

PENGARUH TERPAAN BERITA KEBOCORAN DATA PENDUDUK DAN TERPAAN *NEGATIVE E-WORD OF MOUTH* DI MEDIA SOSIAL TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMERINTAH PUSAT DALAM MENANGANI KASUS KEBOCORAN DATA

Vidiana Girinda Wardani, Hedi Pudjo Santosa, Djoko Setyabudi
vidianagirinda@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jalan Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kode Pos 1269 Telepon (024) 746407
Faksimile (024) 746504 Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The Ministry of Communication and Informatics is in the spotlight amid the many cases of data leakage involving various parties. According to data, there were 1.04 million accounts that experienced data leaks in Indonesia during the second quarter of 2022. Various media reports on data leak cases highlighted how, responses, and steps were taken to handle the case. The news caused unrest among the people. Coupled with the existence of communication by word of mouth (*e-word of mouth*) electronically as a more efficient media channel for voicing opinions because the scope is wider and easier to reach.

The purpose of this study was to determine the effect of exposure to population data leaks and exposure to negative *e-word of mouth* on social media on the level of public trust in the central government in dealing with data leaks. Using the theoretical approach of the Social Mediated Crisis Communication Model (SMCC), this study examines the effect of variable X1 and variable X2 on variable Y. The population of this study were social media users aged 18 to 35 years, with a non-probability sampling technique on 100 people, both men and women who had been exposed to news of data leaks. The results showed that exposure to data leakage news and exposure to negative *e-word of mouth* had an effect on the level of trust. Furthermore, it is known that the coefficient X1 is -0.527 and the X2 variable is -0.719, which means that exposure to data leak news (X1) and exposure to negative *e-word of mouth* (X2) have a negative effect on the level of public trust. With these findings, it can be concluded that the higher the exposure to data leak news received by the public and the higher the exposure to negative *w-word of mouth*, the lower the level of trust.

Keywords: News Exposure, Data Leakage, Public Trust, Ministry of Communication and Informatics, E-Word of Mouth Exposure

ABSTRAK

Kemkominfo menjadi sorotan di tengah banyaknya kasus kebocoran data yang melibatkan berbagai pihak. Menurut data terdapat 1,04 juta akun yang mengalami kebocoran data di Indonesia selama kuartal II 2022. Berbagai media yang memberitakan kasus kebocoran data menyoroti bagaimana, tanggapan, dan langkah yang diambil dalam menangani kasus tersebut. Pemberitaan itu menimbulkan keresahan dari masyarakat. Ditambah dengan adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*e-word of mouth*) secara elektronik sebagai media penyalur yang lebih efisien untuk menyuarakan opini karena cakupannya lebih luas serta lebih mudah dijangkau.

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 pemerintah pusat dalam menangani kebocoran data. Dengan pendekatan teoritis *Social Mediated Crisis Communication Model* (SMCC), penelitian ini menguji pengaruh antara variabel X^1 dan Variabel X^2 terhadap variabel Y. Populasi penelitian ini adalah pengguna media sosial berusia 18 sampai 35 tahun, dengan teknik sampel *non-probability sampling* pada 100 orang, baik laki-laki maupun perempuan yang pernah mendapat terpaan berita kebocoran data. Hasil penelitian menunjukkan terpaan berita kebocoran data dan terpaan *negative e-word of mouth* berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan. Selanjutnya diketahui bahwa nilai koefisien $X1$ bernilai -0,527 dan variabel $X2$ bernilai -0,719, yang artinya bahwa terpaan berita kebocoran data ($X1$) dan terpaan *negative e-word of mouth* ($X2$) berpengaruh negatif terhadap tingkat kepercayaan masyarakat. Dengan temuan ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi terpaan berita kebocoran data yang diterima oleh masyarakat dan semakin tinggi terpaan *negative w-word of mouth* maka akan semakin turun tingkat kepercayaannya.

Kata Kunci : Terpaan Berita, Kebocoran Data, Kepercayaan Masyarakat, Kemenkominfo, Terpaan E-Word of Mouth

PENDAHULUAN

Kepercayaan menjadi aspek yang berpengaruh terhadap jalannya kebijakan, peraturan, dan tata kelola yang ditetapkan oleh pemerintah. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dipengaruhi oleh bagaimana pemerintah menyelesaikan krisis tersebut. Berdasarkan data dari Edelman Trust Barometer 2021, pemerintah mendapat kepercayaan lebih rendah dibandingkan dengan bisnis dan NGOs (*non-government office*).

Berdasarkan data Indonesia Political Opinion, Kementerian Komunikasi dan Informatika 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 Kemenkominfo adalah akibat banyaknya kasus kebocoran data yang tidak terselesaikan dengan baik.. 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. 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 kebocoran data ini. 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. Pemberitaan mengenai 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 isu mengenai kebocoran juga menciptakan adanya *negative electronic word of mouth* di media social yang berisi ulasan, keluhan, komentar, dan kekecewaan terhadap Kemenkominfo.

RUMUSAN MASALAH

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. 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 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 Pemerintah Pusat dalam Menangani Kasus Kebocoran Data?”**

KERANGKA TEORI

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).

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).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori. Subjek pada penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan berusia 18-35 tahun, aktif menggunakan media social dan pernah mendapat terpaan berita kebocoran data. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber seperti buku,

jurnal, berita, artikel, internet, media social, dan sumber lainnya.

Dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis, peneliti menempuh beberapa tahap diantaranya adalah editing, coding, dan tabulasi. Selanjutnya, dilakukan uji validitas untuk mengetahui ketepatan alat ukur serta uji reabilitas untuk melihat apakah alat pengukur dapat dipercaya (memiliki tingkat kepercayaan tinggi). Tahap berikutnya, setelah data sudah dikumpulkan dan diklasifikasikan, data akan diukur menggunakan uji statistic Regresi Linier Berganda untuk menguji hipotesis. Regresi linier berganda merupakan suatu model di mana variabel tidak bebas (dependen) tergantung pada dua atau lebih variable 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).

UJI HIPOTESIS

Uji F

	F-Statistik	Sig.	kesimpulan
Nilai	36,027	000	Signifikan
Daerah kritis H_0 ditolak jika $p\text{-value} < \alpha =$			

0,05

Berdasarkan table Uji F, nilai sig. sebesar $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa X1 dan X2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y.

Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	42.144	2.879	14.639	.000
	X1	-.527	.235	-.307	.027
	X2	-.719	.262	-.376	.007

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel Uji T dapat diketahui bahwa nilai sig. untuk X1 sebesar $0,027 < 0,05$, jadi H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel X1 secara individual terhadap Y. Sedangkan X2 mempunyai nilai sig. sebesar $0,007 < 0,05$ sehingga H_0

ditolak. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel X2 secara individual terhadap Y. Berdasarkan tabel juga dapat dibentuk suatu persamaan regresi sebagai berikut.

$$\hat{Y} = 42,144 - 0,527 X1 - 0,719 X2 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa variabel X1 (Terpaan Berita Kebocoran Data) dapat menurunkan nilai variabel Y (Tingkat Kepercayaan terhadap Pemerintah Pusat). Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien X1 yang bernilai negatif, sehingga setiap X1 meningkat satu satuan maka akan menurunkan nilai Y sebesar 0,527 atau 52,7%. Sedangkan variabel X2 (Terpaan Negatif *E-word of Mouth*) dapat menurunkan variabel Y (Tingkat Kepercayaan terhadap Pemerintah Pusat), hal tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien X2 yang bernilai negatif sehingga setiap X2 meningkat satu satuan, maka akan menurunkan nilai Y sebesar 0,719 atau 71,9%.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.653 ^a	.426	.414	5.62208
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Pada tabel model summary diperoleh nilai (R^2) sebesar 0,426. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan mempengaruhi Y sebesar 42,6%, sedangkan sisanya 57,4% Y dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan temuan hasil uji hipotesis, terpaan berita kebocoran data dan terpaan *negative e-word of mouth* berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,00 dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,426 sehingga dapat diartikan bahwa variabel X1 dan X2 secara Bersama-sama mempengaruhi Y sebesar 42,6%. Berdasarkan persamaan regresi dapat diketahui bahwa terpaan berita kebocoran data dan terpaan *negative e-word of mouth* berpengaruh negative terhadap tingkat kepercayaan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien X1 yang bernilai negative sehingga setiap X1 meningkat satu satuan maka akan menurunkan nilai Y sebesar 0,527 atau 52,7% dan variabel X2 bernilai negatif sehingga setiap X2 meningkat satu satuan, maka akan menurunkan nilai Y sebesar 0,719 atau 71,9%.

Hal tersebut sesuai dengan Model SMCC yang digunakan pada beberapa penelitian sebelumnya, di mana 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). Sumber informasi merupakan tempat asal krisis informasi baik organisasi yang mengalami krisis atau pihak ketiga seperti konten kreator atau media social dari jurnalis/media massa yang berpengaruh. Dalam penelitian ini, berita dan *negative e-word of mouth* merupakan sumber informasi dari krisis kebocoran data. Transmisi informasi negative mengenai kebocoran data yang diperoleh dari terpaan informasi di media social menimbulkan respon negative berupa ketidakpercayaan terhadap pihak yang mengalami krisis yakni Kemenkominfo. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil penelitian yang memperlihatkan bahwa semakin tinggi terpaan pemberitaan kebocoran data dan terpaan *negative e-word of mouth* melalui media social yang diterima masyarakat maka semakin rendah tingkat kepercayaannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingginya terpaan berita

kebocoran data dan terpaan *negative e-word of mouth* di media social dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah pusat dalam menangani kasus kebocoran data.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini telah membuktikan hipotesa penelitian yaitu memperlihatkan variable terpaan berita kebocoran data (X1) dan terpaan *negative e-word of mouth* memiliki pengaruh negative terhadap tingkat kepercayaan masyarakat. Dengan demikian pernyataan penelitian tentang Pengaruh Terpaan Berita Kebocoran Data Penduduk Dan Terpaan *Negative E-Word Of Mouth* Di Media Sosial Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Pemerintah Pusat Dalam Menangani Kasus Kebocoran Data telah terjawab bahwa Terpaan Berita Kebocoran Data Penduduk Dan Terpaan *Negative E-Word Of Mouth* Di Media Sosial berpengaruh Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi terpaan berita kebocoran data yang diterima oleh masyarakat dan semakin tinggi terpaan negatif *e-word of mouth* maka akan semakin turun tingkat kepercayaan masyarakat pada

pemerintah

2. Temuan penelitian mengkonfirmasi sesuai dengan studi sebelumnya bahwa semakin gencar komunikasi negatif dari mulut ke mulut (*e-word of mouth*) di masyarakat maka akan semakin rendah kepercayaan masyarakat.
3. Temuan penelitian menghasilkan data baru bahwa terpaan berita kebocoran data dan *negative e-word of mouth* berpengaruh negative terhadap tingkat kepercayaan.

SARAN

Bagi kemenkominfo

1. Kemenkominfo disarankan untuk menjalin hubungan baik dengan media massa agar ketika terjadi suatu krisis seperti kebocoran data, pihak media dapat memverifikasi dahulu kebenaran suatu berita dan dapat memberitakannya sesuai fakta tanpa dilebih-lebihkan sehingga mengurangi potensi penyebaran berita negative yang menuai kehebohan public.
2. Berdasarkan data, 75% responden mengetahui pemberitaan mengenai tanggapan Menkominfo Johnny G. Plate yang menuai kontroversi. Oleh karena itu, Kemenkominfo disarankan untuk memiliki juru bicara berkompeten yang dapat membantu serta menjadi perantara

komunikasi Kemenkominfo kepada masyarakat dan media sehingga apa yang disampaikan kepada public tidak menjadi kontroversi dan menjadi buah bibir masyarakat.

3. Kemenkominfo memiliki nilai yang rendah dalam aspek kapasitas, kapabilitas, dan transparansi. Oleh karena itu, Kemenkominfo disarankan untuk menggunakan media sosial secara efektif untuk menangani krisis dan berkomunikasi dengan publik selama dan setelah krisis serta memantau masalah krisis, memupuk hubungan kritis, dan menciptakan transparansi.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi adalah kurang dari 50% maka dapat dikatakan bahwa terdapat variable lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat yang perlu diteliti. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan variabel lain dalam meneliti pengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat. Variabel lain yang peneliti sarankan diantaranya adalah persepsi kinerja, citra, kompetensi komunikasi juru bicara pemerintah, kualitas pelayanan, reputasi, dan lainnya. Kemudian disarankan untuk menggunakan populasi berbeda

sehingga dapat menjangkau responden yang jauh lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alyusi, S.D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Austin, L. L., & Jin, Y. (Eds.). (2018). *Social media and crisis communication*. New York: Routledge.
- Charnley, Mitchel V. (1975). *Reporting 3rd Edition*. New York: Holt-Reinhart & Winston
- Dwiyanto, A. (2011). *Mengembalikan Kepercayaan Publik Melalui Reformasi Birokrasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rachbini, W., Sumarto, A.H., Rachbini, D.J. (2018). *Statistika Terapan: Cara Mudah dan Cepat Menganalisis Data*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Jurnal:

- Anggriani. (2021). *Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi dalam*

- Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif*. DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum Volume 19 Nomor 2 Desember 2021 hlm: 149-165
- Aswandi, dkk. (2020). *Perlindungan Data dan Informasi Pribadi Melalui Indonesia Data Protection System*. Jurnal Legislatif Volume 3 Nomor 2
- Cheng, Y. (2018). *How social media is changing crisis communication strategies: Evidence from the updated literature*. Journal of contingencies and crisis management, 26(1), 58-68.
- Cheng, Y. (2020). *The social-mediated crisis communication research: Revisiting dialogue between organizations and publics in crises of China*. Public relations review, 46(1), 101769.
- Djaenab. (2022). *Tinjauan Yuridis Perlindungan Data Pribadi Terkait Kebocoran Data Dalam Ruang Cyber Crime*. PETITUM, Vol. 10, No.1, April 2022
- Fatimah, Nurul. 2020. "Pengaruh Media Sosial, Electronic Word Of Mouth, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Toko Poeniko Batik Pekalongan". Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Fatma, I. (2018). *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*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Goyanes, M. (2019). *Antecedents of Incidental News Exposure: The Role of Media Preference, Use and Trust*. Journalism Practice, 1–16. doi:10.1080/17512786.2019.1631
- Hisbullah. (2021). Urgensi Rancangan Undang-undang Perlindungan Data Pribadi. Jurnal Hukum UNISSULA Volume 37 No. 2, Desember P-ISSN: 1412-2723
- Huang, Q. (2021). *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*. Asian Journal of Communication, 31(2), 144–159. doi:10.1080/01292986.2021.1892787
- Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. (2014). *Examining the role of social media in effective crisis management: The effects of crisis origin, information form, and source on publics' crisis responses*. Communication Research, 41, 74–94. <https://doi.org/10.1177/009365021423918>.
- Melinda, dkk. (2021). *Citra Tokopedia Pasca Tersandung "Data Pelanggan Bocor" dalam Kompas.com dan CNBC Indonesia*. Jurnal e-Komunikasi Vol 9 No 2
- Nanditya Prameswari. (2020). *Pengaruh Terpaan Media, Electronic Word of Mouth, dan Citra Destinasi Museum De' Tjolomadoe dalam Akun @detjolomadoe_official dengan Keputusan Berkunjung Followers "Studi Kuantitatif Pengaruh Terpaan Media, Electronic Word of Mouth, dan Citra Destinasi Museum De' Tjolomadoe dalam Akun @detjolomadoe_official dengan Keputusan Berkunjung Followers Tahun 2019"*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Naufal. (2020). *Tanggung Jawab PT. Tokopedia dalam Kasus Kebocoran Data Pengguna*. Jurnal Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia

- Nugroho, I., Pratiwi, R., & Az Zahro, S. (2021). *Optimalisasi Penanggulangan Kebocoran Data Melalui Regulatory Blockchain Guna Mewujudkan Keamanan Siber di Indonesia*. *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal*, 1(2)
- Nulhusna, R., Sandhyaduhita, P. I., Hidayanto, A. N., & Phusavat, K. (2017). *The relation of e-government quality on public trust and its impact on public participation*. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 11(3), 393–418. doi:10.1108/tg-01-2017-0004
- Putra, Y. R. A., & Pradekso, T. (2016). *The Relation of Curanmor News Online Exposure and the Frequency of Curanmor Word of Mouth with the Alertness Level of Students Motorcyclists In Tembalang*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Putri, dkk. (2020). *The Prevention of Consumer Data Leakage Through Legalization of The Personal Data Protection Bill (E-Commerce Bhinneka.com Case Study)*. Procceding: Call for Paper 2nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era
- Prihantoro, dkk. (2022). *Terpaan Media dan Electronic Word of Mouth dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Destinasi Wisata di Balikpapan*. *Jurnal Pewarta Indonesia* Vol 4 No 1
- Rahmania, dkk. (2021). *Pengaruh Terpaan Berita Tentang Kebocoran Data Pengguna Tokopedia dan Aktivitas Word of Mouth Terhadap Tingkat Kepercayaan Dalam Menggunakan Tokopedia*. *Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*
- Strauß, N., & van der Meer, T. G. L. A. (2017). *News media coverage and initial public offerings in Germany: explaining flotation performance*. *Corporate Communications: An International Journal*, 22(4), 523–541. doi:10.1108/ccij-04-2017-0028
- Vauzan. (2022). *Pengaruh Terpaan Pesan Akun Instagram, Facebook Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Followers Akun Instagram, Facebook kopi siippid dan electronic word of mouth)*. *Jurnal Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Zephira. (2021). *Terpaan Berita Tentang Gangguan Jaringan IndiHome dan Brand Image di Twitter Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Mengenai Layanan IndiHome*. *Jurnal Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.

Internet

- Burhan, F.A. (2021). *Instagram Buat Fitur Deteksi Usia dan Batasi Akses Pengguna Remaja*. Retrieved from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6052d41faf0b5/instagram-buat-fitur-deteksi-usia-dan-batasi-akses-pengguna-remaja>
- Dewi, I.R. (2021). *Contoh Data yang Bocor Valid, Masyarakat Pantas Khawatir*. Retrieved from <https://tekno.sindonews.com/read/433498/207/contoh-data-yang-bocor-valid-masyarakat-pantas-khawatir-1621577157>
- Iswara, M.A. (2021). *Perlindungan Data Pribadi Lemah, Kebocoran Data Merajalela*. Retrieved from <https://tirto.id/gjH6>
- Setyowati, D. (2020). *91 Juta Data Pengguna Tokopedia yang Bocor Masih Bisa Diunduh Gratis*. Retrieved from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6052d41faf0b5/instagram-buat-fitur-deteksi-usia-dan-batasi-akses-pengguna-remaja>

[yowati/digital/5f01708894956/91-juta-data-pengguna-tokopedia-yang-bocor-masih-bisa-diunduh-gratis](https://yowati.digital/5f01708894956/91-juta-data-pengguna-tokopedia-yang-bocor-masih-bisa-diunduh-gratis)

Annur, C.M. (2020). *Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia?*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>

Setyowati, D. (2018). *LIPi: 60% Anak Muda Akses Berita Politik Lewat Media Sosial*. Retrieved from <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a55e40ff3a/lipi-60-anak-muda-akses-berita-politik-lewat-media-sosial>

Suyudi, T. (2022). *Begitu Upaya Pemerintah Indonesia Cegah Kebocoran Data*. Retrieved from <https://www.itworks.id/50871/begitu-upaya-pemerintah-indonesia-cegah-kebocoran-data.html>

Yusuf (2022). *Menkominfo: RUU PDP Disahkan, Kominfo Awasi Tata Kelola Data Pribadi PSE*. Retrieved from <https://aptika.kominfo.go.id/2022/09/menkominfo-uu-pdp-disahkan-kominfo-awasi-tata-kelola-data-pribadi-pse/>

<https://patrolisiber.id/>