

**Signifikansi Informasi yang Berkualitas terkait Isu Kebocoran Data Privasi
terhadap Perilaku Khalayak
(Studi Eksplanatif Pengaruh Isu Kebocoran Data Tokopedia
Terhadap Khalayak)**

Azziza Ratri Pradina
(azzizarp@upnvj.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kasus kebocoran data privasi pengguna yang dialami oleh Tokopedia pada tahun 2020. Kebocoran data yang terjadi dapat menimbulkan kerugian bagi berbagai pihak, termasuk pihak perusahaan dan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara informasi berkualitas terkait kasus kebocoran data pengguna yang dialami oleh Tokopedia terhadap perilaku khalayak yang diteliti menggunakan teori atribusi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanasi dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel. Informasi kebocoran data diukur berdasarkan nilai kualitas yang dimiliki dan terdiri dari 4 ciri yaitu akurat (*accuracy*), tepat waktu (*timeless*), relevan (*relevancy*), dan lengkap (*complete*), sedangkan perilaku khalayak diukur menggunakan teori atribusi berdasarkan faktor internal maupun faktor eksternal yang memperhatikan prinsip konsensus, prinsip konsistensi, serta prinsip kekhasan. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga informasi berkualitas mengenai kebocoran data pengguna Tokopedia berpengaruh terhadap perilaku khalayak. Informasi mengenai kebocoran data pengguna Tokopedia yang diterima oleh khalayak memiliki kualitas yang baik dan perilaku yang ditunjukkan oleh khalayak dipengaruhi oleh faktor internal. Kesimpulan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa ada pengaruh antara informasi berkualitas terkait kebocoran data pengguna Tokopedia dengan perilaku khalayak dengan nilai 0,341 yang berada dalam tingkat hubungan yang rendah. Semakin tinggi kualitas informasi, maka semakin tinggi pula perilaku khalayak.

Kata kunci : Informasi Berkualitas, Kebocoran data, Tokopedia, Perilaku Khalayak

*Significance of Quality Information regarding Privacy Data Leakage Issues
on Audience Behavior
(Explanative Study of the Effect of Tokopedia's Data Leakage Issue
on the Audience)*

Azziza Ratri Pradina
(azzizarp@upnvj.ac.id)

ABSTRACT

This research is motivated by the case of user privacy data leakage experienced by Tokopedia in 2020. Data leaks that occur can cause losses to various parties, including the company and customers. This study aims to see the effect of quality information related to the case of user data leakage experienced by Tokopedia on the behavior of the audience studied using attribution theory. The method used in this study is a quantitative explanation with the aim of explaining the causal relationship between variables. Data leakage information is measured based on the quality value it has and consists of 4 characteristics, namely accurate (accuracy), timely (timeless), relevant (relevancy), and complete (complete). In contrast, audience behavior is measured using attribution theory based on internal and external factors, which pays attention to the principle of consensus, the principle of consistency, and the principle of distinctiveness. The results of this study explain that H_a is accepted and H_0 is rejected so that quality information about Tokopedia user data leakage affects audience behavior. Information regarding the leakage of Tokopedia user data received by the public is of good quality and the behavior shown by the audience is influenced by internal factors. The conclusion of this study explains that there is an influence between quality information related to the leakage of Tokopedia user data and the behavior of the audience with a value of 0.341 which is a low level of relationship. The higher the quality of information, the higher the audience's behavior.

Keywords: *Quality Information, Data Leakage, Tokopedia, Audience Behavior*