman siber di 2024. Sejalan dengan hal tersebut, Presiden RI Joko Widodo mengambil langkah tegas dengan menetapkan Perpres terkait manajemen krisis, namun pada faktanya insiden kebocoran data masih berulang. Sedangkan usulan dari Lembaga Ketahanan Nasional, Andi Widjajanto mengenai rencana pembentukan Angkatan Siber sebagai matra keempat Tentara Nasional Indonesia perlu dipertimbangkan untuk direalisasikan sebagai taktik baru atau strategi dalam menangani serangan keamanan data di Indonesia (Prisma, 2024). **Hal ini membuktikan bahwa keamaan data merupakan isu yang menjadi sorotan penting dan berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terhadap keamanan data.** Menurut data yang diperoleh dari Kurious-Katadata Insight Center, mayoritas responden dengan jumlah sebesar 62,5% responden menyatakan ketidakyakinan terhadap kemandirian siber di Indonesia. Rinciannya, sebanyak 19,1% responden menjawab sangat tidak yakin dan 43,4% menjawab tidak yakin.

Gambar 1. 7 Tingkat Keyakinan Terhadap Keamanan Siber di Indonesia

sumber : databoks



Berbagai pemberitaan tentang kebocoran data dalam satu tahun terakhir begitu menarik perhatian publik. Berdasarkan gambar 1.7 banyaknya ancaman serangan data yang terjadi menimbulkan rendahnya kepercayaan publik terhadap keamanan siber di Indonesia pada tahun 2023. Seperti kasus kebocoran data terbaru yang menimpa Biznet pada Maret 2024 yang diberitakan oleh berbagai media online. Informasi media mampu mengubah pengetahuan, kepercayaan, sikap, dan perilaku individu. Selain itu, menurut Armesh et al., (2010) persepsi tentang keamanan data juga disebut sebagai suatu ancaman yang menyebabkan peristiwa atau situasi yang dapat menyebabkan kesulitan akibat jaringan atau data yang rusak oleh penyalahgunaan wewenang, dan modifikasi data (Kinasih et al., 2010). Dalam konteks ini, pemberitaan kebocoran data di Indonesia dan persepsi tentang keamanan dikhawatirkan dapat mengubah kognisi individu yang berhubungan dengan kepercayaan masyarakat terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet yang sedang mengalami perkembangan, namun justru tertimpa pemberitaan kebocoran data.

1.2 Rumusan Masalah

Ditengah naiknya kebutuhan internet, perusahaan telekomunikasi menawarkan berbagai fasilitas untuk pengguna termasuk dalam hal kepercayaan terhadap keamanan data. Biznet adalah salah satu penyedia layanan internet yang tengah mengalami perkembangan pesat dan menjanjikan pelayanan internet yang cepat dan keamanan yang terpercaya. Namun disaat Biznet mengalami perkembangan justru dihantam oleh kasus kebocoran data pengguna. Kejadian ini disorot oleh berbagai media dan kekhawatiran masyarakat akan hal tersebut yang diketahui melalui unggahan komentar warganet di media sosial twitter. Persoalan ini diketahui khalayak pada 10 Maret 2024 melalui berita di media online dan akun twitter salah satu *Cybersecurity Consultant* pada bulan Maret 2024. Dilihat dari komentar *netizen*, kebocoran data pengguna Biznet menuai banyak keluhan. Berbagai komentar menunjukkan keresahan tentang keamanan data pengguna yang mengindikasikan turunnya kepercayaan publik terhadap Biznet.

Biznet seharusnya memenuhi value yang ditawarkan yakni menjadi provider yang terpercaya akan keamanan data pengguna. Namun pada kenyataannya, Biznet gagal dalam melindungi keamanan data pengguna. Jika dilihat dari keluhan pengguna, ini menjadi kejadian yang meresahkan karena keamanan terhadap privasi data tidak terlindungi dengan baik. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik suatu permasalahan yang akan dibahas, yakni apakah terdapat hubungan terpaan berita tentang kebocoran data pengguna Biznet dan persepsi tentang keamanan data dengan tingkat kepercayaan terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui hubungan terpaan berita tentang kebocoran data pengguna Biznet dengan tingkat kepercayaan terhadap Biznet sebagai penyedia layanan Internet.

2. Untuk mengetahui hubungan persepsi tentang keamanan data dengan tingkat kepercayaan terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan rujukan penelitian serupa mengenai pengaruh terpaan berita kebocoran data pengguna Biznet dan persepsi tentang keamanan data terhadap tingkat kepercayaan terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet dengan menggunakan *Integration Information Theory* dan *Atribution Theory*.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi acuan maupun masukan bagi para penyedia jasa maupun layanan terutama Biznet terkait keamanan data dan persepsi tentang keamanan data serta hubungannya dengan tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan internet di tengah persaingan penyedia layanan atau jasa.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Untuk meningkatkan wawasan baru bagi masyarakat mengenai hubungan terpaan berita kebocoran data pengguna Biznet dan persepsi tentang keamanan data dengan tingkat kepercayaan terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Peneliti menerapkan paradigma positivistik dalam penelitian ini. Positivistik merupakan prediksi dalam bentuk hipotesis dan dibutuhkan pengumpulan untuk melakukan uji pada suatu hipotesis. Paradigma

positivistik berlandaskan pada asumsi bahwa suatu kejadian dapat dikategorikan, terukur dan menyebabkan sebab akibat atau bersifat kausal (Sugiyono, 2015: 7-8). Penelitian ini menggunakan pemahaman empiris dengan membuktikan kebenaran data dan fakta melalui uji hipotesis yang ada (Neuman, 2014 :61).

1.5.2 State of the Art

Berangkat dari permasalahan yang ditemukan dan penelitian yang dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang mengangkat variabel serupa. Diantaranya terpaan berita, persepsi, dan tingkat kepercayaan.

1. Penelitian oleh Rifa Josrilandiny pada tahun 2023 yang berjudul “Hubungan Terpaan Berita Kepolisian RI di Media Online dan Terpaan *E Word of Mouth* di Media Sosial dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat kepada Kepolisian RI.” Teori yang digunakan adalah *Information Integration Theory* dan *Mode Socially Mediated Crisis Communication (SMCC)* serta menggunakan analisis Kendal Tau-b. Populasi merupakan pengguna media sosial dan media online dengan usia 18 hingga 35 tahun sebanyak 30 responden dengan menggunakan teknik non-probability sampling. Dengan kriteria pernah mendapat terpaan berita mengenai kepolisian RI. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terpaan berita kepolisian RI di Media online terhadap tingkat kepercayaan masyarakat kepada kepolisian RI bernilai signfikansi sebesar 0068 yang artinya terdapat hubungan yan tidak signifikan. Sedangkan variabel terpaan word of mouth di media sosial terhadap tingkat kepercayaan terhadap Kepolisian RI bernilai signifikansi sebesar 0,002 yang berarti memiliki hubungan.
2. Penelitian oleh Rumi Aulia Rahmanisa tahun 2022 dengan judul Hubungan Terpaan Berita Peretasan Data dan Persepsi tentang

Perlindungan Data dengan Citra Kementerian Komunikasi dan Informatika. Menggunakan teori Mass Media Effects dan teori Cognitive Balance. Penelitian ini merupakan jenis kuantitatif eksplanatori dengan jumlah 70 responden usia 18-40. Dengan menerapkan teknik nonprobability. Uji Korelasi yang digunakan adalah Kendall Tau-b. Hasil menyatakan terdapat hubungan yang searah antara persepsi tentang perlindungan data dengan citra Kementerian Kominfo. Nilai signifikansi 0,027 yang berarti $<0,05$. Sementara itu variabel terpaan berita dan citra kominfo memiliki nilai signifikansi sebesar 0,522 atau $>0,05$ yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syafiq Qualito Aji pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Terpaan Hoaks Vaksin Covid-19 Dan E - Word Of Mouth Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Vaksin Covid-19”. Menggunakan *Media Dependency Theory* dan teori ketergantungan media dan *Elaboration Likelihood Theory*. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling. dan mengambil 61 sample orang yang berdomisili di Jawa Barat. Kriteria responden diantaranya pernah mendapat terpaan hoaks vaksin covid-19 di media sosial dan pernah membicarakan di sosial media mengenai vaksin. Dengan menggunakan uji regresi ordinal, hasil menyatakan adanya pengaruh antara terpaan hoaks vaksin covid-19 dengan persepsi masyarakat terhadap vaksin karena nilai signifikansi menunjukkan angka 0,689 yang berarti tidak signifikan. Selain itu nilai signifikansi e-word of mouth terhadap persepsi masyarakat bernilai 0.000 yang berarti signifikan.
4. Penelitian oleh Anisa Haura Salsabilla mengenai Pengaruh Terpaan Berita Tindakan Represif Aparat Kepolisian ada Tragedi Kanjuruhan di Akun Instagram @projectm_org Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers ada Aparat Kepolisian. Penelitian ini

merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Uses and Effects. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dan menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sample. Hasil penelitian menunjukkan terpaan berita tragedi Kanjuruhan yang ditampilkan akun @projectm_org (X) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan followers pada aparat kepolisian (Y). Hasil ini didasarkan pada perolehan t hitung $(3,65) > t \text{ tabel } (1,661)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sementara itu, besar pengaruh terpaan berita tragedi Kanjuruhan yang ditampilkan akun @projectm_org (X) terhadap tingkat kepercayaan followers pada aparat kepolisian (Y) adalah 13,3%. Selanjutnya diketahui bahwa nilai koefisien X bernilai -0,765, sehingga terpaan berita tragedi Kanjuruhan yang ditampilkan akun @projectm_org berpengaruh negatif terhadap tingkat kepercayaan followers pada aparat kepolisian. Maka, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi terpaan berita tragedi Kanjuruhan pada akun @projectm_org yang diterima oleh followers akan semakin turun tingkat kepercayaan followers pada aparat kepolisian.

5. Penelitian Oleh Thriyani Rahmania pada 2020 dengan Judul Pengaruh Terpaan Berita Tentang Kebocoran Data Pengguna Tokopedia dan Aktivitas Word of Mouth Terhadap Tingkat Kepercayaan Dalam Menggunakan Tokopedia. Teori yang digunakan adaah *New Media* dan Teori Lingkungan Informasi Pembeli. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana dan teknik non-probability sampling. Sampel yang digunakan sejumlah 60 usia 17 hingga 35 tahun, merupakan pengguna Tokopedia yang pernah mendengar, membaca dan melihat berita tentang kebocoran data Tokopedia. Penelitian ini menyatakan adanya nilai yang sangat signifikan sebesar 0,000 dengan tingkat

pengaruh sebesar 48,7% antara terpaan berita tentang kebocoran data pengguna Tokopedia terhadap tingkat kepercayaan. Kemudian variabel Aktivitas word of mouth terhadap tingkat kepercayaan dalam menggunakan Tokopedia memiliki nilai signifikansi sebesar 0,268 yang artinya tidak signifikan.

Terdapat kesamaan antara fokus penelitian di atas dengan apa yang akan digunakan sebagai variabel, yakni variabel terpaan berita, dan tingkat kepercayaan. Perbedaan terdapat pada teori atau kerangka pemikiran yang dipilih.

1.5.3 Terpaan Berita

Menurut Shore dalam Kriyantono (2010:208) menjelaskan bahwa terpaan disebut sebagai kegiatan yang melibatkan peran panca indra seperti melihat, membaca dan mendengar pesan dari media. Dengan menerima terpaan, individu memiliki pengalaman sebagai akibat dari diterpa oleh pesan yang dihasilkan media. Kemudian menurut Djafar Assegaf berita merupakan laporan mengenai ide atau fakta terbaru yang dapat menjadi fokus perhatian khalayak. Entah karena kepentingannya, efek, atau mengandung unsur *human interest* (Apriadi:87). Williard G.Bleyer menjelaskan bahwa berita merupakan sesuatu yang menarik perhatian khalayak (Wonohito, 1960:2). Kemudian menurut B.J Wahyudi, berita merupakan laporan mengenai suatu kejadian yang memiliki nilai yang dianggap penting dan menarik bagi sebagian masyarakat dan dipublikasikan melalui media massa (Apriadi:88). Berita merupakan hal mempunyai peran yang sangat krusial bagi publik karena mampu membawa pesan yang berarti (Junedi, 2007:21).

Terpaan berita adalah informasi yang membuat penerima memiliki pengetahuan tentang pesan yang disampaikan, Bahkan dapat menimbulkan efek kepercayaan yang membentuk memori (Peter dan Olson, 1999:102) Untuk mengukur dan mengetahui terpaan berita, dapat dilakukan dengan

cara uji pengetahuan khalayak tentang informasi mengenai suatu kejadian (Straubhar, 2012:404). Sehingga terpaan berita merupakan kondisi atau situasi dimana seseorang memperoleh informasi tentang kebocoran data pengguna Biznet.

1.5.4 Persepsi tentang Keamanan Data

Menurut Desiderato (1976:129) Persepsi merupakan sebuah pemaknaan terhadap informasi yang masuk ke dalam stimuli manusia. Berupa pengalaman mengenai peristiwa, objek, atau situasi yang didapat dengan menafsirkan atau menyimpulkan suatu informasi yang melibatkan ekspektasi, perhatian, memori dan motivasi (Nina W.Syam: 3 – 4). Persepsi dihasilkan kemampuan berfikir, perasaan, dan pengalaman individu yang cenderung berbeda, sehingga dalam menilai atau mempersepsi suatu objek atau situasi terdapat kemungkinan akan berbeda hasilnya karena persepsi memiliki sifat personal atau individual (Davidoff, 1981:Rogers 1965 dalam Walgito: 89). Tahap akhir dari proses persepsi yakni seseorang individu dapat menyadari tentang apa yang dirasakan, dilihat ataupun didengar. Efek dari persepsi dapat terlihat dalam bentuk yang beragam.

Berelson dan Steiner (Severin & Tankard. 2015: 84) menyatakan persepsi merupakan proses seseorang dalam menginterpretasi suatu realita yang melahirkan makna melalui proses psikologis. Dengan demikian, untuk mengukur persepsi, indikator yang digunakan berupa penilaian atau pemahaman terhadap suatu kondisi atau kejadian. Sedangkan Menurut (Whitman dan Mattord, 2017:10) keamanan informasi adalah bentuk perlindungan terhadap unsur-unsur penting dari suatu informasi atau data seperti integritas kerahasiaan, dan ketersediaan. Sedangkan Flavia'n and Guinali'u (2006) memaknai persepsi keamanan sebagai kepercayaan bahwa informasi atau data pribadi tidak dapat dilihat bahkan dimanipulasi oleh pihak yang tidak memiliki hak akan data tersebut sehingga terdapat

harapan kepercayaan. Menurut Armesh et al., (2010) persepsi tentang keamanan data juga disebut sebagai suatu ancaman yang menyebabkan peristiwa atau situasi yang dapat menyebabkan kesulitan akibat jaringan atau data yang rusak oleh penyalahgunaan wewenang, dan modifikasi data (Kinasih et al., 2010).

1.5.5 Tingkat Kepercayaan

Se Jin and Park (2006) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan harapan atau keyakinan akan janji yang disampaikan oleh pedagang dapat dipertahankan kredibilitasnya, dapat diandalkan, serta penjual tidak akan mengambil keuntungan dari kerentanan konsumen. (Akraman et al., 2018). Dengan demikian, tingkat kepercayaan dapat dikatakan meningkat apabila harapan yang dijanjikan sesuai. Dan sebaliknya, tingkat kepercayaan pengguna cenderung menurun jika dianggap tidak mampu memenuhi ekspektasi konsumen.

Chen dan Dhillon (2003) memperkenalkan model kepercayaan tiga dimensi untuk penyedia layanan online, yaitu

1. *Ability* : kemampuan perusahaan untuk melayani hingga jaminan keamanan dari gangguan dari luar
2. *Integrity*: mencerminkan konsistensi perusahaan, dapat diandalkan, dan perilaku jujur yang mencerminkan kesesuaian antara informasi dan fakta yang terjadi.
3. *Benevolence*: mengukur kesediaan perusahaan untuk mengutamakan kepentingan pengguna, kemauan perusahaan untuk memberi kepuasan, bersikap peduli akan kesejahteraan pelanggannya (Putra, 2020:196)

Menurut Aloqool et al (2022) kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan individu untuk mengandalkan perusahaan. Tingkat kepercayaan yang terkait dengan pelayanan online telah diidentifikasi

sebagai indikator positif kemungkinan konsumen untuk mengunjungi dan melakukan pembelian (Kwahk dan Kim, 2017; Wang et al., 2022). Oleh karena itu, ketika konsumen menganggap penyedia layanan kurang dapat dipercaya dengan sifat dan komitmen mereka, mereka menghindari potensi risiko yang terkait dengan mereka.

1.5.6 Hubungan Terpaan Berita Terhadap Kepercayaan Terhadap Biznet

Untuk menjelaskan pengaruh variabel terpaan berita terhadap kepercayaan terhadap Biznet, peneliti menggunakan Teori Informasi Integrasi. Teori Informasi Integrasi ini dicetuskan oleh Martin Feishbein yang mengsumsikan bahwa individu mengumpulkan dan mengorganisasikan suatu informasi yang diperoleh mengenai situasi, objek yang membentuk sikap (Little John, 1997:234-240). Kemudian Feishbein berpendapat bahwa pada teori atribusi semua informasi memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi pemikiran atau sikap individu.

Jika dikaitkan dengan pengaruh terpaan kebocoran data pengguna Biznet terhadap kepercayaan pengguna, dapat diuraikan bahwasannya seseorang mengakumulasikan informasi yang diperoleh dari media online tentang kebocoran data Biznet untuk membentuk suatu pemikiran tertentu. Karena menurut teori ini, terpaan informasi mempunyai kekuatan yang besar dalam mempengaruhi pemikiran, kepercayaan atau sikap individu. Pengaruh tersebut tergantung pada dua faktor :

1. Tujuan atau valensi, merupakan sejauh mana ssuatu informasi mendukung kepercayaan individu. Informasi dapat dikatakan positif jika informasi yang diperoleh dapat mendukung kepercayaan yang sebelumnya sudah ada dalam pribadi seseorang. Jika keadaannya sebaliknya, maka informasi tersebut disebut sebagai sesuatu yang negatif
2. Penilaian, jika suatu individu melihat informasi dan menganggapnya sebagai suatu kebenaran, maka individu akan

memberikan nilai yang tinggi. Namun apabila situasi berbanding terbalik, penilaian akan mengikuti, yakni cenderung rendah. (Littlejohn,1996)

Kepercayaan memiliki keterkaitan dengan sikap dan menyebabkan individu mempunyai perilaku tertentu. Menurut teori integrasi informasi, informasi yang diterima individu dapat menjadikan berbagai hal seperti:

- a. Informasi mampu merubah kepercayaan individu terhadap objek atau situasi.
- b. Informasi mampu merubah kepercayaan yang sebelumnya telah dimiliki individu.
- c. Informasi mampu meningkatkan kepercayaan baru

Fungsi memengaruhi khalayak adalah peranan media yang krusial dalam ranah kehidupan khalayak (Karlinah et al, 2014). Menurut Joseph Devito (1997) fungsi media massa yang tidak kalah penting yaitu fungsi meyakinkan yang dapat berbentuk seperti berikut ini:

- a. Mengukuhkan kepercayaan dan sikap individu
- b. Mengubah kepercayaan atau nilai, bahkan sikap individu
- c. Menggerakkan individu untuk melakukan sesuatu
- d. Menawarkan etika dan menawarkan sistem nilai tertentu.

1.5.7 Hubungan Persepsi tentang Keamanan Data Terhadap Tingkat Kepercayaan dalam menggunakan Biznet

Untuk menjelaskan pengaruh persepsi keamanan data terhadap kepercayaan terhadap Biznet, peneliti menggunakan **Teori Atribusi**. Teori ini diungkapkan oleh Fritz Heider yang menjelaskan sebab manusia berfikir ataupun melakukan sesuatu. Sebelumnya sudah diuraikan penjelasan persepsi menurut Berelson dan Steiner (Severin & Tankard. 2015: 84) menyatakan persepsi merupakan proses seseorang dalam

menginterpretasi suatu realita yang melahirkan makna melalui proses psikologis. Dengan teori ini kita dapat meramalkan mengapa sebab-sebab individu berperilaku berdasarkan faktor internal (motif, kepribadian, intelegensi dan lain-lain) serta eksternal (ancaman, desakan, nasihat orang lain dan lain sebagainya). Disini peneliti menggaris bawahi bahwa ancaman terhadap keamanan menjadi faktor individu dalam memaknai suatu situasi. Menurut teori ini, sebuah atribusi merupakan suatu tindakan menafsirkan (Suciati:107-109).

Heider bersumsi dan memberikan perumpamaan terhadap ketidaksetujuan akan program yang bertentangan dengan nilai yang dianut menyebabkan ia tidak tertarik untuk ikut serta. Ketika asumsi Heider ini diaplikasikan dalam konteks persepsi keamanan data terhadap kepercayaan, maka ketika individu memiliki persepsi bahwa keamanan data kurang bisa dipercaya, tidak aman dan menimbulkan ancaman, maka individu akan menurunkan kepercayaan terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet.

Sejalan dengan hasil temuan penelitian Jin and Park(2006) yang telah melakukan penelitian bahwa ditemukan pengaruh positif antara persepsi keamanan terhadap kepercayaan. Artinya persepsi keamanan dan privasi menjadi aspek penting yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan pengguna. Kemudian didukung juga oleh penelitian serupa oleh Flavia'n and Guinali'u (2006) serta Armesh et al. (2010) yang menguraikan fakta bahwa persepsi privasi dapat berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna.

1.6 Hipotesis

Berikut merupakan hipotesis pada penelitian ini:

1. Terdapat Hubungan terpaan berita kebocoran data pengguna Biznet (X1) dengan tingkat kepercayaan terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet (Y)

2. Terdapat hubungan persepsi tentang keamanan data (X2) dengan Biznet sebagai penyedia layanan internet (Y)

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Definisi Konseptual Tentang Terpaan Berita Kebocoran Data

Merupakan suatu kondisi di mana khalayak mendapat informasi yang digambarkan dengan adanya pengetahuan tentang peristiwa atau kejadian setelah khalayak membaca, melihat bahkan mendengar pemberitaan mengenai kebocoran data pengguna Biznet. (Straubhar, 2012:404).

1.7.2 Persepsi tentang Persepsi Keamanan Data

Merupakan tindakan penilaian, penafsiran khalayak mengenai kondisi keamanan data yang sedang terjadi saat ini. (Severin & Tankard. 2015: 84)

1.7.3 Tingkat Kepercayaan dalam Menggunakan Biznet

Tingkat kepercayaan dibentuk oleh bahan informasi yang diterima khalayak yang bersumber dari apa yang dilihat, didengar dan diinterpretasikan oleh masyarakat. Menurut Chen dan Dhillon (2003) model kepercayaan tiga dimensi untuk penyedia layanan online, dengan mengukur tingkat kepercayaan dalam aspek:

- *Ability* : kepercayaan akan kemampuan perusahaan dalam melayani dengan baik hingga jaminan keamanan dari gangguan dari luar
- *Integrity*: kepercayaan akan konsistensi perusahaan, perilaku jujur yang mencerminkan kesesuaian antara informasi dan fakta yang terjadi.
- *Benevolence*: kepercayaan akan kesediaan perusahaan untuk mengutamakan kepentingan pengguna, kemauan perusahaan untuk memberi kepuasan, bersikap peduli akan kesejahteraan pelanggannya (Putra, 2020:196)

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Terpaan Berita Kebocoran Data Pengguna Biznet

Indikator yang digunakan untuk mengukur terpaan berita kebocoran data Biznet adalah kemampuan responden untuk mengingat kembali tentang berita kebocoran data Biznet dan seberapa jauh responden dapat menjawab pertanyaan mengenai kebocoran data pengguna Biznet.

1.8.2 Persepsi Tentang Keamanan Data

Dibawah ini merupakan indikator untuk mengukur persepsi keamanan data, yaitu :

- 1 Penilaian responden tentang keamanan data pribadi
- 2 Penilaian responden tentang akibat keamanan data yang rendah
- 3 Penilaian responden tentang urgensi keamanan data sebagai sebuah ancaman yang menjadi isu penting
- 4 Penilaian responden tentang serangan keamanan data dan kaitannya dengan pelanggaran hak keamanan privasi

1.8.3 Tingkat Kepercayaan

Berikut merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur terpaan berita kebocoran data Biznet.

1. Pengukuran kepercayaan terhadap keamanan data Biznet (*ability*)
2. Pengukuran kepercayaan terhadap kualitas layanan Biznet (*ability*)
3. Pengukuran kepercayaan bahwa Biznet mampu memenuhi harapan publik (*integrity*)
4. Pengukuran kepercayaan terhadap tanggung jawab biznet untuk mengutamakan kebutuhan pelanggan (*benevolence*)

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan tipe eksplanatori melihat adanya hubungan antar variabel yang dilakukan dengan cara menguji hipotesis (Bungin, 2005). Penelitian ini memiliki 3 variabel yaitu terpaan berita kebocoran data pengguna Biznet (X1), persepsi tentang keamanan data (X2) dan adapun variabel ketiga penelitian ini yaitu tingkat kepercayaan terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet(Y).

1.9.2 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek yang karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk dipeajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat usia 18-45 tahun yang mengetahui Biznet dan mengalami terpaan berita tentang kebocoran data Biznet dimana rentang usia 18-45 tahun merupakan segmentasi Biznet.

1.9.3 Sampel

Menurut Roscoe suatu sampel dikatakan layak apabila berjumlah antara 30 hingga 500 responden. Oleh karena itu ukuran sampel penelitian ini diambil sebanyak 40 karena jumlah tersebut termasuk dalam tingkat stabilitas yang baik apabila (Sugiyono, 2017: 85)

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diambil dari responden dengan cara penyebaran kuesioner.

1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menerapkan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan tidak memberi kesempatan yang sama terhadap populasi untuk dijadikan sebagai sampel dan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015: 122). Teknik ini

bertujuan untuk melengkapi data berupa jawaban dari pertanyaan yang diperoleh dari responden melalui kuesioner.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

a. Editing

Peneliti melakukan pengecekan kuesioner. Tahap ini dilakukan sebagai upaya mengurangi kemungkinan kesalahan data yang telah dikumpulkan.

b. Koding

Peneliti mengkategorikan dengan memberi kode atau simbol pada jawaban yang diperoleh dari responden untuk memudahkan peneliti saat menganalisis data.

c. Tabulasi

Membuat tabel dan memasukkan data sesuai kategori sekaligus kode yang dimaksudkan untuk memudahkan dalam analisis data.

1.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.9.7.1 Uji Validitas

Uji validitas disebut sebagai uji kelayakan kuesioner. Apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel, maka kuesioner dianggap layak. Hal ini berlaku sama jika yang terjadi adalah sebaliknya (Ghozali, 2007:49). Dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel melalui SPSS 25. Apabila nilai r -hitung $>$ r tabel maka pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. Dalam hal ini validitas diukur berdasarkan *Degree of Freedom* atau nilai derajat kebebasan untuk dapat mengetahui Nilai r tabel yang ditentukan berdasarkan jumlah responden yang terlibat dengan rumus $DF = n-2$.

1.9.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat ukur terhadap instrumen penelitian. Apakah menunjukkan hasil yang cenderung sama meskipun dilakukan uji berkali-kali. Dapat dinyatakan layak jika hasil yang didapatkan menunjukkan data yang konsisten apabila dilakukan uji dengan pengukuran serupa. Penelitian ini menerapkan uji statistik *Cronbach Alpha*. Dimana suatu variabel dianggap baik apabila Nilai *Cronbach Alpha* mencapai angka lebih besar dari 0,6 (Trihendradi, 2013: 201).

1.9.8 Analisis Data

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel dalam penelitian ini, peneliti menerapkan analisis korelasi kendall's Tau B untuk mencari tahu korelasi antara dua variabel (Sugiono, 2017 : 153).