

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepercayaan masyarakat dibentuk oleh masyarakat itu sendiri melalui beberapa pengetahuan yang dimiliki (Etta dan Sopiah, 2013). Kepercayaan, sikap, dan perilaku mempunyai hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Dalam kehidupan bernegara, kepercayaan masyarakat menjadi hal yang penting, karena dapat mempengaruhi kelancaran dalam berjalannya suatu roda pemerintahan. Kepercayaan menjadi aspek yang berpengaruh terhadap jalannya kebijakan, peraturan, dan tata kelola yang ditetapkan oleh pemerintah.

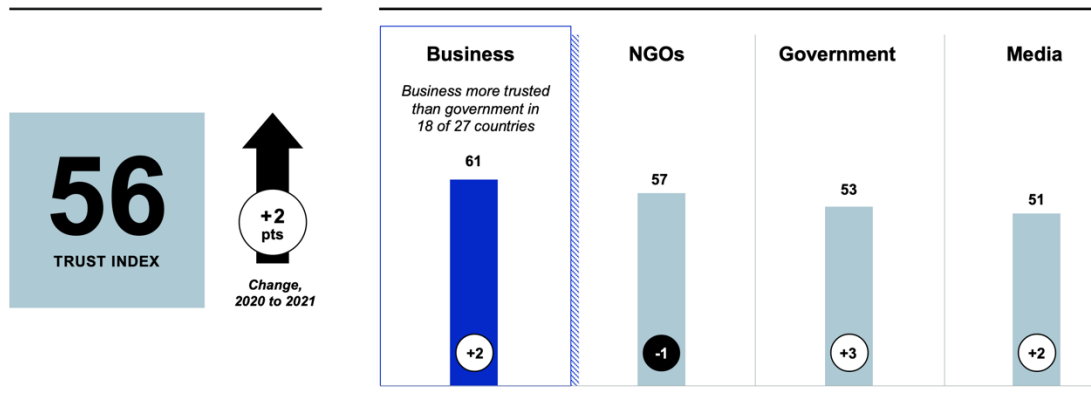
Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dipengaruhi oleh bagaimana sikap pemerintah terhadap masyarakat. Bagaimana pemerintah peduli serta cepat dan tanggap terhadap permasalahan yang dialami oleh masyarakat dan bagaimana langkah pemerintah selanjutnya dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

Kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah menggambarkan perasaan yang ada dalam masyarakat itu sendiri, sehingga jika tingkat kepercayaan tinggi menunjukkan bahwa masyarakat sedang dalam keadaan senang dan akhirnya akan mendukung kebijakan pemerintah. Ketika institusi dan para pejabatnya mengambil pilihan kebijakan tertentu yang dinilai oleh warga sebagai pilihan benar maka masyarakat akan cenderung menaruh kepercayaannya. Namun jika respon terhadap keluhan masyarakat tidak cepat dan sesuai harapan, maka otomatis kepercayaan masyarakat akan merosot.

Berdasarkan data dari Edelman Trust Barometer Tahun 2021, pemerintah mendapat

kepercayaan lebih rendah dibandingkan dengan bisnis dan NGOs (*non-government office*), hal tersebut dapat dilihat sebagaimana grafik 1.1 dibawah ini:

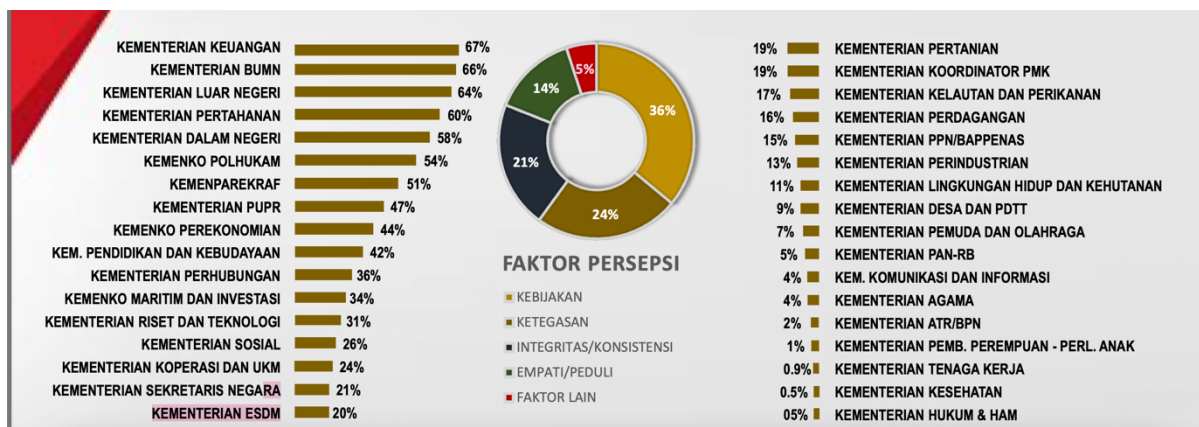
Grafik 1.1 Indeks Kepercayaan Publik Terhadap Institusi 2021



Sumber: *Edelman Trust Barometer*

Adanya kebebasan berpendapat, ketersediaan platform komunikasi, dan akses informasi yang terbuka luas, serta tuntutan masyarakat yang kian meningkat terhadap pemerintah semakin jelas terlihat. Akibatnya, ketika harapan publik tidak sesuai dengan hasil yang diberikan oleh pemerintah, kepercayaan masyarakat akan menurun. Berikut ini merupakan persepsi publik atas kebijakan pemerintah, sebagaimana gambar grafik dibawah ini:

Grafik 1.2 Persepsi Publik Atas Kinerja Kementerian



Sumber: *Indonesia Political Opinion*

Menurut data dari Indonesia Political Opinion, Kementerian Komunikasi dan Informasi memiliki penilaian persepsi yang rendah, yakni sebesar 4% atau peringkat 6 terbawah dari 34 Kementerian yang dinilai. Salah satu faktor yang diduga menyebabkan rendahnya persepsi masyarakat pada kinerja Kementerian Komunikasi adalah akibat banyaknya kasus kebocoran data yang tidak terselesaikan dengan baik.

Kebocoran data pribadi yang marak terjadi beberapa waktu ini sebagai wujud lemahnya kinerja pemerintah pusat dalam menjalankan tugas dan wewenangnya. Kebocoran data pribadi penduduk Indonesia yang terjadi seperti kebocoran data pribadi dalam aplikasi *Electronic Health Alert Card* (e- HAC). Kebocoran data memuat berbagai macam informasi seperti data diri di dalam KTP (Kartu Tanda Penduduk) ataupun paspor bahkan hasil *screening* tes Covid-19.

Data pribadi masyarakat Indonesia diduga telah ditransaksikan dalam sebuah web forum. Data tersebut memuat data diri dalam KTP (Kartu Tanda Penduduk), gaji, nomor telepon, alamat dan alamat surat elektronik, hingga data orang yang sudah meninggal. Bahkan dalam web forum ini tersedia satu juta data sebagai sampel yang dapat diakses dan diperoleh secara cuma-cuma oleh siapapun.

Diagram 1.1 Jumlah Laporan Kejahatan Siber 2015-2021



Sumber: Patroli Siber • *Data 2021 diambil per 20 September 2021.

Menurut data dari Patroli Siber, Per 20 September 2021 terdapat 28.000 laporan masyarakat mengenai kejahatan siber yang dialami oleh masyarakat. Data dari portal Patroli Siber menunjukkan pencurian data atau identitas menduduki peringkat tertinggi keenam hingga tahun 2021.

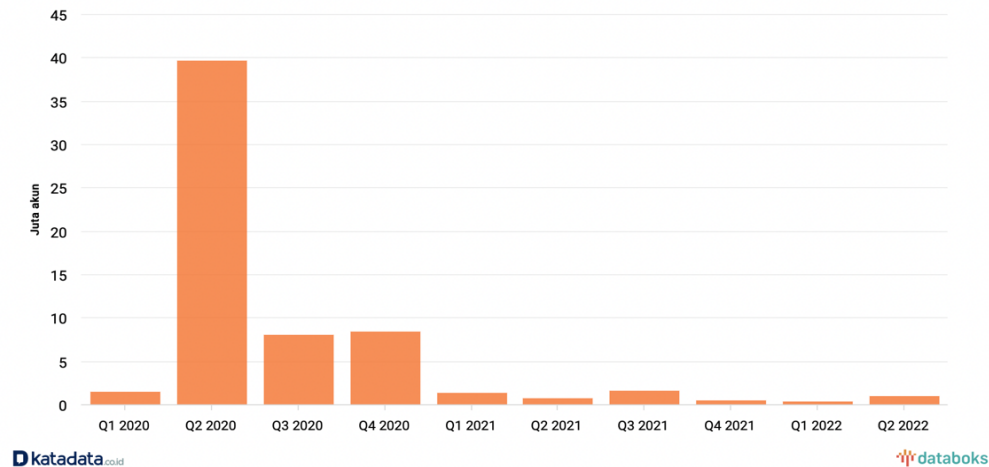
Hal tersebut didukung oleh data dari BSSN RI dimana pada tahun 2020 serangan siber meningkat dua kali lipat dari tahun 2019, yakni dari 228,27 juta kasus menjadi 495,33 juta kasus. Perlindungan data pribadi seharusnya segera mendapatkan perhatian khusus di Indonesia karena hal ini bukan merupakan permasalahan yang baru muncul.

Tabel 1.3 Daftar kasus kebocoran data di Indonesia 2020-2022

PEMILIK DATA	TANGGAL Upload	JUMLAH DATA	HARGA PENAWARAN	NAMA PERETAS	KONFIRMASI
Data pasien Covid-19	Juni 2020	231.636 data pribadi dan data-base pasien Covid-19 di Indonesia	US\$300	Databas Shopping	Kasus diserahkan kepada polisi.
Tokopedia	Mei 2020	15 Juta data pengguna Tokopedia	US\$5.000	Whysodank	Tokopedia mengatakan bahwa email, nomor telepon seluler, dan alamat yang telah bocor.
BPJS Kesehatan	12 Mei 2021	279 juta data penduduk Indonesia (NIK, No. ponsel, alamat, gaji)	-	Kotz	Kemenkominfo membenarkan bahwa data BPJS dibobol oleh peretas.
KPAI	September 2021	Database laporan kasus 2016-2021	Rp35ribu/data	C77	Dikonfirmasi adanya peretasan
Kebocoran 1,3 miliar data kartu SIM	31 Agustus 2022	Nomor KTP, nama operator seluler, nomor telepon	50 ribu dolar AS dan 2 juta data sampel gratis	Bjorka	Kominfo belum dapat mengkonfirmasi

Dari data tersebut menunjukkan bahwa kejahatan siber selalu berulang setiap tahunnya dan semenjak pandemic covid 19 kejahatan siber tersebut semakin bertambah.

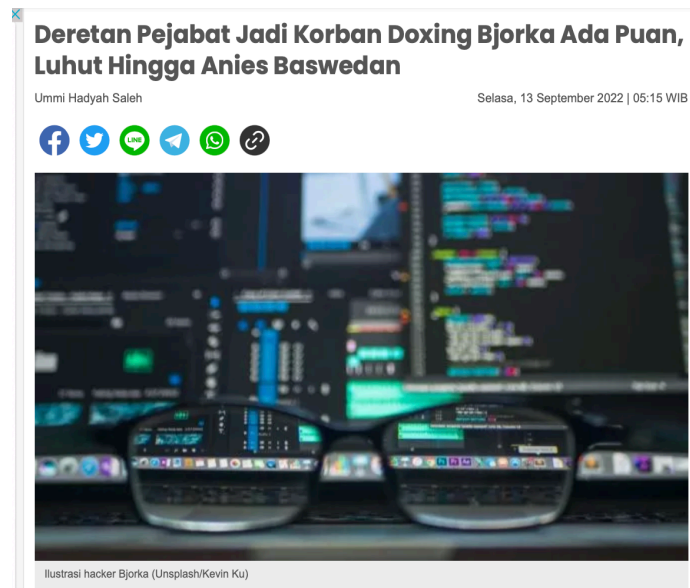
Grafik 1.6 Data jumlah akun yang mengalami kebocoran data di Indonesia 2020-2022



Berdasarkan data perusahaan keamanan siber Surfshark, di Indonesia terdapat sekitar satu juta akun yang mengalami kebocoran data selama kuartal kedua 2022 kemudian bertambah 143% dari kuartal pertama 2022 sebanyak 430,1 ribu akun. Terdapat tiga akun yang mengalami kebocoran data setiap menitnya selama periode Januari-Maret 2022 yang kemudian meningkat menjadi delapan akun setiap menit pada April-Juni 2022. Secara menyeluruh, sebanyak 2,3 miliar akun telah dibobol sejak awal tahun 2020 (Dihni, 2022).

Media selalu menyoroti kasus ini dan memberitakannya dari berbagai aspek. Pemberitaan mengenai kebocoran data beredar luas di masyarakat melalui media konvensional, media *online*, hingga media social seperti instagrm, twitter, dan youtube.

Gambar 1.1 Pemberitaan Mengenai Pejabat Menjadi Korban Doxing



Sumber: Suara.com

Menurut Peraturan Pemerintah No.71 Tahun 2019 mengenai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) berwenang sebagai regulator, akselerator, dan fasilitator tata Kelola. Kementerian Komunikasi dan Informatika akan melaksanakan pengawasan terhadap tata kelola data pribadi oleh para Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) yakni dengan mengatur hak-hak pemilik data pribadi dan mengatur sanksi-sanksi bagi penyelenggara sistem elektronik atas tata kelola data pribadi yang diproses dalam sistem mereka masing-masing (Yusuf, 2022). Dalam hal ini, Kominfo juga berwenang mengeluarkan kebijakan dalam menangani kasus kebocoran data seperti Peraturan Menkominfo No.20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik. Salah satu program atau kebijakan dari Kemenkominfo untuk mencegah kebocoran data adalah dengan program literasi digital tingkat dasar melalui Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) sebagai Langkah pencegahan jangka Panjang dan penerapan regulasi sebagai pencegahan jangka pendek (Suyudi, 2022).

Kemenkominfo memiliki wewenang dan fungsi sebagai garda terdepan dalam menangani

kasus kebocoran data. Oleh sebab itu, kini Kemenkominfo menjadi sorotan di tengah banyaknya kasus kebocoran data yang melibatkan berbagai pihak. Berita yang beredar di masyarakat menyoroti bagaimana, tanggapan, saran, dan langkah yang diambil kemenkominfo dalam menangani kasus ini. Berikut adalah beberapa berita yang beredar di masyarakat mengenai kebocoran data yang dikaitkan dengan kemenkominfo.

Gambar 1.2 Kumpulan Pemberitaan Mengenai Kebocoran Data



Sumber: Instagram Kompas.com



Sumber: Instagram Politicaljokes.id

Setiap warga negara memiliki hak atas perlindungan diri pribadi. Hak atas perlindungan diri pribadi diatur dalam Pasal 28G Ayat (1) yang memiliki makna bahwa warga negara berhak atas perlindungan pribadi, keluarga, harta, martabat, dan kehormatan. Hak pribadi dapat diasumsikan sebagai hak privasi yang mana bersifat lebih sensitive serta berkaitan dengan data atau identitas pribadi seseorang (Zaman, 2022).

Artinya dengan adanya hak tersebut, masyarakat terjamin perlindungannya dari ancaman dan rasa takut akan terganggunya hak-hak mereka. Namun, dalam realitanya masih terdapat hal-hal yang mengganggu hak diri pribadi masyarakat, seperti pada kasus bocornya data pribadi yang disebarluaskan ke publik yang mana data tersebut merupakan hak privasi yang bersifat pribadi .

Maraknya kebocoran data pribadi disebabkan oleh lemahnya peraturan yang mengikat. Tidak adanya perundang-undangan yang kuat serta sanksi dalam proteksi data pribadi bagi para pelaku akan menjadi salah satu penyebab kurangnya proteksi data pribadi di Indonesia. Kebocoran data akan memberi dampak krusial terhadap masyarakat yang data pribadinya tersebar. Selain mengganggu privasi dari pemilik data tersebut, masyarakat dapat menjadi

korban *cybercrime*, seperti penipuan, pemerasan, pemalsuan, hingga doxing.

Adanya insiden kebocoran data pribadi baik dari korporasi maupun Lembaga/badan hukum publik milik pemerintah seharusnya menjadi cambukan untuk pemerintah dalam mewujudkan keamanan siber serta memberikan solusi terhadap permasalahan yang terjadi. Sejauh ini, upaya yang dilakukan oleh kominfo hanyalah dengan melakukan pemutusan akses terhadap *link* untuk mengakses atau mengunduh data tersebut. Kasus yang tidak ada penyelesaiannya ini semakin menimbulkan keresahan masyarakat hingga hilangnya kepercayaan publik. Pemberitaan yang ada mengenai tanggapan, dan langkah penyelesaian dari Kominfo atas kasus kebocoran data yang terjadi menimbulkan banyak perdebatan di masyarakat khususnya di media sosial seperti Twitter dan Instagram. Upaya Kominfo tersebut mendapat berbagai tanggapan dari masyarakat di sosial media karena dianggap tidak menyelesaikan masalah dengan baik, dan dianggap tidak peduli dengan masalah yang menimpa banyak pihak tersebut. Oleh sebab itu, adanya terpaan berita atau isu mengenai kebocoran juga menciptakan adanya terpaan *electronic word of mouth* di media social. Berikut adalah beberapa *e-word of mouth* di media sosial yang memberikan tanggapannya mengenai kasus kebocoran data yang terjadi beberapa waktu ini.

Gambar 1.3 Negative E-Word of Mouth Instagram





Sumber: Instagram.com

Gambar 1.4 E-Word of Mouth Twitter



Sumber: Twitter.com

Pada contoh cuitan di atas, merupakan aktivitas masyarakat sebagai akibat dari peran yang diambil oleh media dalam pemberitaan mengenai kebocoran data yang beredar di masyarakat. Peranan media dalam menimbulkan opini publik dapat mengakibatkan difusi informasi melalui e-wom yang seringkali ditemukan pada interaksi social sehari-hari. Pola komunikasi *word of mouth* merupakan pola komunikasi yang bersumber dari antarindividu satu dengan yang lain. Proses komunikasi *word of mouth* juga berperan dalam penyebaran berita. Hal ini dibuktikan dengan kecenderungan individu setelah menerima suatu informasi akan segera menyebarkan informasi tersebut melalui komunikasi *word of mouth* sehingga informasi yang diperoleh akan tersebar dengan cepat ke berbagai pihak.

Pesatnya persebaran informasi melalui media baru maupun media konvensional dengan pola komunikasi *word of mouth* dapat dilihat di beberapa *platform online* yang di dalamnya memuat mengenai beberapa keluhan, ulasan, ataupun komentar mengenai kinerja pemerintah dalam menjaga dan melindungi data pribadi. Dengan demikian, media tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi saja namun juga peran media untuk memberikan pengaruh kepada pembaca dalam hal kognisi, afeksi, maupun perilaku yang menyangkut masalah kepercayaan masyarakat Indonesia mengenai pemberitaan yang beredar terhadap tingkat kepercayaan masyarakat ada pemerintah pusat.

1.2 Rumusan Masalah

Kepercayaan masyarakat sangat penting untuk membentuk pemerintahan Negara yang konstruktif dan efisien. Kepercayaan masyarakat berpengaruh besar terhadap kepatuhan dalam penerapan setiap kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Munculnya krisis yang tak tertanggulangi dengan baik berpotensi menjadi penyebab turunnya kepercayaan. Kementerian Komunikasi dan

Informatika memiliki persepsi kinerja yang buruk akibat banyaknya krisis berupa kasus kebocoran data yang tidak terselesaikan dengan baik.

Insiden kebocoran data selalu mendapat eksposur di media massa dan menjadi sorotan masyarakat. Menurut data perusahaan keamanan siber Surfshark, terdapat 1,04 juta akun yang mengalami kebocoran data di Indonesia selama kuartal II 2022. Adanya insiden kebocoran data pribadi baik dari korporasi maupun Lembaga/badan hukum publik milik pemerintah berpotensi menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Sesuai PP No.71 Tahun 2019, Kemenkominfo idealnya mengatur hak-hak pemilik data pribadi dan mengatur sanksi-sanksi tegas bagi pelaku dan penyelenggara system elektronik, namun pada kenyataannya kementerian tersebut justru mendapatkan penilaian kinerja yang rendah dari masyarakat.

Kasus kebocoran data pribadi semakin menimbulkan keresahan dan tanggapan negatif (*negative e-word of mouth*) dari masyarakat. Seperti pada “cuitan” dari beberapa pengguna media sosial twitter pada akun twitter @secgiron, seorang Peneliti & Konsultan Keamanan Siber dan beberapa komentar pada akun Instagram @teamalgoritma, @cyberthreatid, @politicaljokesid, yang mempertanyakan kinerja dari pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan kebocoran data serta mengkritik dan kecewa terhadap upaya Kemenkominfo yang tidak dapat memberi langkah solutif dalam keamanan siber.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui **“Apakah terdapat Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kebocoran Data Penduduk dan Terpaan *Negative E-word of Mouth* di Media Sosial terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Kasus Kebocoran Data?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh terpaan pemberitaan kebocoran

data penduduk dan terpaan *negative e-word of mouth* di media sosial terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah pusat dalam menangani kebocoran data.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritik

Dapat memberikan informasi mengenai Social Mediated Crisis Communication Model dalam mengkaji pengaruh terpaan pemberitaan dan terpaan *negative e-word of mouth* terhadap tingkat kepercayaan masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi pemerintah yang berwenang dalam menjaga data penduduk serta dapat digunakan sebagai bahan rujukan penelitian baik dalam bidang ilmu komunikasi maupun bidang lain dikemudian hari.

1.4.3 Manfaat Sosial

Dapat memberikan gambaran serta pemahaman kepada masyarakat yang berhubungan dengan terpaan berita kebocoran data dan terpaan *e-word of mouth* di media sosial dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah pusat dalam menangani kebocoran data.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma positivistic dapat diartikan sebagai indicator adanya hubungan kausalitas (adanya sebab akibat) yang bisa diklasifikasikan sehingga fokus dari penelitian ini adalah pada beberapa variabel saja (Sugiyono, 2009 : 42). Dalam penelitian ini mencari hubungan sebab- akibat antara satu variable dengan variable yang lain yaitu terpaan berita, terpaan *e-word of mouth*, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah.

1.5.2 State of The Art

1. Hubungan Terpaan Berita Curanmor di Internet dan Frekuensi *Word of Mouth* Curanmor dengan Tingkat Kewaspadaan Mahasiswa Pengendara Sepeda Motor di Tembalang

Penelitian milik Yohanes Rico A.P. (2017) ini membahas mengenai terpaan berita kasus pencurian motor yang terjadi di daerah Tembalang menjadi sorotan mahasiswa dan masyarakat. Kasus tersebut muncul di berbagai berita pencurian motor yang disiarkan dari mulut ke mulut tentang mahasiswa yang telah *kecolongan* sepeda motor di beberapa sudut tempat di Tembalang. Didukung dengan akses berita pencurian motor di media massa online yang sangat mudah sehingga penyebaran berita terjadi begitu cepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan terpaan berita pencurian motor online dan frekuensi word of mouth pencurian motor dengan tingkat kewaspadaan pelajar sepeda motor di Tembalang. Penelitian ini menggunakan Teori Disonansi Kognitif dari Festinger dan merupakan penelitian berjenis *explanatory research*. Metode pengumpulan sampel menggunakan *nonprobability* dan *accidental sampling* dengan responden berjumlah 30. Analisis korelasi dalam penelitian ini adalah analisis korelasi Pearson. Hasil menunjukkan bahwa seluruh nilai signifikan $<0,05$ sehingga variable (X1) dan (X2) tersebut tidak berhubungan dengan variable (Y).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah agar mahasiswa mengetahui pesan-pesan persuasif tentang kewaspadaan pencurian motor dari spanduk baik dari pihak kepolisian maupun universitas kemudian memberi anjuran kepada mahasiswa agar memperhatikan himbauan serta arahan berupa pesan layanan masyarakat yang terdapat dalam spanduk baik dari pihak kepolisian yang ada pada lingkungan sekitar luaran kampus maupun di dalam lingkungan kampus.

Kesamaan penelitian ini dengan yang akan penulis teliti adalah sama-sama mengkaji tentang terpaan berita dan *word of mouth*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak adanya hubungan antara terpaan berita curanmor di internet, frekuensi *word of mouth* dengan tingkat kewaspadaan mahasiswa pengendara motor di Tembalang. Perbedaan penelitian ini dengan yang akan diteliti oleh penulis yaitu teori, analisis data, dan substansi pembahasannya. Pada penelitian ini lebih membahas pada berita mengenai kasus pencurian motor, frekuensi komunikasi dari mulut ke mulut atau pesan *broadcast* mengenai curanmor dan tingkat kewaspadaan masyarakat.

2. *Exposure to online news about air pollution and public trust in regulators in China: a moderated mediation analysis of perceived risk and perceived news credibility*

Penelitian oleh Qing Huang (2021) dalam Jurnal Komunikasi Asia ini membahas tentang terpaan berita online mengenai polusi udara dan kepercayaan publik pada regulator. Studi ini mengusulkan model untuk menjelaskan bagaimana paparan berita online, risiko yang dirasakan, dan kredibilitas berita yang dirasakan mempengaruhi kepercayaan mereka pada regulator mengenai masalah polusi udara di China.

Sebuah survei online menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan sepenuhnya memediasi hubungan antara paparan berita online dan kepercayaan pada regulator. Melalui moderasi hubungan antara paparan berita online dan risiko yang dirasakan, kredibilitas berita yang dirasakan juga memoderasi efek tidak langsung: efek tidak langsung negatif dari paparan berita online pada kepercayaan pada regulator melalui risiko yang dirasakan lebih kuat ketika tingkat kredibilitas berita yang dirasakan tinggi daripada saat rendah. Hasilnya menunjukkan bahwa berita online yang berupaya membuat publik lebih sadar akan bahaya polusi udara mengurangi kepercayaan publik pada regulator, terutama ketika

orang menganggap berita itu sangat kredibel. Temuan ini mengingatkan kita bahwa penguatan persepsi risiko publik yang dihasilkan dari paparan berita online yang sering dan penurunan kepercayaan publik selanjutnya pada regulator dapat menghambat regulasi polusi udara yang efektif.

Kesamaan Penelitian ini dengan yang penulis teliti adalah sama-sama mengkaji eksposur berita online dan kepercayaan publik terhadap pembuat kebijakan (regulator). Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Qing Huang dengan yang akan diteliti oleh penulis yaitu metode yang digunakan serta variabel yang akan dicari.

3. Hubungan antara Terpaan Berita Negatif BPJS Kesehatan di Media Massa dan Intensitas Komunikasi Word of Mouth di Masyarakat dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan

Penelitian yang dilakukan oleh Izzatussayidati (2018) ini membahas tentang banyaknya terpaan pemberitaan negative mengenai masalah kesehatan di media massa yang menyebabkan munculnya WOM yang berhubungan dengan tingkat kepercayaan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara terpaan berita dan intensitas word of mouth dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pelayanan BPJS Kesehatan. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel purposive sebagai metode pengambilan sampel dengan jumlah 100 responden dengan populasinya adalah masyarakat di Kota Semarang yang pernah melihat, mendengar atau membaca berita negatif tentang BPJS serta pernah membicarakan kualitas pelayanan BPJS Kesehatan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa semakin gencar komunikasi dari mulut ke mulut di masyarakat maka akan semakin rendah kepercayaan masyarakat. Dalam penelitian ini disarankan untuk membangun hubungan dengan media sehingga informas-

informasi negatif mengenai BPJS Kesehatan dapat diverifikasi terlebih dahulu dan tidak menimbulkan perkataan dari mulut ke mulut yang negatif di masyarakat.

Kesamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang terpaan berita, WOM, dan tingkat kepercayaan. Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis teliti adalah pada objek penelitiannya, analisis data, dan variabelnya.

4. *The Relation Of E-Government Quality On Public Trust And Its Impact Towards Public Participation* oleh Rizqa Nulhusna, Puspa Sandhyaduhita, Achmad Nizar Hidayanto, Kongkiti Phusavat pada tahun 2017 dalam Journal of Stockholm University.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tantangan besar dalam mensukseskan pengimplementasian Electronic Government (e-Government) dan partisipasi publik melalui niat penggunaan berkelanjutan dan Word of Mouth elektronik (eWoM). Penelitian ini mencoba untuk memberikan beberapa kontrol dengan memeriksa dampak kualitas e-Government pada kepercayaan publik dan menuju niat penggunaan berkelanjutan dan eWoM. Studi ini mengadopsi Keberhasilan Sistem Informasi (IS) terkemuka. Memodelkan dan memperluas dimensi kepercayaan menjadi kepercayaan multi-dimensi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner kepada pengguna layanan e-Government di Indonesia. Sampel sebanyak 293 dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Dari tiga faktor keberhasilan SI, kualitas sistem, dan kualitas informasi ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan disposisional memiliki hubungan substansial terhadap kepercayaan institusional dan kepercayaan interpersonal sedangkan kepercayaan institusional memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepercayaan interpersonal. Institutional trust menunjukkan hubungan langsung terhadap niat penggunaan berkelanjutan dan eWoM sementara kepercayaan antarpribadi

(interpersonal trust) secara signifikan berkorelasi hanya terhadap niat penggunaan terus-menerus.

Keterbatasan/implikasi dalam penelitian ini adalah studi ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dapat berperan sebagai perantara antara kualitas layanan dan kepercayaan atau antara kualitas layanan dan niat penggunaan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut untuk menguji faktor kepuasan dan korelasinya terhadap penerimaan publik sangat dianjurkan. Implikasi praktis dalam studi ini adalah Instansi pemerintah harus fokus pada kualitas informasi dan kualitas sistem yang memiliki hubungan yang signifikan terhadap pengembangan kepercayaan. Penelitian ini menyumbang pemahaman yang lebih akurat dan mendalam tentang bagaimana partisipasi publik dari eGovernment dapat ditingkatkan melalui kepercayaan.

Kesamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas kepercayaan public terhadap pemerintah dan kaitannya dengan *electronic word of mouth*, yang membedakan penelitian ini dengan yang akan diteliti oleh penulis adalah variable-variabelnya, metode analisis, dan substansi pembahasannya.

5. *News Media Coverage And Initial Public Offerings In Germany: Explaining Flotation Performance* oleh Nedine Strauß dan Toni G.L.A van der Meer tahun 2017 dalam *Corporate Communications: An International Journal*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan liputan media berita dan kinerja penawaran umum perdana (IPO) di Jerman. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana perhatian media, sentimen media, informasi perusahaan, dan kemutakhiran berita terkait dengan kinerja flotasi perusahaan yang go public. Pendekatan dilakukan dengan meneliti 50 IPO yang go public di Jerman antara Januari 2011 dan Desember 2015.

Secara keseluruhan, 3.644 artikel berbahasa Jerman yang berhubungan dengan IPO dianalisis secara manual. *Hierarchical OLS Regressions* dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel media berita berhubungan dengan kinerja flotasi IPO Jerman. Selanjutnya dibedakan antara pemberitaan media enam hari sebelum IPO dan liputan pada hari IPO itu sendiri. Berdasarkan penelitian tersebut, semakin banyak perhatian media yang ditujukan untuk IPO pada hari flotasi mereka dapat menyebabkan kenaikan persentase harga saham setelah hari kedua perdagangan, hal-hal negatif di media berita dan informasi tentang produk dan produk baru dari perusahaan IPO mungkin berhubungan negatif dengan kinerja flotasi mereka. Namun, informasi tentang perubahan strategi perusahaan IPO tampaknya berhubungan positif dengan underpricing IPO. Selanjutnya, pemberitaan media massa pada hari IPO itu sendiri tampaknya lebih berpengaruh terhadap kinerja flotasi terkait sentimen negatif dan informasi tentang produk baru. Studi ini berkontribusi pada penelitian sebelumnya dalam memperhatikan informasi perusahaan dan kemutakhiran berita ketika mencoba menjelaskan kinerja IPO. Temuan penelitian ini memberikan implikasi untuk komunikasi keuangan strategis dan peran mengelola media berita perusahaan yang go public.

6. Pengaruh Terpaan Berita Tentang Kebocoran Data Pengguna Tokopedia dan Aktivitas Word of Mouth Terhadap Tingkat Kepercayaan Dalam Menggunakan Tokopedia

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmania, T (2021) ini mengkaji tentang pemberitaan kasus kebocoran data pengguna Tokopedia yang menjadi perbincangan publik. Tindakan komunikasi dari mulut ke mulut yang diduga mempengaruhi tingkat kepercayaan seseorang terhadap sesuatu juga dimasukkan dalam penelitian ini. Penelitian

ini bermaksud untuk mengetahui dampak pemberitaan media tentang kebocoran data pengguna Tokopedia dan aktivitas media sosial terhadap tingkat kepercayaan dalam memanfaatkan Tokopedia. Teori Media Baru dan Teori Lingkungan Informasi Pembeli adalah teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini. Strategi pengambilan sampel non-probabilitas digunakan bersamaan dengan uji regresi linier sederhana untuk melakukan pengujian. Sebanyak 60 pengguna Tokopedia berusia antara 17 hingga 35 tahun yang pernah melihat, membaca, atau mendengar bocoran data pengguna di Tokopedia pada tahun 2020 menjadi sampel penelitian ini. Hasil temuan mengungkapkan bahwa pemberitaan kebocoran data pengguna Tokopedia (X1) berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan menggunakan Tokopedia (Y). Paparan berita ini mendapat nilai signifikansi 0,000 yang berarti sangat signifikan dengan tingkat pengaruh 48,7%. Selain itu, nilai signifikansi aktivitas word-of-mouth (X2) terhadap besarnya kepercayaan yang diukur oleh Tokopedia (Y) adalah 0,268, yang menunjukkan bahwa temuan uji regresi tidak signifikan secara statistik.

Penelitian ini juga berfokus untuk meneliti bagaimana paparan berita kebocoran data, penyebaran dari mulut ke mulut, dan dampaknya terhadap tingkat kepercayaan. Namun, penelitian ini memberikan kebaruan karena membahas tentang pemberitaan tentang kebocoran data kependudukan, paparan dari mulut ke mulut, dan kaitannya dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah pusat, penelitian Rahmania berfokus pada Tokopedia dan hubungannya dengan tingkat kepercayaan konsumen pada Tokopedia.

1.5.3 Terpaan Berita

Dalam (Kriyantono, 2006:204-205), terpaan adalah kegiatan dalam bentuk aktivasi pengelihan dan pendengaran serta kepekaan terhadap individu maupun kelompok melalui pesan-pesan dalam media massa. Kemampuan ini diperlukan dalam kehidupan sehari-hari karena pada dasarnya masyarakat memperoleh berbagai macam informasi baru setiap harinya. Tolak ukur keberhasilan penyampaian suatu berita dapat dilihat dari penyampaian informasi kepada audiens yang dapat diterima secara baik maupun tidak. Menurut Shore (1984), terpaan lebih dari sekedar mengakses media. Terpaan media adalah sebuah keadaan di mana seseorang menerima pengaruh dari suatu pesan yang terdapat dalam media. Keadaan ini menunjukkan bagaimana media tersebut menyampaikan atau menerpa audiensnya dengan pesan yang ingin disampaikan. Dalam penelitian ini akan menjelaskan atas terpaan pesan kepada audiens melalui berita yang disampaikan oleh media. Berdasarkan pendapat Mitchel V. Charnleh (1975:44) berita adalah bentuk laporan di waktu yang sesuai tentang sebuah keadaan nyata ataupun pendapat dengan adanya unsur yang menjadi daya tarik bagi masyarakat luas. Secara singkat, berita adalah suatu kenyataan, ide, pendapat dengan daya tarik, diandalkan, dan esensi bermakna bagi banyak pembaca, pendengar ataupun penonton. Dalam (Goyanes, 2019:3), audiens berita semakin terfragmentasi melalui perangkat yang berbeda, sumber berita dan, terutama, konteks situasional (Picone 2016). Pengguna berita sekarang memiliki lebih banyak kekuatan untuk menavigasi konten berita yang ingin mereka gunakan, kapan, di mana, dan bagaimana (Swart, Peters, dan Broersma 2016). Audiens dapat memilih dan menentukan “jalur” mereka sendiri dan mengikuti berita di berbagai platform media (Picone, Courtois, dan Paulussen 2014).

Dengan adanya digitalisasi, cara pandang audiens telah dipengaruhi mengenai temuan, konsumsi, dan manipulasi berita. Korelasi antara platform *social media* dengan perantara

digital semakin meningkat dalam hal konsumsi dan membagikan berita sehingga memungkinkan masyarakat untuk terpengaruh berita *online* meskipun ketika mereka tidak bermaksud untuk mencari berita tersebut. Perubahan secara digital ini turut mengambil peran dalam konsumsi dan penyajian berita online karena sebelumnya telah tersusun atas konsep dan telah diukur sehingga kadar audiens dalam menerima berita tentang urusan publik dan politik akan dipengaruhi. Secara singkat, terpaan berita didefinisikan sebagai sifat menerima dan memahami berita pada media massa. Adanya sifat tersebut tidak terpengaruh oleh jarak secara fisik antara audiens dengan pesan berita yang disampaikan oleh media massa.

1.5.4 Terpaan *E-Word of Mouth*

Jika mengacu pada individu atau organisasi, terpaan dapat diartikan sebagai proses mengenal dan memperhatikan pesan media melalui mendengar, melihat, dan membacanya (Ardianto, 2014:168). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa paparan media mengacu pada proses di mana orang terpapar konten media dan efek konten terhadap mereka. Paparan media dapat menimbulkan kesadaran simbolik yang berujung pada kesadaran atau perilaku aktual (Widyatama, 2009: 150). Menurut Effendy (2013:255), paparan media yang terjadi dalam proses komunikasi massa dapat menimbulkan berbagai dampak bagi masyarakat. Ketika paparan media terjadi, ada tiga efek utama yang dihasilkan selama proses komunikasi massa: konsekuensi kognitif, afektif dan perilaku.

Penelitian ini akan berfokus pada *electronic word of mouth communication*. Dalam Jalilvand (2012:43) menurut Hening Thureau, *electronic word of mouth* adalah suatu ulasan baik maupun buruk tentang sebuah objek yang diciptakan oleh konsumen dalam ruang lingkup sosial. Komunikasi mulut ke mulut ini menjadi salah satu hasil dari perkembangan jaringan internet. Jaringan internet berpeluang untuk menciptakan jaringan *word of mouth* yang

disebut sebagai *Electronic word of mouth*. Komunikasi dari mulut ke mulut secara elektronik dianggap sebagai media penyalur yang lebih efisien bagi konsumen untuk menyuarakan opini daripada *word of mouth* karena cakupan *E-word of mouth* lebih luas serta lebih mudah untuk bisa dijangkau daripada dilakukan secara luar jaringan.

Menurut Sernovitz (2009:31), *word of mouth* dibentuk atas beberapa aspek, yaitu:

Pembicara adalah seseorang yang memiliki ide, gagasan mengenai perusahaan, dan memiliki pengaruh sehingga sering disebut sebagai *influencer*. Seorang *talkers* cenderung bersemangat untuk membicarakan dan menceritakan pengalaman pribadi yang memiliki nilai pikat dan menarik.

Topik adalah pokok pembahasan yang dibicarakan dan didiskusikan oleh seorang *talker*. Diskusi topik yang dibicarakan biasanya berkaitan dengan penawaran yang diberikan atas suatu merek. Ada baiknya apabila topik pembicaraan yang didiskusikan adalah bahasan yang tidak rumit, mudah dimengerti, dan sesuai dengan kebutuhan karena pada dasarnya *word of mouth* diawali dengan topik pembahasan yang sesuai.

Tools (alat) adalah metode distribusi antara topik bahasan dengan pembicara. Topik memerlukan media sebagai alat supaya bisa membantu pendistribusian pokok pembahasan kepada khalayak.

Talking part (partisipasi) adalah sebuah komunikasi dua arah agar topik yang dibicarakan akan terus berlanjut apabila telah terdapat satu orang yang memberikan topik bahasan untuk didiskusikan. Untuk itu diperlukan eksistensi dari pembicara lain agar *word of mouth* tetap berjalan.

1.5.5 Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan adalah fenomena sosial dan interpersonal yang berfungsi sebagai "pelumas yang membuat suatu roda berputar" dalam hubungan. (Goodwin, 1996:48). Model kepercayaan relasional Bryk dan Schneider (2002) menemukan akar konseptualnya dalam ide Coleman (1998) tentang modal sosial, dan kepercayaan yang menjunjung tinggi norma dan tanggung jawab pelaku dalam jaringan sosial. Bryk dan Schneider (2002:23) menyarankan empat aspek kepercayaan yang dapat digunakan sebagai lensa untuk menganalisis perilaku orang lain. Empat aspek kepercayaan adalah rasa hormat, kompetensi, penghargaan pribadi terhadap orang lain, dan integritas.

Dalam (Alyusi, 2016:49), menurut Woolcok (1998) kepercayaan adalah rasa saling yakin antar individu satu dengan yang lain maupun antara individu dengan golongan dalam suatu masyarakat atau bangsa yang dibangun atas dasar norma dan nilai yang hidup pada bangsa itu sendiri). Berdasarkan pendapat Lubis (1994:81), kepercayaan adalah keinginan seorang individu untuk berpijak kepada individu lain atas keyakinan yang diberikan. Konsep kepercayaan secara umum dapat dibedah menjadi kepercayaan sosial dan kepercayaan politik. Dalam sudut pandang politik, kepercayaan kepada pemerintah dapat terjadi tatkala pemerintah mampu menunjukkan hasil kerjanya dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya. Masyarakat dapat memberikan kepercayaan mereka kepada pemerintah apabila kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dinilai baik oleh masyarakat. Kepercayaan politik dapat dilihat berdasarkan pelaku di mana letak tingkat rasa percaya atas suatu organisasi (*organizational political trust*) dan kepercayaan terhadap pejabat (*individual political trust*). Saat pemerintah memutuskan kebijakan yang dianggap sesuai, baik, dan tepat sesuai dengan kehendak masyarakat maka masyarakat akan memberikan rasa percaya terhadap pemerintah. Namun sebaliknya

apabila pemerintah mengambil kebijakan tidak seperti yang diharapkan oleh masyarakat maka tingkat rasa percaya akan menurun. (Dwiyanto, 2011:355).

Dalam Nulhusna (2017:4), Kepercayaan Institusional menurut Zucker (1986) adalah persepsi individu terhadap lingkungan kelembagaan seperti struktur, regulasi, legislasi, atau layanan sistem/teknologi yang dapat membuat lingkungan tersebut dipercaya. Dengan demikian, menerapkan definisi kepercayaan Colquitt, Scott dan LePine (2007), kepercayaan institusional dapat didefinisikan sebagai jenis kepercayaan sebagai niat untuk menerima kerentanan terhadap lingkungan institusional seperti struktur, regulasi, undang-undang, atau layanan sistem/teknologi. Perspektif Kepercayaan Interpersonal berfokus pada pembentukan keyakinan khusus kepada orang lain. Dalam penelitian ini, kepercayaan interpersonal mengacu pada kepercayaan khusus terhadap penyedia layanan atau lembaga yang berwenang dalam menangani data penduduk Indonesia. Demikian juga, menerapkan definisi kepercayaan Colquitt, Scott dan LePine (2007), kepercayaan interpersonal dapat didefinisikan sebagai niat untuk menerima kerentanan terhadap pihak yang dipercaya berdasarkan harapan positif dari tindakannya. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini kepercayaan interpersonal didefinisikan sebagai niat untuk menerima kerentanan terhadap instansi pemerintah (Kemenkominfo RI) sebagai pihak yang berwenang dalam menangani kebocoran data penduduk.

1.5.6 Kaitan Terpaan Berita dan Terpaan *Electronic Word of Mouth* terhadap Tingkat Kepercayaan

Untuk melihat kaitan terpaan berita kebocoran data penduduk dan terpaan electronic word of mouth di media social terhadap tingkat kepercayaan masyarakat dapat digunakan Model *Social Mediated Crisis Communicaton* (SMCC). Model SMCC menjelaskan

bagaimana publik (*influential social media creators, social media followers, and social media inactives*), bentuk informasi (media sosial, media tradisional, dan *offline/online word of mouth*), dan sumber organisasi berinteraksi untuk mempengaruhi bagaimana publik mencari dan berbagi informasi krisis, yang dapat mengarah pada perilaku publik (Jin et al., 2014).

Model SMCC berusaha untuk menggambarkan bagaimana komunikasi dari mulut ke mulut, media tradisional, dan media sosial akan berkontribusi pada arus informasi terkait krisis sebelum, selama, dan setelah krisis. Menurut teori ini, orang memanfaatkan media sosial untuk memantau krisis, melihat perkembangan isu, pengumpulan dan pembagian informasi, ekspresi emosional, dan mendapatkan dukungan emosional. Mereka akan membutuhkan dukungan moral untuk melewati krisis, setelah publik mendapat informasi dan sadar tentang suatu masalah tersebut.

Pada tahap selanjutnya, ketika publik secara luas sudah mengetahui krisis ini, mereka akan membutuhkan dukungan moral untuk bertahan melewati krisis (Liu et al., 2012). SMCC menghasilkan pendekatan strategis untuk memahami organisasi dan audiens melalui media sosial dalam situasi krisis (Austin, Liu, & Jin, 2012; Liu et al., 2012). Dalam penelitian ini teori Social Mediated Crisis Communication (SMCC) digunakan untuk mengetahui respon penerima pesan setelah mendapat informasi mengenai suatu krisis yaitu kasus kebocoran data penduduk. Pendekatan ini digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh terpaan berita dan terpaan *electronic word of mouth* terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah pusat (Kemenkominfo) dalam menangani krisis di mana kedua terpaan informasi tersebar melalui social media.

Gambar 1.5 SMCC Model

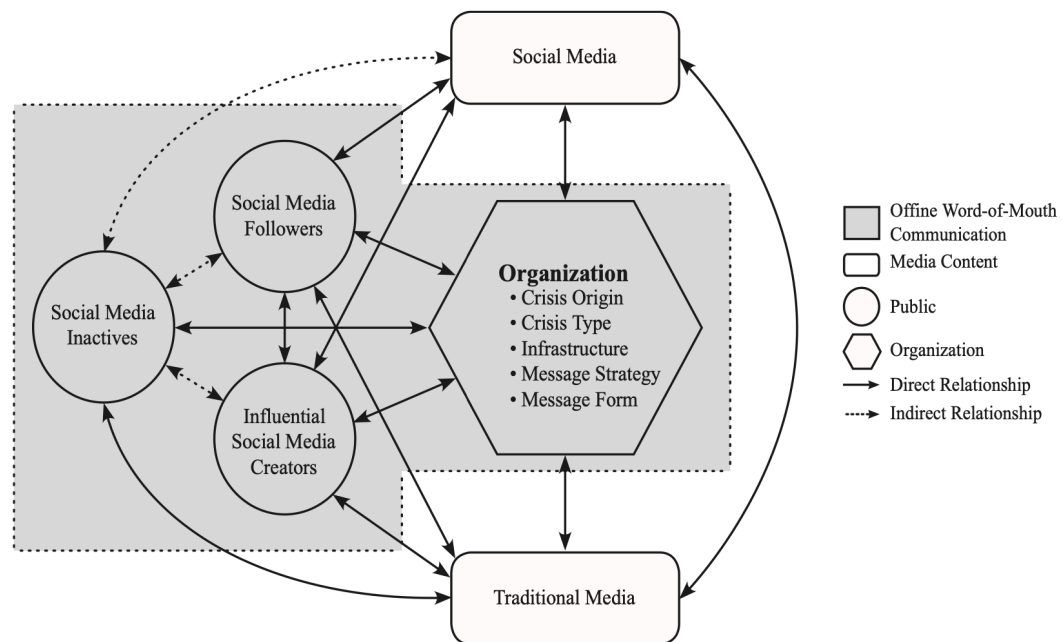
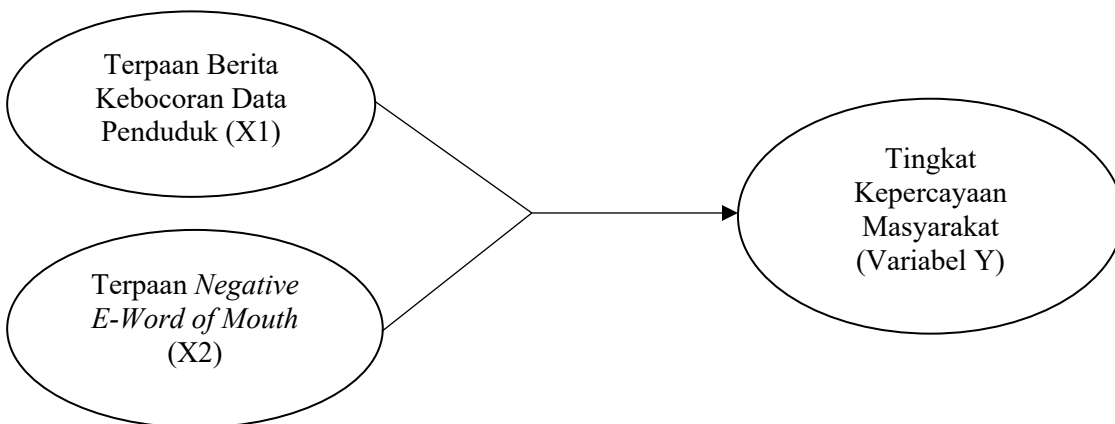


Figure 1. Social-mediated crisis communication model.

Kerangka Berfikir



1.6 Hipotesis

H1: Terpaan berita kebocoran data (X1) dan terpaan *negative word of mouth* di media social (X2) memiliki pengaruh negative terhadap tingkat kepercayaan masyarakat (Y).

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Terpaan Berita Kebocoran Data Penduduk

Terpaan berita kebocoran data penduduk adalah suatu perilaku dalam melihat,

mendengar, membaca serta memahami isi pesan di media massa maupun mempunyai keinginan dan ketertarikan terhadap pesan mengenai kebocoran data penduduk. Terpaan berita kebocoran data penduduk dalam hal ini sering dilihat melalui media sosial yang sedang beredar baik instagram, facebook, twitter, dan media sosial lainnya. Sehingga masyarakat dengan mengetahui adanya kasus atau kejadian tersebut.

1.7.2 Terpaan Negative E-Word of Mouth

Terpaan *negative word of mouth* adalah kondisi ketika seseorang diterpa oleh suatu pendapat, ulasan, atau komentar negative mengenai kasus kebocoran data penduduk yang terjadi di Indonesia. Terpaan negatif e-word of mouth ini dapat dirasakan jika masyarakat atau pengguna tersebut aktif memakai sosial media, dapat dilihat dari durasi dan frekuensi lamanya ketika mengoperasikan media sosial.

1.7.3 Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Kebocoran Data

Masyarakat beranggapan mengenai kerja pemerintah pusat dalam memenuhi tugas dan kewajiban dalam aspek keamanan data penduduk dalam dunia siber. Masyarakat dapat memberikan kepercayaan mereka kepada Pemerintah apabila kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari masyarakat.

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Terpaan Berita Kebocoran Data

Terpaan berita kebocoran data penduduk dapat diukur dengan indikator:

- Durasi: Total waktu rata-rata yang dihabiskan oleh responden untuk membaca berita kasus kebocoran data di media social
- Frekuensi:

- Seberapa sering responden melihat pemberitaan kasus kebocoran data di media social
 - Seberapa sering responden mengunjungi laman berita kebocoran data di media social
 - Jumlah total berita yang dibaca oleh responden dalam sehari
- Penerimaan:
- Kemampuan responden untuk menyebutkan informasi mengenai kebocoran data penduduk
 - Kemampuan responden untuk menyebutkan kasus-kasus kebocoran data yang terjadi selama satu tahun terakhir
 - Pengetahuan responden mengenai dampak dari kebocoran data penduduk bagi masyarakat

1.8.2 Terpaan Negative E-word of Mouth

Dapat diukur sebagai berikut:

- Durasi: Total waktu rata-rata yang dihabiskan oleh responden untuk membaca testimoni, ulasan, atau komentar pada unggahan kasus kebocoran data di media sosial
- Frekuensi:
 - Seberapa sering responden mengunjungi laman komentar unggahan kasus kebocoran data di media social
 - Seberapa sering responden melihat testimoni, ulasan, atau komentar masyarakat mengenai kasus kebocoran data di media sosial
- Penerimaan:
 - Responden dapat menyerap informasi tentang kasus kebocoran data penduduk melalui testimoni, ulasan, dan komentar di media social

- Responden dapat mengetahui dampak yang dirasakan oleh masyarakat akibat kebocoran data melalui testimoni, ulasan, dan komentar di media social
- Responden dapat mengetahui respon masyarakat mengenai kejadian kebocoran data penduduk

1.8.3 Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Kebocoran Data

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah dalam hal ini dapat diukur menggunakan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Komitmen yang Kredibel:

- Kepentingan yang dikemas: Penilaian responden terhadap kebijakan Kemenkominfo yang selalu didasarkan pada keinginan untuk mewujudkan kepentingan bersama dan melindungi kepentingan masyarakat. (Dwiyanto, 2011:369)
- Konsistensi: Penilaian responden terhadap konsistensi dan kepedulian Kemenkominfo dalam mengambil suatu keputusan atau tindakan saat menghadapi masalah kebocoran data.

2. Baik Hati (Benevolence):

Penilaian responden terkait niat baik dan kepedulian Kemenkominfo terhadap kepentingan masyarakat.

3. Kejujuran:

Penilaian responden terhadap perilaku Kemenkominfo saat menjalankan tugas, menyelesaikan masalah dan melakukan pelayanan public apakah sesuai dengan kenyataan dan transparan. Penilaian responden terhadap kinerja kominfo berdasarkan

sumber informasi dari media yang memberitakan perilaku para aparaturnya dalam menjalankan tugasnya untuk menangani kasus kebocoran data.

4. Kompetensi:

Penilaian responden terhadap kapasitas dan kapabilitas institusi pemerintah (kemenkominfo) dan pejabatnya dalam memahami dan menyelesaikan permasalahan kebocoran data.

5. Keadilan

Penilaian responden terhadap tindakan yang dilakukan oleh Kemenkominfo dan pejabatnya apakah telah melayani secara adil berdasarkan aturan dan prinsip-prinsip yang berlaku.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah eksplanatori. Penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang memberikan arti hubungan antara variable independen yaitu Pengaruh Terpaan Berita Kebocoran Data (X1) dan Terpaan *Negative E-word of Mouth* (X2) terhadap variabel tidak bebas (dependen) yaitu Tingkat Kepercayaan Masyarakat (Y) melalui pengujian terhadap hipotesis.

1.9.2 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau individu pada penelitian, memiliki karakteristik yang jelas dan lengkap. Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- Usia 18 sampai 35 tahun
- Aktif mengakses internet dan menggunakan media sosial

- Pernah mendapatkan terpaan berita kebocoran data

Tidak terdapat persyaratan spesifik tentang pengetahuan apa yang dilakukan oleh kominfo tentang adanya terpaan kebocoran data dan juga penggunaan penggunaan media sosial dalam merespon hal tersebut. Sehingga, berdasarkan kriteria yang telah disebutkan bahwa jumlah dari populasi tidak diketahui. Populasi penelitian ini dipilih dengan alasan bahwa berdasarkan data yang didapatkan dari Katadata.com di tahun 2020 bahwa mayoritas pemakai media sosial di Indonesia berusia 25-34 tahun kemudian posisi terbanyak kedua adalah pengguna berusia 18-24 tahun. Lalu menurut LIPI (Survey Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia) menunjukkan hasil bahwa 60,6% masyarakat kelahiran 1995-2005 telah mengunduh akses berita tentang politik melalui media sosial.

1.9.3 Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probabilitas dan menggunakan proses incidental sampling. Teknik *non-probability* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur untuk dipilih menjadi sampel. Insidental adalah jenis pengambilan sampel berdasarkan kebetulan atau dipilih secara tidak sengaja dari siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut cocok sebagai responden. Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Seperti yang dikatakan oleh Roscoe, takaran sampel yang dapat digunakan dalam suatu penelitian adalah sebanyak 30-500 (Sugiyono, 2009:90-91).

1.9.4 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang mana diperoleh melalui kuesioner yang diisi secara langsung oleh responden di lapangan.

1.9.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik dan alat untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah menggunakan penyebaran kuesioner yang dibagikan dan diisi oleh responden sebagai sampel data. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data yang berisi pilihan jawaban dan pertanyaan yang akan diisi oleh responden.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data pada penelitian ini terdiri dari:

a. Editing

Editing adalah tahapan pengolahan data yaitu melihat untuk memeriksa ulang jawaban atau data yang telah diisi oleh responden. Tujuannya, agar dapat mengetahui dan mengantisipasi adanya kesalahan, seperti responden yang salah menjawab pertanyaan atau responden yang tidak lengkap mengisi kuesioner.

b. Coding

Coding merupakan proses pengolahan data yaitu mengelompokkan jawaban dari responden sesuai dengan jenisnya dan diberi tanda berupa angka atau kode – kode tertentu yang memudahkan kita untuk memahaminya.

c. Tabulasi

Tabulasi merupakan proses pengolahan data yaitu berupa pembentukan dan penyampaian data yang telah diberi kode untuk dibentuk tabel.

1.9.7 Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini adalah *multiple regression model*. *Multiple linear regression* merupakan suatu model di mana variabel tidak bebas (dependen) tergantung pada dua atau lebih variabel independen (Widarto R, 2018:88). Metode analisis tersebut didasarkan

pada hasil penelitian untuk mengetahui pengaruh Terpaan Berita Kebocoran Data (X1) dan Terpaan *Negative E-word of Mouth* (X2) terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Pemerintah Pusat dalam Menangani Kebocoran Data (Y).