

## BAB II

### KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu sebagai referensi untuk melengkapi penelitian peneliti. Penelitian terdahulu didapat dari 3 jurnal dan 1 skripsi terdahulu. Pada penelitian terdahulu dipetakan untuk membahas topik mengenai terpaan berita kebocoran data (X) dengan perhatian privasi masyarakat (Y).

##### 2.2.1 Terpaan Berita

Terpaan berita mengenai kebocoran data dibuktikan oleh Rahmania *et al* (2021), yang meneliti mengenai pengaruh terpaan berita tentang kebocoran data pengguna Tokopedia dan aktivitas *word of mouth* terhadap tingkat kepercayaan dalam menggunakan Tokopedia. Penelitiannya dilakukan kepada 60 responden berusia 17 hingga 35 tahun yang pernah menggunakan aplikasi Tokopedia dan pernah melihat, membaca, atau mendengar berita terkait kebocoran data Tokopedia 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan berita terkait kebocoran data Tokopedia memiliki pengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan dalam menggunakan Tokopedia.

Penelitian tersebut selaras dengan penelitian milik Christabel (2021), yang meneliti untuk melihat adanya hubungan terpaan berita media *online* tentang kebocoran data dengan reputasi Tokopedia, serta untuk mengetahui seberapa besar hubungan terpaan berita kebocoran data terhadap reputasi Tokopedia. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara terpaan media *online* tentang kebocoran data pengguna terhadap reputasi Tokopedia.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh terpaan berita disusun dengan menggunakan teori dependensi efek komunikasi massa. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sari (2014). Penelitiannya yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh terpaan berita mengenai kasus pembunuhan pada remaja di media massa dan intensitas komunikasi orang tua dengan anak terhadap tingkat kecemasan orang tua atas keamanan anaknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan berita kasus pembunuhan terhadap kecemasan orang tua atas keamanan anaknya sebesar 20,3%.

### **2.2.2 Perhatian Privasi**

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Soraya (2019), meneliti terkait apakah faktor- faktor terkait isu privasi berpengaruh terhadap sikap perlindungan yang dilakukan oleh pengguna media sosial. Penelitian ini menggunakan uji model “*Antecedents - Privacy Concerns - Outcomes*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh kesadaran privasi terhadap perhatian privasi pribadi seseorang. Berbeda dengan pengaruh, kesadaran privasi memiliki hubungan positif dengan variabel perhatian privasi. Selain itu, tidak terdapat pengaruh perhatian informasi pribadi terhadap perilaku perlindungan informasi pribadi.

Penelitian yang dilakukan oleh Benamati *et al.* (2017) meneliti terkait pengaruh kesadaran privasi dan variabel demografis (usia, jenis kelamin) tentang perhatian terhadap privasi informasi atau *concern for information privacy* (CFIP).

Penelitian ini juga hubungan *CFIP* dengan perilaku perlindungan privasi dan menggabungkan kepercayaan dan risiko ke dalam model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran privasi dan gender merupakan penjelasan penting untuk *CFIP*, yang menjelaskan perilaku melindungi privasi. Penelitian ini memiliki relevansi yaitu pada perhatian privasi. Dimana penelitian ini memiliki empat dimensi dalam mengukur perhatian privasi diantaranya *collection, error, secondary use* dan *improper access*.

### **2.1.2 Kebaruan Penelitian**

Beberapa penelitian sudah mengkaji mengenai terpaan berita kebocoran data. Kebanyakan penelitian terdahulu mengkaji variabel (X) dengan variabel lainnya. Namun, peneliti belum menemukan penelitian terdahulu yang membahas terpaan berita kebocoran data (X) secara signifikan dengan perhatian privasi (Y). Peneliti juga ingin menerapkan teori dependensi efek komunikasi massa untuk dapat membuktikan pengaruh terpaan berita yang dalam penelitian ini merupakan terpaan berita terkait kebocoran data pribadi.

## **2.2 Teori dan Konsep**

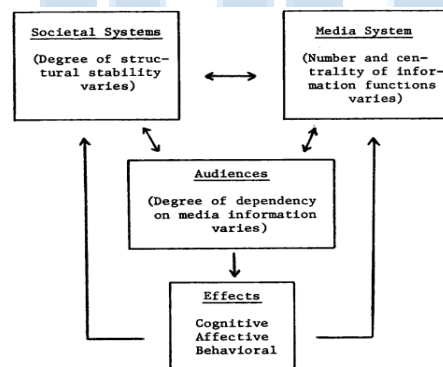
### **2.2.1 Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa**

Teori ini mulanya dikemukakan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur pada tahun 1976 yaitu "*A Dependency Model or Mass-Media Effects*". Mereka menunjukkan perbedaan antara dampak media massa terhadap individu dan dampak media massa terhadap masyarakat. Dependensi didefinisikan didefinisikan sebagai hubungan di mana pencapaian suatu tujuan atau kepuasan

kebutuhan satu pihak bergantung pada sumber daya pihak lain. Ball-Rokeach dan DeFleur mendefinisikan hubungan tripartit antara khalayak, media dan sistem sosial yang mempelajari efek yang diberikan media terhadap khalayak dan sistem sosial (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Teori ini berfokus pada tingginya tingkat ketergantungan audiens terhadap media massa dalam masyarakat industri perkotaan (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Menurut Lin, di era industri yang sensitif terhadap informasi ini, individu cenderung mengandalkan media untuk memenuhi kebutuhannya (Lin, 2015).

Pada dasarnya, teori ini merupakan sebuah pendekatan struktur sosial di mana media massa dianggap memiliki informasi dalam proses perubahan, pemeliharaan, perubahan dan konflik di tingkat masyarakat. Maka dari itu, khalayak menjadi tergantung pada media (Qadaruddin, 2013). Secara umum, besarnya pengaruh media berkaitan dengan tingkat ketergantungan individu dan sistem sosial terhadap media (Lin, 2015)

Gambar 2.1 Hubungan Media dan Masyarakat menurut Teori Dependensi Efek Media Massa



Sumber: Ball-Rokeach dan DeFleur, 1976

Menurut Ball-Rokeach & DeFleur (1976) terdapat tiga jenis efek potensial yang dihasilkan yaitu:

1. Efek kognitif, ketika orang menjadi sangat tergantung pada media massa terkait informasi yang mereka butuhkan untuk mengatasi ambiguitas, media tidak memiliki kekuatan untuk menentukan secara seragam isi yang tepat dari interpretasi atau definisi dari yang dibangun oleh setiap orang. Namun, dengan mengontrol informasi apa yang disampaikan dan tidak serta bagaimana informasi tersebut disajikan, media dapat memainkan peran besar dalam jangkauan interpretasi yang dapat diterima oleh publik. Di zaman berbasis informasi saat ini, ambiguitas menjadi hal yang sering terjadi akibat kekurangan ataupun kelebihan informasi. Cara untuk mengatasi ambiguitas ini adalah dengan mengontrol informasi apa yang dikomunikasikan dan bagaimana informasi tersebut tersedia untuk publik. Dengan demikian, media memainkan peran penting dalam meminimalkan interpretasi publik.

Efek kognitif kedua yaitu efek kognitif yang ketika khalayak sangat bergantung pada sumber informasi media untuk mengikuti dunia mereka yang berubah adalah pembentukan sikap. Serta Efek kognitif ketiga berpusat di sekitar peran media dalam *agenda settings*. Setiap khalayak akan membuat agenda tersendiri seperti pengalaman, keterampilan sosial, kepribadian. Namun, lingkungan membentuk klasifikasi yang berbeda dan perbedaan kepribadian individu juga mempengaruhi apa yang mereka representasikan. Charles H. Cooley

dalam (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976) menyatakan bahwa gagasan sistem pengetahuan dan kepercayaan orang berkembang ketika mereka belajar tentang orang lain, tempat dan benda melalui media massa.

2. Efek afektif, merupakan ketakutan, kecemasan dan pemicu-kesenangan adalah ilustrasi efek afektif yang bisa diteliti sebagai akibat dari paparan berlebihan terhadap informasi pesan media.
3. Efek perilaku, merupakan perilaku, tindakan atau kegiatan yang timbul sebagai konsekuensi dari menerima pesan media.

Teori dependensi media juga sering disebut sebagai teori ketergantungan media, di mana seseorang menjadi semakin bergantung pada media massa untuk memenuhi kebutuhannya, peran media massa dipandang semakin penting dan peran media massa memberikan dampak yang signifikan bagi seseorang tersebut. Tingkatan ketergantungan media dipengaruhi oleh kapasitas media, kebutuhan individu, stabilitas sosial dan sifat psikologis individu (Angraini, 2020).

Peneliti memilih teori dependensi efek komunikasi massa dikarenakan teori ini memiliki gagasan bahwa semakin seseorang bergantung pada media massa dalam memenuhi kebutuhannya maka media massa akan berperan sangat penting bagi kehidupan seseorang tersebut. Maka dari itu, teori ini dapat menjelaskan bahwa media massa akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap diri seseorang.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.2.2 Terpaan Media

Wahjuwibowo dalam bukunya “Pengantar Jurnalistik” menyatakan berita merupakan Laporan fakta atau opini yang menarik atau penting bagi pembaca, disampaikan tepat waktu. “Segala sesuatu” yang dilaporkan hanya yang penting dan menarik, serta harus disampaikan dengan tepat waktu (Wahjuwibowo, 2015).

Terdapat empat fungsi utama dari pemberitaan, Alexis dalam (Nurudin, 2014) memaparkan sebagai berikut:

1. Memberikan informasi, media berfungsi untuk memberitakan informasi dari kejadian atau peristiwa
2. Mendidik, media berfungsi untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi pembaca secara efektif.
3. Mempersuasi, pemberitaan berfungsi untuk mempengaruhi khalayak dalam mengambil keputusan atau menentukan tingkah laku di dalam masyarakat.
4. Memberi hiburan, pemberitaan berfungsi untuk menghibur masyarakat melalui berita yang disampaikan.

Terpaan media dapat dialami seseorang dikarenakan keterbukaan seseorang terhadap suatu pesan yang disampaikan oleh media secara mendalam. Adanya penggunaan media dan pengonsumsi berita menjadi salah satu alasan terjadinya efek yang ditimbulkan seseorang terkena terpaan media.

Menurut Ardianto *et al.*, terpaan media adalah kegiatan melihat, mendengar dan membaca pesan media atau memiliki perhatian dan pengalaman terhadap suatu pesan yang dapat menjangkau individu atau kelompok (Ardianto *et*

al., 2015). Disisi lain, Shore mengatakan terpaan media merupakan suatu kegiatan melihat, mendengarkan dan membaca sebuah pesan media massa atau khalayak yang mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut (Sudargo, 2017).

Terdapat lima karakteristik terpaan media dari jenis penggunaan media yang dikemukakan oleh (Abiocca, 1988), di antaranya:

1. Kemampuan memilih (*Selectivity*), khalayak memilih secara selektif media yang akan digunakan,
2. Pemanfaatan (*Utilitarianism*), khalayak memiliki tingkat pilihan tertentu dalam kepuasan kebutuhan dan motif individu yang jelas.
3. Kesengajaan (*Intentionality*), tingkat kesengajaan khalayak menggunakan media bergantung pada tujuan masing-masing pengguna. Kesengajaan ini didorong oleh skema penataan informasi yang masuk, konsumsi dan perhatian. Pola konsumsi ini juga mencakup kepribadian, motivasi dan struktur proses kognitif khalayak individu.
4. Keterlibatan (*Involvement*), khalayak memiliki pemikiran dan perasaan terkait penggunaan media. Pada tahap ini muncul tingkat gairah afektif, tingkat organisasi kognitif dan penataan informasi.
5. Tahan terhadap pengaruh (*Unimperviousness to influence*), khalayak tidak dapat dengan mudahnya terpengaruh oleh media. Pada tahap ini tujuan kegiatan mengacu pada tingkat yang membatasi audiens, mempengaruhi, dan mengendalikan efek media.



Menurut Rosengren terpaan media merupakan penggunaan media yang terdiri dari waktu yang dihabiskan di berbagai media, jenis konten media yang dikonsumsi, hubungan antara individu sebagai konsumen media dengan isi konten media serta hubungan individu sebagai konsumen media dengan isi konten media atau dengan media secara menyeluruh (Rakhmat, 2012).

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media, baik menurut jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan (Ardianto *et al.*, 2015).

- Frekuensi

Frekuensi yang dimaksud adalah untuk & mengukur seberapa sering khalayak menggunakan media. Frekuensi penggunaan media mengukur seberapa kali khalayak menggunakan media dalam seminggu, berapa kali seminggu khalayak menggunakan media dalam sebulan, serta berapa kali sebulan khalayak menggunakan media dalam satu tahun. Dari ketiga pola tersebut, frekuensi yang paling sering dilakukan adalah frekuensi harian (Ardianto *et al.*, 2015). Terpaan media dapat diukur dengan frekuensi seseorang bermedia seperti membaca majalah atau surat kabar, menonton televisi dan mendengarkan radio, melihat jumlah waktu dan jenis isi media yang di konsumsi, serta mencari data tentang penggunaan media dari jenis media (Putro & Haryani, 2021). Menurut Alyus, frekuensi seseorang menggunakan media sebanyak 3 kali dalam seminggu dan 12 kali dalam 1 bulan

khalayak berinteraksi dengan media massa (Gussman & Wulandari, 2019).

- Durasi

Durasi yang dimaksud adalah untuk mengukur waktu yang digunakan khalayak dalam menggunakan atau mengonsumsi isi konten media. Menurut Ardianto *et al.* (2015) durasi penggunaan media menghitung berapa lama sehari khalayak bergabung dalam media dalam hitungan jam atau menit. Menurut Aylus, durasi seseorang dalam mengakses atau membaca berita di media paling tinggi dapat diukur selama 10 menit dalam mengonsumsi dan menggunakan isi pesan yang ada di media (Gussman & Wulandari, 2019).

Frekuensi dan durasi memiliki hubungan antara khalayak dengan isi media mengarah pada atensi atau perhatian khalayak dengan media (Tusan *et al.*, 2019).

- Atensi

Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi diperoleh melalui persepsi, memori dan proses kognitif lainnya (Tusan *et al.*, 2019). Selain itu, atensi merupakan tingkat perhatian dalam menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan media (Rizki & Pangestuti, 2017).

Konsep terpaan media menjadi konsep utama yang penting dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan konsep terpaan media menjelaskan variabel independen dalam penelitian ini yaitu terpaan tingkat terpaan berita dengan variabel dependen yaitu tingkat perhatian privasi. Terpaan media merupakan variabel bebas dalam teori efek media massa dan seberapa jauh terpaan dapat terjadi dengan level individu seseorang serta faktor kontekstual (Putro & Haryani, 2021). Dari paparan indikator diatas, peneliti mengukur variabel terpaan media dengan frekuensi, atensi dan durasi seseorang dalam mengakses berita kebocoran data pribadi. Hal ini juga dapat menjadi bukti pada hasil penelitian untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh terpaan berita kebocoran data pribadi terhadap perhatian privasi mahasiswa di DKI Jakarta.

### **2.2.3 Perhatian Privasi**

Privasi didefinisikan sebagai hak untuk menentukan nasib sendiri mengenai pemberian data, yaitu setiap pengguna harus dapat mengontrol berapa banyak informasi pribadi yang bersedia dia berikan kepada siapa dan untuk tujuan apa (Bergmann, 2009). Menurut Smith *et al.* privasi informasi terbagi menjadi empat definisi yakni sebagai hak asasi manusia, privasi sebagai akses yang terbatas, privasi sebagai komoditas dan privasi sebagai kemampuan untuk mengendalikan informasi tentang diri sendiri (Smith *et al.*, 2011).

Perhatian privasi didefinisikan sebagai perspektif pribadi dan konsumen sebagai rasa kecemasan terkait privasi pribadi seseorang (Lanier & Saini, 2008) Perhatian privasi berfokus pada kekhawatiran yang dimiliki individu tentang siapa

yang memiliki akses ke informasi pribadi mereka dan bagaimana informasi tersebut akan digunakan (Tan *et al.*, 2012). Konsep perhatian privasi mengacu pada keyakinan individu tentang risiko dan potensi konsekuensi negatif yang terkait dengan berbagi informasi (Cho *et al.*, 2010; Zhou & Li, 2014).

Perhatian privasi ini mengacu pada fenomena *online* yang dianggap negatif seperti pencurian identitas *online*, penyalahgunaan data pribadi, atau penipuan yang disengaja dalam proses komunikasi (Dienlin & Trepte, 2015). Penggunaan teknologi telah menambah kebingungan dan kekhawatiran bahwa tidak ada privasi di dunia saat ini (Solove, 2014). Solove menyatakan adanya tantangan bahwa kenyataannya orang tidak mengerti apa itu privasi dan karenanya privasi sulit untuk dilindungi. Untuk melindungi privasi, penting bagi seseorang untuk memahami privasi (Solove, 2014).

Benamati *et al.* (2017) memaparkan *concern for information privacy* (CFIP) atau perhatian terhadap informasi privasi terdiri atas beberapa dimensi di antaranya:

1. *Collection*

Kekhawatiran bahwa sejumlah besar data yang dapat diidentifikasi secara pribadi sedang dikumpulkan dan disimpan di *database*.

2. *Errors*

Kekhawatiran berupa tindak lanjut pengecekan berbagai kesalahan data dan informasi pengguna.

### 3. *Secondary Use*

Kekhawatiran akan informasi yang diberikan oleh individu untuk suatu tujuan digunakan untuk tujuan lain atau tujuan sekunder tanpa izin terlebih dahulu dari individu.

### 4. *Improper Access*

Kekhawatiran akan keterbukaan akses terhadap data pribadi oleh pihak yang tidak berwenang untuk mengakses maupun berurusan dengan data individu.

Penelitian ini mengukur tingkat perhatian privasi melalui *concern for information privacy* (CFIP) melalui empat dimensi yaitu *collections*, *errors*, *secondary use* dan *improper access*. Melalui empat dimensi *concern for information privacy* (CFIP) oleh Bemanti *et al.* (2017) peneliti akan mengukur tingkat perhatian privasi (objek penelitian) terhadap (isu).

## 2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hal tersebut dikarenakan jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris dari pengumpulan data (Sugiyono, 2013). Terdapat dua macam hipotesis penelitian, yaitu hipotesis kerja yang dinyatakan dalam kalimat positif dan hipotesis nol yang dinyatakan dalam kalimat negatif (Sugiyono, 2013). Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini.

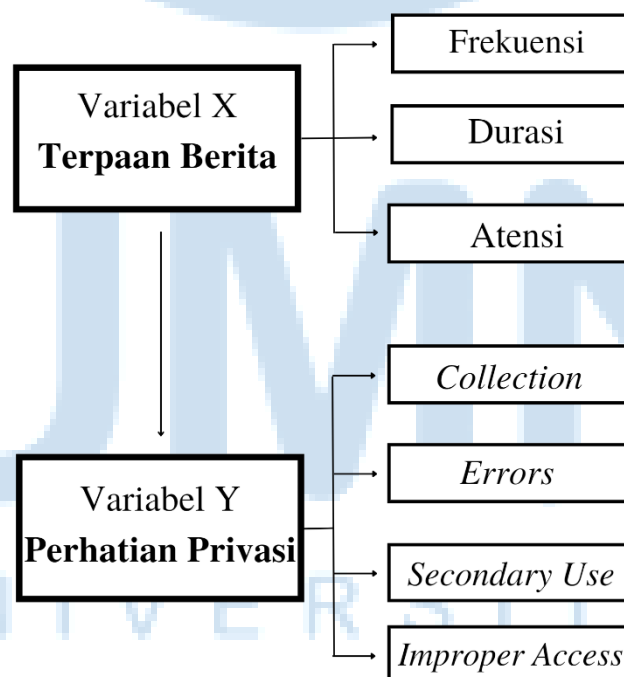
Ho: Tidak terdapat pengaruh terpaan berita terkait berita kebocoran data pribadi di media daring terhadap perhatian privasi mahasiswa di DKI Jakarta.

Ha: Terdapat pengaruh terpaan berita terkait berita kebocoran data pribadi di media daring terhadap perhatian privasi mahasiswa di DKI Jakarta.

## 2.4 Kerangka Konsep

Untuk menguji variabel X dan Y, maka terdapat beberapa dimensi untuk menguji penelitian ini. Pada variabel terpaan berita (X) terdapat 3 dimensi yaitu frekuensi, durasi dan atensi. Sedangkan, variabel perhatian privasi (Y) terdapat 4 dimensi yaitu *collection*, *errors*, *secondary use* dan *improper access*.

Tabel 2.1 Kerangka Konsep



Sumber: Peneliti, 2022