

BAB I

PENDAHULUAN

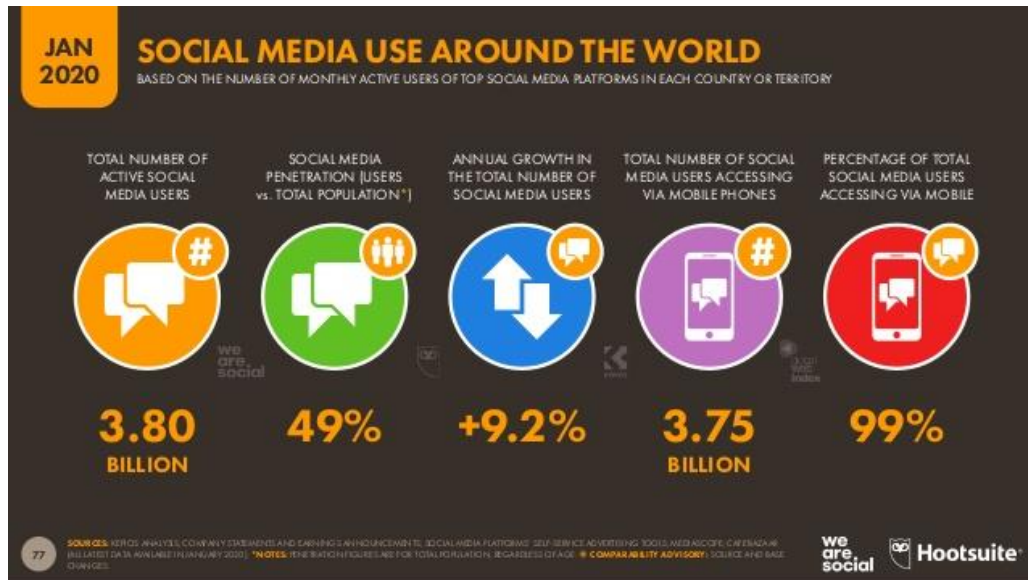
A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang kian pesat banyak memunculkan inovasi kreatif yang baru, sehingga muncullah teknologi. Perkembangan teknologi tidak lepas dari semakin banyak dan berkembangnya manusia di bumi yang bisa mendorong mobilitas serta kebutuhan manusia menjadi terpenuhi. Teknologi dapat mempermudah manusia melakukan pekerjaannya yang sulit terjangkau, termasuk dalam berkomunikasi. Teknologi sangat memberi kemudahan dalam berkomunikasi, menciptakan beberapa inovasi seperti smartpone, dengan ini sangat membantu manusia untuk saling berinteraksi satu sama lain. Didalam smartpone juga terdapat banyak aplikasi yang bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk bertukar kabar dan serta mendapatkan banyak informasi.

Dengan semakin berkembangnya teknologi, menjadikan siklus untuk bertukar informasi semakin cepat. Dari sinilah yang membuat manusia menjadi lebih aktif dalam dunia teknologi dengan semua kelebihan yang ada. Selain itu, internet juga berpengaruh dalam proses bertukarnya informasi disetiap harinya. Tak heran jika banyak bermunculan situs web untuk media sosial yang didesain agar manusia mudah untuk bertukar informasi. Seperti riset yang telah dilakukan oleh *We Are Social* yang mengungkapkan bahwa pengguna media sosial ditahun 2020 mencapai 3,8 milyar pengguna aktif. Dengan pertumbuhan lebih dari 9,2% setiap tahunnya.

Gambar 1.1

Pengguna media sosial di seluruh dunia



Sumber : <https://wearesocial.com/digital-2020> (diakses Rabu, 3 Februari 2021

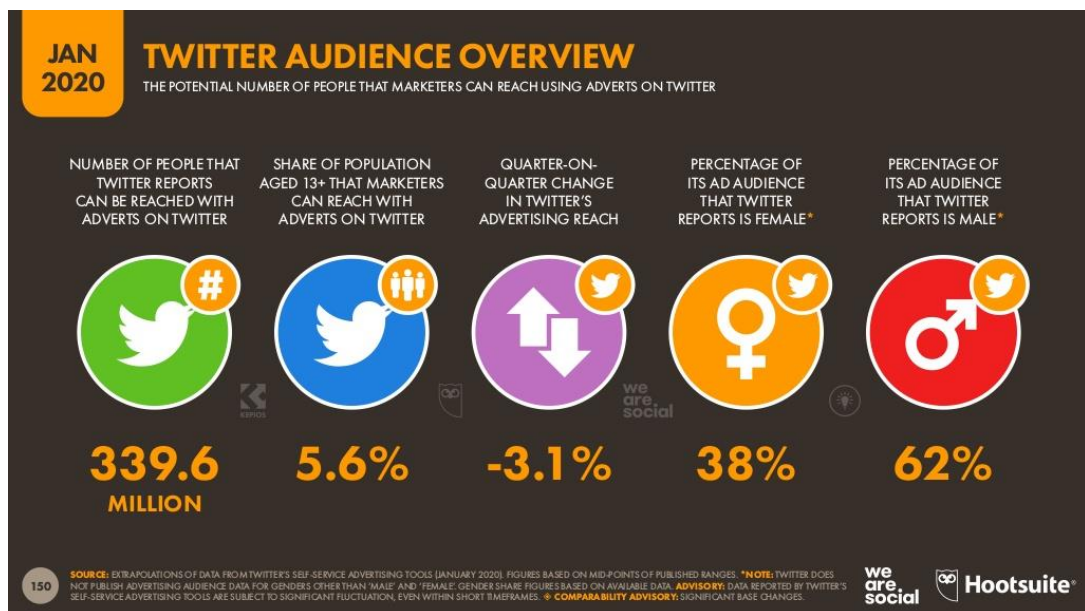
pukul 11.06)

Media sosial kini berkembang sebagai sarana untuk berkomunikasi satu sama lain seperti halnya *Twitter*. *Twitter* dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran seperti media promosi jasa ataupun produk yang akan dijual dipasaran, pastinya untuk berkicau di dalam aplikasi *Twitter*, dan *twitter* juga bisa menjadi tempat berkeluh kesah oleh penggunanya. Dalam beberapa tahun terakhir semenjak kemunculan *Twitter*, perkembangan inilah yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk menjadikannya sebagai alat promosi, berkeluh kesah ataupun juga hal lain yang bisa dimanfaatkan penggunanya sebagai media yang terbilang cukup besar ini. Diketahui dalam riset pada tahun

2020 yang telah dilakukan oleh *We Are Social* jumlah pengguna *Twitter* saat ini berjumlah 339,6 juta. *Twitter* dengan jumlah pengguna yang begitu banyak bisa memanfaatkan fungsinya dan membuat para pelanggannya setia menggunakan *Twitter*.

Gambar 1.2

Pengguna *Twitter* ditahun 2020



Sumber : <https://wearesocial.com/digital-2020> (diakses Rabu, 3 Februari 2021

pukul 11.32)

Twitter kini menjadi salah satu aplikasi populer di kalangan masyarakat. *Twitter* merupakan aplikasi yang menggunakan mikroblog jaring yang bertujuan untuk memudahkan pengguna mendapatkan dan membaca pesan yang berbasis teks sebanyak 140 karakter, tetapi di tanggal 7 November 2017 mengalami perubahan, sehingga bisa mengetik pesan mencapai 280 karakter yang yang biasa

disebut dengan cuitan atau *tweet*. *Twitter* berdiri karna empat sekawan yaitu Evan Williams, Jack Dorsey, Christopher “Biz” Stone, dan Noah Glass, di tahun 2006. Media sosial berbasis mikroblog ini dibangun setelah perusahaan rintisan gagal pada tahun 2005 yang dibangun oleh Glass dan Williams.

Twitter adalah salah satu tempat yang untuk melakukan promosi ataupun berkeluh kesah melalui cuitannya atau *tweet*nya, sama halnya yang dilakukan oleh akun *Twitter* @Dennysiregar7. Akun *Twitter* @Dennysiregar7 membuat *tweet* yang menghebohkan dunia maya terkhusus pada media sosial *Twitter*. Cuitan dari akun *Twitter* @Dennysiregar7 yang membuat heboh adalah tentang kebocoran data yang ia miliki. Kebocoran data tersebut diunggah sebuah akun yang kini akun tersebut hilang karena memosting hal yang bukan haknya. Akun tersebut mengaku telah membobol data diri dari Denny Siregar, yang berisikan alamat, nama lengkap, NIK, KK, perangkat dari Denny, no IMEI, dan lainnya. Termasuk data dari nomor Telkomsel yang telah ia daftarkan sebelumnya dan dengan keluhan yang ada pada akun *Twitter* @Dennysiregar7 sangat menyayangkan sekali tindakan dari oknum ini yang bisa masuk ke data pribadi pelanggan Telkomsel tersebut yang kemudian ia sebar di media sosial *Twitter*.

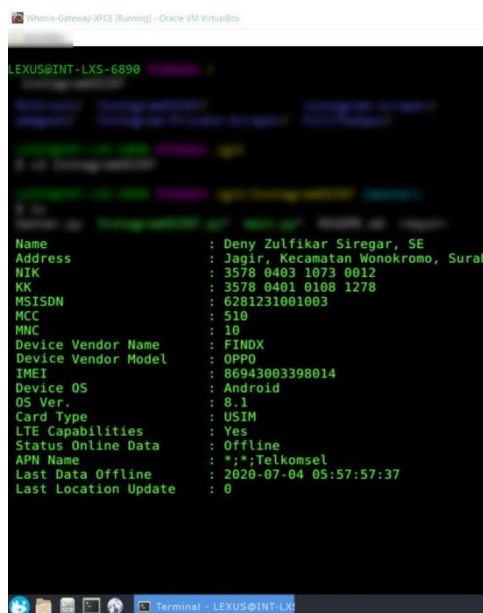
Tak hanya itu, kolom komentar pun juga banyak pro dan kontranya yang kemudian menimbulkan berbagai opini dari masyarakat. Dalam cuitannya, akun *Twitter* @Dennysiregar7 meminta pihak Telkomsel untuk segera memberikan penjelasan kepadanya mengapa itu bisa terjadi, jika tidak ada penjelasan ia akan mengancam untuk ke ranah hukum yang ada. Pada foto yang diunggah oleh akun misterius tersebut terlihat juga bahwa data nama APN yang ada adalah Telkomsel.

Ketika twit itu muncul yang memperlihatkan foto data dirinya, Denny Siregar sempat membantah bahwa itu datanya.

Telkomsel memiliki tanggung jawab besar terhadap data para pelanggannya, data pelanggan tidak dapat disebarluaskan dengan mudah, karena menyangkut kepentingan pribadi dan begitu berbahaya jika terjadi kecolongan seperti kasus tersebut. Telkomsel menegaskan siap bekerja sama untuk membantu serta berkoordinasi dengan pihak berwajib atau aparat penegak hukum serta seluruh pihak terkait jika terjadi dugaan peretasan data pelanggan pada sistem kami dan akan memprosesnya sesuai hukum yang berlaku (Kumparan, 2020).

Gambar 1.3

Data dari @DennySiregar7 yang bocor



Sumber: <https://twitter.com/Dennysiregar7/status/1279704498298994688/photo/1>

(diakses pada tanggal 13 April 2021)

Gambar 1.4

Cuitan *Twitter* @Dennysiregar7 tentang kebocoran datanya



Sumber : <https://twitter.com/dennysiregar7/status/1279744962259816448> (diakses pada 11 Februari 2021)

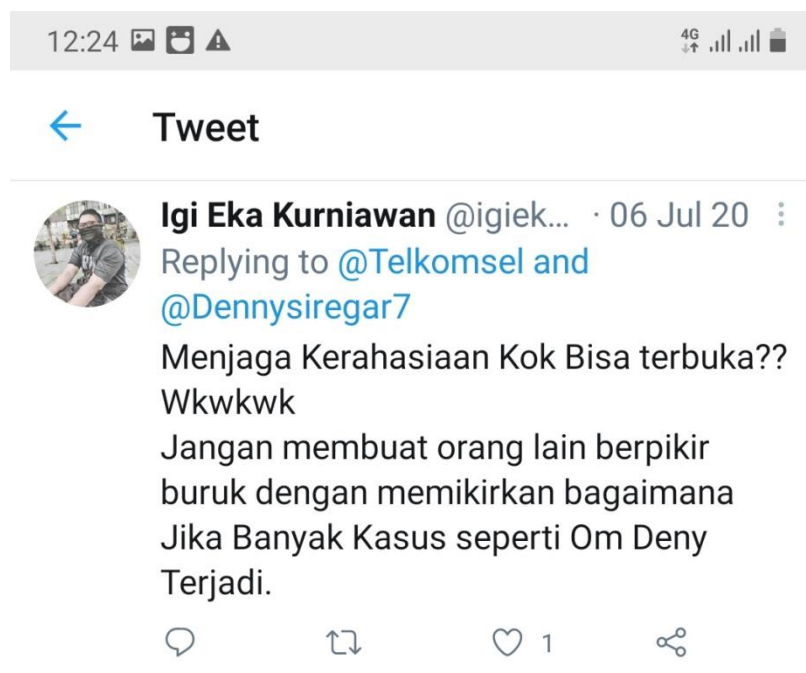
Akun *Twitter* @Dennysiregar7 juga mendapat dukungan dari para pengikutnya. Dukungan tersebut berupa motivasi mereka untuk segera menuntut pihak Telkomsel segera memberikan penjelasan mengenai kebocoran data yang dilakukan oleh akuntak dikenal tersebut. Kebocoran data adalah hal yang tidak bisa dianggap remeh, karena kebocoran data ini mengenai data diri pengguna nomor Telkomsel tersebut. Banyak dari masyarakat Indonesia yang kurang tau bahkan kurang peduli dengan adanya kebocoran data dirinya, berbeda dengan orang luar negeri. Mereka akan dengan cepat menuntut kasus tersebut. Bahaya daripada kebocoran data ini sungguh sangat fatal, bahaya dari kebocoran data sendiri berujung pada penipuan berbasis sosial, seperti mempergunakan data diri orang lain untuk transaksi, atau bahkan sampai ancaman pembunuhan dan

pemerasan. Maka dari itu masih banyak sekali masyarakat Indonesia yang belum paham tentang hal kebocoran data ini.

Hal ini juga pernah dialami oleh Tokopedia dengan kasus kebocoran data pelanggan sebanyak 91 juta pelanggan yang terkena dampak dari kasus bocornya data tersebut dan digugat 100 milyar oleh KKI. Tak hanya itu, Facebook, media sosial yang merajai dunia pun mengalami hal yang sama, facebook belum lama mengalami kebocoran data pengguna sebanyak 533 juta akun yang bocor termasuk indonesia. Data pribadi yang bocor meliputi informasi nama lengkap, nomor telepon, lokasi, tanggal lahir, ID, gender, pekerjaan, asal negara, status pernikahan, hingga alamat e-mail. Dari beberapa kasus tersebut, bahwa kasus kebocoran data seperti ini tidak bisa diremehkan, atau bahkan bisa saja mengambil apa yang sudah dimiliki oleh seseorang (Galuh Putri, 2021).

Gambar 1.5

Komentar tentang kebocoran data akun *Twitter* @Dennysiregar7



Sumber : <https://twitter.com/dennysiregar7/status/1279744962259816448> (diakses pada 11 Februari 2021)

Gambar 1.6

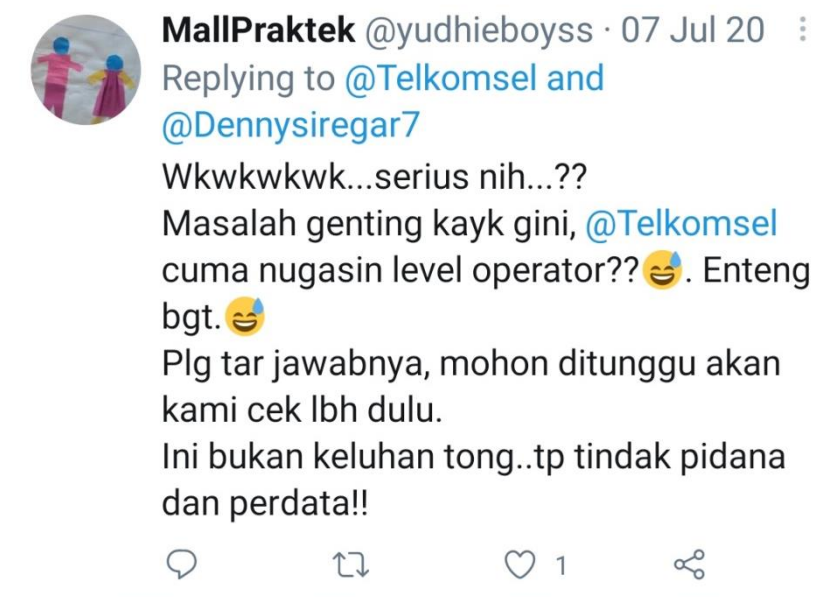
Komentar tentang kebocoran data akun *Twitter* @Dennysiregar7



Sumber : <https://twitter.com/dennysiregar7/status/1279744962259816448> (diakses pada 11 Februari 2021)

Gambar 1.7

Komentar tentang kebocoran data akun *Twitter* @Dennysiregar7



Sumber : <https://twitter.com/dennysiregar7/status/1279744962259816448> (diakses pada 11 Februari 2021)

Gambar 1.8

Komentar tentang kebocoran data akun *Twitter* @Dennysiregar7



Sumber : <https://twitter.com/dennysiregar7/status/1279744962259816448> (diakses pada 11 Februari 2021)

Gambar 1.9

Komentar tentang kebocoran data akun *Twitter* @Dennysiregar7



Sumber : <https://twitter.com/dennysiregar7/status/1279744962259816448> (diakses pada 11 Februari 2021)

Adapun penelitian terdahulu tentang opini yang pertama berjudul “Opini Followers Terhadap Gaya Penyampaian Pesan Akun Instagram @Ridwankamil Pada Tahun 2017” dilakukan oleh (Bimantoro, 2018), hasil penelitiannya adalah Gubernur Jawa Barat ini mampu dan bisa membangun citra positif di media sosial miliknya, di mana model pendekatan kepada masyarakat saat ini sangat penting dilakukan pada media sosial, gaya Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesan kepada pengikutnya termasuk unik dan enjoy bias membuat orang tertarik untuk mengikuti akun instagram @ridwankamil.

Penelitian yang kedua berjudul “Opini Followers Pada Tindakan Cyberbullying Terhadap Joko Widodo Di Media Sosial Instagram @komisi_kpk” yang dilakukan oleh (Pratama, 2016) menghasilkan penelitian yang pertama, aksi dari informan yang dilakukan oleh akun @komisi_kpk ada pada tahap penilaian, dalam hal ini bisa dilihat dari informan yang melakukan pengecekan sebelum ia mengonsumsi isi berita tersebut. Kedua, pesan-pesan yang diterima oleh informan dalam akun @komisi_kpk sifatnya persuasif, dalam hal ini dikarenakan para informan sadar ketika informasi disebarkan tidak semuanya benar adanya sehingga dalam persuasif ini informan menyimpulkan akun tersebut hanya untuk dapat dukungan politik.

Penelitian terakhir berjudul “Opini Masyarakat Padukuhan Tambakbayan Terhadap Proyek Pembangunan Sahid Yogya Lifestyle City” yang dilakukan oleh (Fredina, 2014) menyatakan bahwa opini yang ada pada masyarakat Tambakbayan mengenai proyek pembangunan Sahid Yogya Lifestyle City yang

dilihat dari aspek *affect* ialah netral atau bisa dikatakan masyarakat Padukuhan Tambakbayan tak merasakan keberatan terhadap proses pembangunan Sahid Yogya Lifestyle City ditengah mereka masyarakat Tambakbayan mendapat banyak opini yang emosional. Hasil dari penelitian ini adalah Padukuhan Tambakbayan terhadap proses pembangunan Sahid Yogya Lifestyle City ialah netral, maka dari itu hubungan yang dilakukan komunitas dan organisasi perlu dijaga dengan baik bahkan dipertahankan. Diantara warga yang memberikan tanggapan positif, banyak juga dari mereka yang memberikan tanggapan secara negatif sehingga dari warga sekitar, proses pembangunan itu dirasa mengganggu dan tak ada manfaatnya bagi mereka. Maka dari itu, organisasi harus bisa merangkul warga dan berbagai komunitas, supaya hubungan mereka terjalin dengan baik.

Penelitian ini mengkaji tentang opini individu *follower* karena pendapat dan ekspresi yang mengandung pertentangan antara satu dengan yang lain dan juga pandangan yang berbeda dalam suatu persoalan (Abdullah, 2001). Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengambil topik opini melalui media sosial *Twitter* karena setiap orang yang beropini baik di media sosial ataupun tidak, akan memiliki pandangan yang berbeda-beda. Memilih Telkomsel menjadi objek penelitian ini karena belum lama Telkomsel sedang bermasalah dalam hal kebocoran data penggunanya yang kemudian disebarluaskan di media sosial *Twitter*. Maka dari itu, peneliti mengambil judul “Opini Individu *Follower Twitter* @Dennysiregar7 terhadap Kebocoran Data Pelanggan Telkomsel tahun 2020”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Opini Individu *Follower Twitter @Dennysiregar7* terhadap Kebocoran Data Pelanggan Telkomsel tahun 2020?”.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Opini Individu *Follower Twitter @Dennysiregar7* terhadap Kebocoran Data Pelanggan Telkomsel tahun 2020.

D. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemahaman tentang Opini Individu *Follower Twitter @Dennysiregar7* terhadap Kebocoran Data Pelanggan Telkomsel tahun 2020.

b) Manfaat Praktis

- Pihak Telkomsel

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pedoman sebagai bahan evaluasi dari keamanan data pelanggan Telkomsel.

E. Kajian Teori

1. Opini

Opini pada dasarnya adalah bahasa Latin, yaitu *opinari* yang memiliki arti menduga atau berpikir. Kata dari *opinion* sendiri memiliki arti yaitu harapan. *Opinion* adalah kata dari bahasa Inggris dan memiliki hubungan yang erat dengan *hope* dan *option*. *Optio* juga berasal dari bahasa Latin yang artinya adalah harapan atau pilihan (Kasali, 1994).

Abdullah (2001) berpendapat bahwa opini sebagai bentuk pola pikir yang berisikan pendapat tentang sesuatu hal. Opini memiliki pandangan yang subjektif karena setiap orang memiliki pandangannya masing-masing bahkan selalu berbeda. Jadi, disaat suatu hal memiliki fakta yang sama tetapi pandangan mereka akan berbeda setiap orang dengan menunjukkan perbedaan antara satu dengan yang lainnya. Irish dan Prothro (dalam Syahputra, 2018) menyatakan bahwa opini adalah sebuah proses komunikasi yang bisa menghasilkan suatu pernyataan, sedangkan pandangan atau pemikiran yang belum melalui proses pernyataan adalah sikap.

Syahputra (2018) juga memaparkan opini sebagai pernyataan, penilaian, sudut pandang yang bersifat belum memiliki tindak kepastian, karena opini bersifat subjektif dan karena belum memiliki kepastian yang didasari oleh sikap emosi dan hal lainnya sehingga hanya sekedar argumen yang mendasarinya. Walaupun

memiliki fakta yang sama atau bahkan tak jauh berbeda, setiap orang bisa saling berbeda pendapat dalam memberikan sebuah penilaian atau pandangannya.

Opini juga dapat diartikan sebagai sebuah kumpulan pandangan atau pendapat seseorang yang begitu berbeda. Tak hanya itu, opini juga merupakan jawaban dari sebuah pertanyaan yang didasarkan dari suatu isu dan persoalan lisan ataupun tertulis. Publik yang membentuk opini dapat menciptakan persatuan antar anggota, pandangan yang sama yang mengarah kepada kesamaan pandangan tentang suatu persoalan sehingga terbentuklah yang dinamakan sebagai opini publik (Syahputra, 2018).

Opini bisa dinyatakan dengan aktif ataupun pasif, baik itu secara terbuka dengan adanya verbal melalui kata-kata yang bisa diartikan secara jelas dan juga bisa melalui kata yang lembut diungkapkannya secara tak langsung bisa diartikan melalui cara konotatif atau persepsi (personal). Opini juga dapat dinilai dari bahasa tubuh, sikap dari seseorang itu, ataupun perilaku dan bisa juga berbentuk simbol yang digunakan seperti pakaian dan makna dari warna (Ruslan, 2006).

2. Jenis - Jenis Opini

Dalam buku yang ditulis oleh Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A, terdapat beberapa jenis opini, yaitu :

a. Opini Individu

Opini individu merupakan suatu pendapat atau pandangan dari seseorang tentang hal yang terjadi dalam suatu lapisan masyarakat. Baik itu setuju ataupun tidak setuju. Selain itu, baru akan disadari ketika orang lain sependapat dengan dia atau bahkan tidak juga. Dari suatu yang terjadi itu yang kini menjadikannya sebagai opini publik, opini publik terjadi karena perpaduan dari opini-opini individu seseorang. Maka dari itu, opini individu merekalah yang membuat sesuatu menjadi banyak pertentangan dan berbeda pendapat, ada yang mendukung bahkan tidak.

b. Opini Pribadi

Pendapat atau pandangan seseorang yang asli dari dirinya mengenai suatu masalah yang terjadi itu dinamakan opini pribadi. Pandangan orang belum tentu itu dari dia pribadi, bisa saja pandangan itu didapat dari pandangan orang lain karna dia setuju dengan pendapatnya. Opini pribadi muncul apabila orang itu tanpa terpengaruh oleh orang lain, menyetujui ataupun tidak mengenai masalah yang ada, kemudian dengan pikirannya sendiri bisa sampai kepada kesimpulan terhadap masalah, dan apabila dikomunikasikan kepada orang lain dalam suatu

percakapan, maka itulah yang disebut menyampaikan opini pribadinya.

c. Opini Kelompok

Sesuai dengan namanya, opini kelompok ialah opini yang disampaikan oleh sekelompok tentang masalah yang terjadi, baik itu masalah kelompok itu sendiri maupun kepentingan orang banyak.

d. Opini Mayoritas

Opini mayoritas adalah pandangan yang dianut oleh orang – orang terbanyak yang memiliki pendapat tersebut dan berkaitan dengan masalah yang pro, tidak, dan yang memiliki pendapat lain. Dalam opini mayoritas ini biasanya akan dibawa ke suatu forum yang lebih besar seperti lembaga, parlemen, sehingga dapat terhitung jumlah yang pro dan yang tidak pro bahkan yang netral.

e. Opini Minoritas

Opini minoritas ini ialah kebalikan dari mayoritas. Pendapat yang jumlahnya tidak banyak berbeda dari opini mayoritas yang terkait dengan suatu permasalahan yang ada. Munculnya opini ini adalah jika ada masalah yang diperbincangkan dalam forum yang terbuka.

f. Opini Massa

Kelanjutan dari opini publik adalah opini massa. Seperti pengertian opini publik diatas, opini publik ialah pandangan dari beberapa orang yang mengandung banyak perselisihan yang dilakukan secara terbuka tentang masalah yang ada dan menyangkut kepentingan umum. Pandangan yang beda itu kemudian berkembang menjadi pandangan yang tak jauh beda bahkan sama. Dengan begitu opini publik menjadi opini massa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa opini massa ini adalah pandangan seluruh masyarakat dari hasil perkembangan opini dari masalah kepentingan umum.

g. Opini Umum

Opini umum adalah pandangan atau pendapat yang sama dari beragam pandangan seseorang tentang masalah yang ada dan menyangkut kepentingan umum.

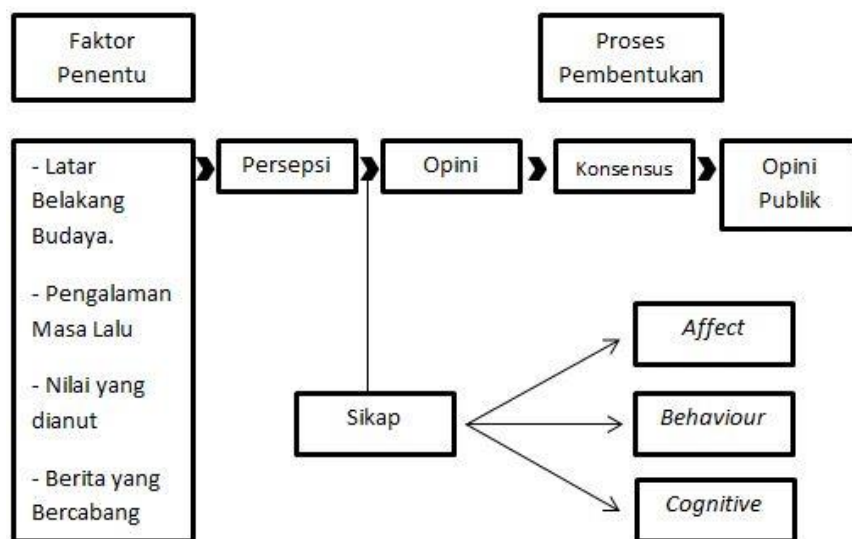
3. Proses Terbentuknya Opini

Albig (dalam Sunarjo, 1984) mengemukakan bahwa opini adalah sesuatu hal yang dikemukakan secara berlainan pandangan atau kontroversial tentang suatu masalah tersebut. Maka dari itu untuk suatu hal yang bersifat nyata itu jelas tidak bisa dijadikan subjek opini publik. Opini merupakan sebuah respon yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator dan sebelumnya

telah diberikan stimulus yang mendasar seperti pertanyaan. Ketika sebuah opini itu dirasakan sendiri atau opini seseorang (*individual opinion*), maka tidak akan ada permasalahan. Permasalahan bakal timbul jika opini tersebut dikonsumsi oleh orang banyak atau yang biasa disebut sebagai opini publik.

Gambar 1.10

Proses Terbentuknya Opini



Sumber : Ruslan (2006)

Abelson (dalam Ruslan, 2006) juga mengungkapkan bahwa untuk mengerti sebuah opini dari seseorang ataupun publik itu cukup sulit, karena itu masih berkaitan dengan *belief* (suatu kepercayaan tentang hal yang ada), *attitude* (apa yang dirasakan seseorang), dan *perception* (proses pemberian makna) yang memiliki beberapa faktor penting, seperti :

- a. *Background culture*, suatu kebiasaan yang ada dalam lapisan masyarakat.
- b. Landasan dari sebuah pendapat tersebut ada pada pengalaman masa lalu seseorang.
- c. Nilai-nilai yang dianut dan masih berlaku di masyarakat seperti moral, etika, hingga keagamaan.
- d. *News* serta berbagai macam pendapat yang begitu berkembang yang dikemudian hari memiliki pengaruh yang kuat terhadap opini seseorang. *News* yang tersebar itu dapat menimbulkan beragam pendapat atau opini di masyarakat.

Jika dilihat dari bagan tersebut juga diketahui bahwa proses terbentuknya opini melalui sebuah persepsi yang terpengaruh dari latar belakang budaya, pengalaman di masa lalu, nilai yang dianut dan berita yang pada akhirnya membentuk opini. Pandangan yang telah dirasakan oleh seseorang, kemudian muncul sikap (*attitude*) sebagai sikap yang begitu laten. Dalam sikap itu bisa timbul dalam bentuk simbol, verbal, bahasa tubuh, ekspresi, mimik muka serta makna dari sebuah warna dan lain-lain (Ruslan, 2006).

Menurut Cutlip dan Center (dalam Syahputra, 2018), opini memiliki empat tahap proses pembentukan, yaitu :

- a. Terdapat masalah yang perlu dipecahkan, dengan begitu tak heran jika banyak orang mencari alternatif solusi.

- b. Timbulnya berbagai macam solusi yang dimungkinkan akan terjadi diskusi yang bertujuan untuk memilih solusi yang tepat.
- c. Pada saat berdiskusi diharapkan kelompok mengambil solusi yang tepat agar melahirkan kesadaran daripada kelompok tersebut.
- d. Untuk melaksanakan solusi yang telah dibuat, maka kelompok akan menyusun program untuk mengambil dukungan secara luas.

Sebagai bentuk dari opini, sikap memiliki komponen yang biasa disebut dengan *ABCs of attitude*. Komponen tersebut sebagai berikut :

- a. *Affect* (perasaan/emosi)

Komponen ini adalah komponen yang menyangkut emosi seperti halnya senang, sedih, sayang takut, benci, bosan terhadap suatu hal.

- b. *Behavior* (perilaku)

Komponen ini adalah komponen yang menyuguhkan perilaku seseorang, misal memukul, membeli, menolak, dan sebagainya. Komponen ini juga menjadi komponen yang aktif untuk menggerakkan seseorang agar menjadi lebih aktif.

c. *Cognition* (pengertian)

Komponen ini berkaitan dengan sebuah penalaran untuk memilah sesuatu atau informasi pesan dan nalar yang berkaitan dengan opininya. Komponen ini menghasilkan opini sesuai dengan kemampuannya. Maka dari itu, kognitif juga biasa disebut sebagai aspek kecerdasan seseorang mengenai suatu ilmu (Rejecki dalam Ruslan, 2006).

4. Faktor Penting Terbentuknya Opini

Bernard Hennesy (dalam Muhtadi, 2008) memaparkan bahwa ada lima faktor penting terbentuknya sebuah opini, yakni :

a. Isu

Isu yang dimaksud disini adalah segala sesuatu terkini yang diperbincangkan oleh beberapa kelompok orang mengenai persoalan yang ada dengan segala ketidaksepakatan. Maka dari itu isu dapat menimbulkan kontroversi.

b. Publik

Elemen ini adalah kelompok yang tertarik akan isu tersebut.terdapat banyak kelompok yang secara bersamaan terpengaruh oleh suatu gagasan. Dengan begitu setiap isu dapat memunculkan publiknya.

c. Pilihan yang Kompleks dalam Publik

Kompleks ini yang berkaitan dengan opini yang isunya menjadi perhatian publik atau seluruh anggota suatu

kelompok. Disetiap isu akan menghasilkan banyak pandangan yang bergantung pada sikap anggota kelompok serta koompleksitasnya. Ini berarti, isu yang sederhana tidak akan menghasilkan banyak pandangan yang beragam. Dengan begitu, isu yang kompleks dapat melahirkan pandangan yang sangat beragam.

d. Pernyataan Pendapat

Pandangan yang terbuka bisa membentuk sebuah opini. Ada berbagai cara yang bisa digunakan untuk membentuk sebuah opini. Bahasa adalah bentuk yang lebih umum dibanding cara lain untuk membentuknya. Pada tahap inilah media massa akan menjadi alat yang bagus untuk beropini.

e. Individu yang Terlibat

Dalam proses pembentukan opini bisa ditentukan melalui banyaknya individu yang terlibat pada suatu isu.

5. Konsensus

Pada dasarnya opini dari setiap individu bisa sangat berkembang di masyarakat yang berarti opini itu akan menjadi hak milik suatu lapisan masyarakat, hal ini disebabkan oleh pengkristalisasi opini yang telah melalui sebuah proses pembentukan opini (Ruslan, 2006). Menurut Kasali (dalam Ruslan, 2006) bahwa perkembangan antara opini individu menjadi opini

publik ini ada yang bersifat dukungan dan juga melawan, berikut adalah tahapan-tahapannya:

a. Proses waktu

Sangat memerlukan waktu agar terbentuknya sebuah konsensus dari masing-masing individu, dan seberapa lama waktu itu tergantung pada emosi, kepercayaan, persepsi dari suatu isi berita yang sedang berkembang, melalui pengalaman, sampai tindakan yang diambil dari narasumber.

b. Cakupan

Pembentukan opini dari masing-masing konsensus setiap individu berawal dari hal yang paling kecil, kemudian tidak menunggu waktu lama akan menyebar sampai ke bagian yang paling luas.

c. Pengalaman yang telah lalu

Publik pada umumnya pernah mengalami hal yang menjadi pengalaman mereka tentang isu yang sedang berkembang . jika hubungan dari isu dan publik semakin intens maka semakin banyak pula pengalaman untuk menciptakan sebuah konsensus.

d. Tokoh

Disetiap kasus atau isu yang beredar luas kemudian terekspos oleh media itu pasti ada tokoh dibalik itu, apapun

bentuknya pasti akan membentuk sebuah konsensus di mata masyarakat luas.

e. Media massa pembentuk opini

Isu yang diberitakan oleh media massa akan sangat mudah membentuk sebuah persepsi di mata masyarakat dan ini merupakan cara yang efektif untuk membentuk sebuah opini dapat dipastikan bahwa berita yang beredar di media adalah berita yang bisa mengandung opini.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif berlatar pada keutuhan yang berasal secara alamiah, manusia sebagai sumber dari penelitian, memanfaatkan metode, analisis data induktif, dengan target penelitian menemukan teori, sifatnya deskriptif, dan proses lebih penting ketimbang hasil (Moleong, 2002).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk perilaku dan isi perilaku dari manusia tersebut untuk dianalisis kualitasnya. Metode kualitatif tidak berdasarkan oleh angka maupun statistik melainkan tindakan sosial manusia (Mulyana, 2010).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Opini Individu *Follower Twitter* @Dennysiregar7 terhadap Kebocoran Data Pelanggan Telkomsel tahun 2020.

3. Teknik Pengumpulan Data

Herdiansyah (2019) mengatakan bahwa data adalah sumber dari penelitian, data adalah bahan bakar yang begitu diperlukan untuk gerak. Dalam penelitian pun juga data sangat diperlukan yang sebelumnya sebagai bahan bakar agar dapat bergerak dan mendapatkan hasil dari penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

a. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang, yang didalamnya terlibat orang yang akan dikuras informasinya, kemudian orang lainnya memberikan berbagai pertanyaan yang didasari tujuan tertentu (Mulyana, 2010).

Gorden (dalam Herdiansyah, 2019) juga mengungkapkan bahwa wawancara ialah dialog yang dilakukan oleh dua orang yang mana salah satu dari mereka ingin menguras informasi untuk tujuan tertentu.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan di masa lalu, yang bisa berbentuk tulisan, karya, atau gambar dari seseorang ataupun suatu lembaga (Sugiyono, 2005). Proses pengumpulan data yang dilakukan adalah mengumpulkan data dari buku-buku, sumber berita yang ada, foto, serta berbagai sumber lain. Kemudian juga melampirkan gambar dari data yang bocor yaitu data dari @DennySiregar7.

4. Teknik Pemilihan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sumber data yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu yakni orang yang dianggap memiliki pengetahuan atau yang lebih mengerti dengan apa yang kita harapkan, atau dia adalah seorang penguasa, dengan begitu akan memudahkan dalam penelitian (Sugiyono, 2015).

Berikut kriteria informan yang telah ditentukan dalam pengumpulan data :

- a. Pengguna aktif *Twitter* dengan riwayat aktivitas seperti *like*, *comments*, *tweet*, ataupun *retweet* dilakukan pada akunnya setiap hari atau dalam kurun waktu seminggu bisa disebut sebagai pengguna aktif.

- b. Mengikuti akun twitter @DennySiregar7 sejak 2016.
- c. Pengikut yang mengomentari kasus kebocoran data pada akun *Twitter* @DennySiregar7.
- d. Pengguna Telkomsel.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015), pada penelitian kualitatif data yang diperoleh adalah dari berbagai sumber, dengan teknik pengumpulan data yang beragam, dilakukan sampai data itu jenuh. Analisis data berarti proses mencari data dan disusun secara sistematis dari wawancara yang telah dilakukan, dokumentasi, mempelajari yang penting untuk dipelajari, dan kemudian menyimpulkan.

Berikut adalah langkah dari analisis data dalam buku Prof Dr Sugiyono :

a. Reduksi data

Reduksi data ialah proses berfikir yang perlu menambahkan kecerdasan dan wawasan didalamnya. Dalam mereduksi data juga dapat dilakukan berdiskusi dengan teman atau yang ahlinya. Dengan berdiskusi itu wawasan dari si peneliti akan berkembang, alhasil dapat mereduksi data yang sudah didapatkan.

b. Penyajian Data

Setelah data tersebut direduksi, kemudian data itu disajikan. Pada penelitian kualitatif, sajian data dapat

dilakukan melalui uraian singkat, bagan, *flowchart*, dan yang sejenis lainnya. Akan tetapi kebanyakan dibagian penyajian data adalah dengan teks yang sifatnya naratif. Dengan menyajikan data tersebut, bisa mempermudah memahami dengan apa yang telah direncanakan.

c. Kesimpulan

Kesimpulan awal sifatnya hanya sementara, dapat berubah jika tidak menemukan bukti lebih dan bukti yang kuat. Begitu pula sebaliknya, jika kesimpulan diawal sudah cukup bukti dan kuat, maka kesimpulan tersebut adalah kesimpulan yang kredibel.

6. Uji Validitas Data

Validitas data artinya data yang sudah terkumpul bisa mencerminkan realitas yang ingin diungkapkan oleh peneliti (Afrizal, 2016). Moleong (1998) berpendapat bahwa keabsahan data adalah konsep yang diperbaharui dari kevalidan dan reliabilitas dan harus disesuaikan dengan pengetahuan, kriteria, serta paradigma. Salah satu teknik untuk mendapatkan data yang valid adalah teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik dari pemeriksaan validitas data yang memanfaatkan di luar data tersebut untuk dicek ataupun sebagai pembanding.

Menurut Moleong (1998), triangulasi sumber adalah membandingkan derajat kepercayaan informasi yang didapat melalui

waktu dan alat yang berbeda-beda. Ada beberapa cara yang dilakukan dalam triangulasi data, yaitu :

- a. Data dari hasil wawancara dan pengamatan dibandingkan satu sama lain.
- b. Membandingkan perspektif seseorang dengan bermacam pendapat orang biasa , berpendidikan, orang berada, orang pemerintahan
- c. Membandingkan dari hasil wawancara dengan isi dokumen tertentu yang terkait.