

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melindungi data privasi di era serba digital bukanlah suatu hal yang mudah. Segala bentuk informasi tanpa terasa akan menjadi jejak digital yang ditinggalkan oleh pengguna media sosial (Rakhmawati, 2019). Hal tersebut semakin mempersulit pengguna dalam melindungi informasi pribadinya. Terdapat berbagai macam kasus pelanggaran privasi pada media sosial, seperti Line, WhatsApp, Instagram, Youtube dan Facebook (We Are Social & Hootsuite, 2018). Hal ini disebabkan oleh kelalaian penyedia layanan maupun pengguna pada saat menyebarkan informasi, sehingga data pribadi pengguna media sosial dapat tersebar di internet. Oleh karena itu, pengguna yang kurang memiliki pengetahuan dalam mengelola informasi pribadinya akan cenderung untuk mengunggah seluruh informasi pribadinya di media sosial (Islamy dkk., 2018). Kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna dapat menimbulkan peluang terjadinya pelanggaran privasi.

Isu mengenai permasalahan privasi pada saat ini menjadi salah satu perhatian publik. Salah satu platform yang kerap kali mengalami permasalahan privasi yaitu pada media sosial. Platform media sosial telah mengubah cara individu dalam berkomunikasi, menyebar informasi, berinteraksi, serta berkolaborasi. Adanya media sosial di era saat ini semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan penyebaran informasi pribadi antara satu dengan yang lainnya (Ikhtiar, 2019). Hal ini sangat relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kaspersky Lab, hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa sebanyak 93% pengguna membagikan informasi yang dimilikinya secara digital serta sebanyak 44% pengguna yang mengizinkan data pribadi menjadi konsumsi publik. Informasi tersebut kemudian disebarkan melalui media sosial yang dimana pengguna yang lain dapat mengetahuinya ("Giving Too Much Away", 2017). Dijk menyatakan bahwa beliau sangat menyayangkan banyaknya pengguna media sosial yang secara

tidak sadar telah menyebarkan informasi pribadi mereka kepada orang lain yang nantinya dapat menyebabkan boomerang bagi pengguna tersebut (Dijk, 2012).

Salah satu media sosial yang menurut peneliti akhir-akhir ini memiliki isu mengenai privasi yaitu pada kebijakan sharing data yang dilakukan oleh WhatsApp kepada Facebook. Pada dasarnya Aplikasi WhatsApp memiliki fitur keamanan yang digunakan untuk melindungi data pengguna (Beauftragte, 2016). Salah satu fitur keamanan yang ada di Aplikasi WhatsApp yaitu enkripsi *end to end*, dimana dengan adanya fitur ini obrolan antar pengguna tidak akan diketahui oleh siapapun termasuk oleh WhatsApp sendiri (Pustikayasa, 2019). Namun pada awal tahun 2021, WhatsApp meluncurkan sebuah kebijakan privasi baru bagi para penggunanya. Salah satu poin yang disoroti oleh pengguna yaitu pada poin pembagian data pengguna WhatsApp kepada Facebook (Beauftragte, 2016). Munculnya kebijakan baru ini, sangat berdampak pada pengguna yang merasa khawatir mengenai data-data mereka yang telah dibagikan kepada Facebook (Wijoyo et al., 2021). Hal yang membuat pengguna merasa risau yaitu bagaimana data mereka akan digunakan, dikelola, dan disebar. Dilansir dari Wijoyo dkk. bahwa kebijakan untuk berbagi data antara WhatsApp dengan Facebook telah berlaku sejak tahun 2016 (Wijoyo et al., 2021). Hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa pengguna media sosial jarang membaca isi dari kebijakan privasi sebelum mereka menyetujuinya, dan apabila pengguna membacanya mungkin mereka akan merasa kesulitan untuk memahami istilah – istilah khusus yang terdapat dalam kebijakan tersebut (Acquisti et al. 2015). Dalam hal ini, sulit untuk mengetahui apakah pengguna benar – benar menyetujui kebijakan yang telah dibuat atau hanya sekedar formalitas untuk dapat menggunakan fitur yang terdapat dalam media sosial tersebut (Abdul-Ghani, 2020).

Disisi lain, masih banyak pengguna media sosial yang belum mengetahui mengenai proses bisnis yang ada di media sosial. Pada umumnya media sosial seperti WhatsApp dan Facebook akan memberikan layanan gratis yang ditujukan kepada pengguna, namun sebagai imbalannya mereka akan menggunakan data pribadi pengguna untuk keperluan periklanan (Fowler 2019). Data pribadi pengguna juga dapat digunakan oleh media sosial itu sendiri untuk meningkatkan

fitur dan juga kualitas layanan yang disediakan. Se jauh pengguna tidak mengetahui data mereka digunakan untuk apa, data apa saja yang diambil, dan kepada siapa data tersebut dibagikan, maka hal ini akan menjadi permasalahan dalam pelanggaran privasi (Abdul-Ghani, 2020).

Generasi yang paling rentan terhadap penyebaran informasi pribadinya di media sosial seperti WhatsApp adalah generasi *baby boomer*. Pada umumnya generasi *baby boomers* sering kali dianggap sebagai generasi yang awam akan perkembangan teknologi dan informasi. Dalam artikelnya Berge menjelaskan bahwa hal ini disebabkan karena generasi ini tidak termasuk dalam *digital natives* melainkan *digital immigrants* (Berge, 2011). Generasi ini menganggap bahwa teknologi merupakan sesuatu yang asing dan menjadi hal yang baru bagi *baby boomers*. Hal tersebut terjadi karena generasi ini tumbuh pada saat teknologi masih belum berkembang seperti pada saat ini.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Indonesia dengan berkolaborasi bersama Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menjelaskan bahwa pada tahun 2018, jumlah pengguna internet mencapai total populasi 264 juta jiwa, dan juga dikatakan bahwa sebanyak 171,17 juta jiwa telah terhubung dengan internet. Dari data yang ada pada APJII, sebesar 64,8% mencangkup pengguna internet pada kalangan generasi *baby boomers*, meskipun persentase penggunaannya tidak intens generasi milenial dan Z. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Hutapea yang menunjukkan bahwa sebanyak 53% generasi *baby boomers* di Medan menghabiskan waktunya 1-3 jam per hari untuk menggunakan aplikasi Whatsapp dan sebanyak 68 responden atau 68% *baby boomers* pengguna WhatsApp tidak mampu untuk menggunakan fitur setting privasi yang ada di WhatsApp. Sebagian besar responden juga mengatakan bahwa mereka hanya menggunakan WhatsApp sebagai media berkomunikasi saja, sehingga mereka tidak terlalu memikirkan bagaimana keamanan data mereka pada saat menggunakan WhatsApp sebagai media untuk berinteraksi (Hutapea, 2020). Lebih lanjut, pada penelitian yang dilakukan oleh Rundhovde (2013) yang menyatakan bahwa setengah dari orang dewasa yang menjadi responden dalam penelitiannya menganggap bahwa pengetahuan tentang

fitur setting privasi di Facebook bukanlah suatu hal yang penting selama mereka membatasi informasi yang akan dibagikan ke Facebook. Oleh karena itu, kurangnya pengetahuan pengguna untuk melindungi informasi pribadinya di internet dapat menyebabkan peluang terjadinya pelanggaran privasi.

Pembagian data pengguna WhatsApp kepada Facebook dapat menimbulkan peluang adanya penyalahgunaan informasi pengguna. Hal ini juga bertentangan dengan kebijakan yang ada di Indonesia yang tercantum dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 yang mengatur tentang perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik. Selain itu, terdapat pula Undang-Undang yang mengatur mengenai perlindungan data pribadi pengguna internet yaitu pada UU ITE pasal 26 ayat (1). Dimana dalam Undang-Undang tersebut memuat peraturan tentang penggunaan data pribadi seseorang serta memuat beberapa hak pribadi pengguna yang harus dilindungi oleh negara dan juga penyedia layanan. Namun pada kenyataannya masih banyak pengguna media sosial seperti generasi *baby boomer* yang belum memahami isi dari UU ITE. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Hutapea yang menyatakan bahwa generasi *baby boomers* pada umumnya hanya mengetahui bahwa terdapat UU ITE yang mengatur penggunaan media sosial serta mengetahui terdapat beberapa kasus terkait pelanggaran UU ITE tersebut, namun pada saat menggunakan media sosial responden cenderung tidak memikirkan resiko terhadap pelanggaran UU ITE tersebut (Hutapea, 2020). Lebih lanjut, hasil penelitian yang dilakukan oleh Masur (2017) pada pengguna internet dengan rata-rata usia 41 tahun, mengungkapkan bahwa mayoritas pengguna internet di Jerman memiliki tingkat pengetahuan yang rendah terkait hukum perlindungan privasi yang ada di Jerman. Kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh generasi *baby boomer* mengenai Undang-Undang perlindungan data ini dapat menjadikan peluang terjadinya kasus pelanggaran privasi di media sosial.

Terlepas dari kenyataan bahwa pada umumnya pengguna mengkhawatirkan penggunaan data privasi online mereka, namun sebagian besar pengguna cenderung tidak menggunakan strategi untuk melindungi privasi mereka (Joseph Turow, 2003) karena mereka beranggapan bahwa selama hal tersebut bermanfaat bagi mereka,

maka tidak akan menimbulkan ancaman privasi (Sheehan, 2002). Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian empiris yang mengungkapkan bahwa mayoritas responden mereka yaitu orang dewasa yang lebih tua cenderung tidak menggunakan strategi dalam perlindungan privasi mereka di Facebook (Kezer, 2016). Oleh karena itu, pengguna yang tidak mengetahui terkait penggunaan strategi dalam perlindungan privasinya di media sosial seperti WhatsApp akan cenderung untuk mengunggah informasi pribadi yang seharusnya tidak perlu untuk disebarluaskan di media sosial.

Kasus penyebaran informasi pribadi telah menyebabkan banyak insiden seperti pengguna yang kehilangan pekerjaannya, cyberbullying, ataupun internet troll karena penyampaian informasi pribadi yang tidak semestinya disebarkan di media sosial (Such & Rovatsos, 2016). Di Indonesia sendiri, permasalahan mengenai privasi masih belum dikaji secara lebih mendalam lagi (Widyaningsih, 2018). Hal ini dibuktikan dengan belum adanya regulasi yang secara khusus mengarahkan pengguna untuk melakukan perlindungan privasi pada ranah virtual, khususnya pada jejaring sosial. Oleh karena itu, untuk meminimalisir adanya penyalahgunaan privasi pengguna aplikasi WhatsApp, diperlukan kemampuan khusus pada saat menggunakan WhatsApp sebagai platform untuk berkomunikasi yaitu dengan mengimplementasikan literasi privasi. Literasi privasi diposisikan sebagai kemampuan pengembangan individu untuk menggunakan serta memahami permasalahan dalam praktik privasi online yang aman (Givens, 2014). Konsep dari literasi privasi itu sendiri lebih berfokus pada pemahaman mengenai tanggung jawab serta risiko yang berkaitan dengan penyebaran informasi pribadi secara online (Wissinger, 2017). Namun, literasi privasi tidak terbatas pada praktik privasi online saja, melainkan juga mencakup pemahaman mengenai hak privasi pribadi, pengetahuan tentang praktik data, dan pengetahuan lembaga yang menjaga perlindungan data dan privasi. Oleh karena itu, literasi privasi tidak hanya seputar pada kemampuan seseorang untuk membatasi akses ke informasi sendiri, melainkan juga meluas pada informasi yang diperoleh dari orang lain serta pemahaman tentang bagaimana informasi tersebut mengalir dalam internet yang disebut sebagai “*networked publics*” (Boyd, 2008). Berdasarkan penjelasan

tersebut, dapat dikatakan bahwa literasi privasi merupakan pemahaman yang sangat penting bagi pengguna WhatsApp karena tidak semua pengguna yang memiliki media sosial mampu untuk mengelola data privasi mereka karena kurangnya pengetahuan yang mereka miliki mengenai pentingnya data privasi itu sendiri.

Literasi privasi online menjadi suatu hal yang penting dalam perlindungan data di media sosial, namun masih banyak pengguna yang kurang memahami pentingnya literasi privasi itu sendiri. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Saufa & Yusuf yang menyatakan bahwa sebesar 30% pengguna Facebook menunjukkan ketidaksadaran privasi atas informasi pribadi yang disebarkannya (Saufa & Yusuf, 2020). Penelitian serupa juga dilakukan oleh Kementrian Informasi dan Komunikasi Indonesia (2020) pada 34 provinsi di Indonesia, hasil survei tersebut menunjukkan bahwa indeks literasi digital masyarakat Indonesia masih dalam kategori “sedang” belum mencapai kategori “baik”. Berdasarkan hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa indikator tingkat literasi mengenai informasi dan juga data privasi masih dalam kategori rendah jika dibandingkan dengan indikator yang lainnya. Hal ini juga relevan dengan penelitian yang menyatakan bahwa setengah dari pengguna *social networking sites* (SNS) mengatakan mereka mengalami kesulitan dalam mengelola kontrol privasinya, namun terdapat 2% pengguna yang mengatakan "sangat sulit" dalam menggunakan kontrol (Madden, 2012). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan masyarakat dalam mengelola informasi pribadinya di media sosial masih belum maksimal. Seperti yang dijelaskan oleh Jensen dkk pada penelitiannya yang mengungkapkan bahwa masih banyak pengguna media sosial yang kurang memiliki persepsi akurat mengenai pengetahuan mereka tentang teknologi privasi di media sosial (Jensen dkk., 2005). Pada umumnya pengguna memiliki beberapa upaya yang dilakukan untuk mengelola data privasi mereka di media sosial, tetapi dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai literasi privasi online menjadi penghambat pengguna untuk bertindak sesuai dengan keinginan mereka (Trepte et al., 2015).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji secara langsung mengenai topik literasi privasi online, salah satunya ialah penelitian yang dilakukan

oleh Trepte dkk. (2015) dengan judul “*Do People Know About Privacy and Data Protection Strategies? Towards the ‘Online Privacy Literacy Scale’ (OPLIS)*”. Pada penelitian ini Trepte dkk mengemukakan sebuah model teori literasi privasi baru dengan memfokuskan pada 6 dimensi mengenai aspek pengetahuan, yaitu (1) Pengetahuan mengenai praktik lembaga dan penyedia layanan online, (2) Pengetahuan mengenai aspek teknis privasi online dan perlindungan data, (3) Pengetahuan mengenai potensi ancaman privasi online, (4) Pengetahuan mengenai hukum dan aspek hukum perlindungan data, (5) Pengetahuan mengenai strategi dalam mengontrol privasi online, (6) Pengetahuan mengenai cara menangani ancaman privasi online. Selain itu juga terdapat penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Zunita Ayu Eka Sari (2019) dengan judul “*Literasi Privasi Pada Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Strata 1 Universitas Airlangga Surabaya*”, dengan menggunakan teori literasi privasi Rundhovde (2013) dengan 3 aspek utama sebagai landasan penelitian, yaitu (1) aspek pengetahuan, (2) aspek perilaku, (3) aspek pengalaman pengguna dalam melindungi informasi pribadinya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa literasi privasi yang dimiliki oleh mahasiswa berdasarkan aspek pengetahuan, aspek perilaku dan aspek pengalaman pengguna berada pada kategori cukup tinggi atau sedang yaitu 3,35%.

Kedua penelitian tersebut memiliki perspektif, variabel, metode dan wilayah generalisasi yang berbeda, meskipun berada pada satu topik bahasan yaitu literasi privasi. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian – penelitian sebelumnya karena pada penelitian ini lebih berfokus pada aspek pengetahuan yang ditinjau berdasarkan beberapa dimensi utama dengan menggunakan teori OPLIS yang diungkapkan oleh Trepte et al. pada tahun 2015. Topik penelitian ini cukup menarik untuk diteliti mengingat pada saat ini masyarakat masih belum menyadari pentingnya pengelolaan informasi pribadi di WhatsApp. Untuk itu, penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui gambaran literasi privasi yang dimiliki oleh pengguna media sosial WhatsApp khususnya pada pengguna generasi *baby boomer*. Dengan demikian, adanya penelitian ini dapat melihat pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat generasi *baby boomer* Surabaya dalam mengelola data

pribadi sebagai bentuk kesadaran diri dalam melindungi informasi pribadinya di media sosial WhatsApp.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena mengenai permasalahan privasi yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka peneliti merumuskan beberapa rumusan permasalahan, antara lain yaitu:

- 1.1.1 Bagaimana gambaran pengetahuan generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya berdasarkan aspek praktik kelembagaan?
- 1.1.2 Bagaimana gambaran pengetahuan generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya berdasarkan aspek teknis perlindungan data?
- 1.1.3 Bagaimana gambaran pengetahuan generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya berdasarkan aspek perlindungan hukum di Indonesia?
- 1.1.4 Bagaimana gambaran pengetahuan generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya berdasarkan aspek strategi dalam mengontrol privasi online?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengetahuan mengenai literasi digital yang dimiliki oleh pengguna WhatsApp ditinjau dari beberapa aspek, antara lain yaitu:

- 1.1.5 Untuk mengetahui gambaran pengetahuan generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya berdasarkan aspek praktik kelembagaan?
- 1.1.6 Untuk mengetahui gambaran pengetahuan generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya berdasarkan aspek teknis perlindungan data?

- 1.1.7 Untuk mengetahui gambaran pengetahuan generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya berdasarkan aspek perlindungan hukum di Indonesia?
- 1.1.8 Untuk mengetahui gambaran pengetahuan generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya berdasarkan aspek strategi dalam mengontrol privasi online?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui gambaran pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna WhatsApp di Surabaya, diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pada bidang Ilmu Informasi dan Perpustakaan serta dapat berguna sebagai bahan bacaan bagi para pembaca maupun para peneliti mengenai konsep baru dari literasi yaitu literasi privasi pada kalangan pengguna WhatsApp. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk mengembangkan penelitian kedepannya karena mengingat penelitian yang mengangkat tema mengenai literasi privasi masih belum begitu banyak dikaji di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat pengguna media sosial mengenai dasar-dasar dari literasi privasi online, sehingga masyarakat dapat mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari serta dapat menjadi bekal mereka pada saat mengelola informasi pribadi di media sosial. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui gambaran pengetahuan mengenai literasi privasi, sehingga dapat dilakukan peningkatan mengenai literasi privasi agar masyarakat semakin terhindar dari ancaman privasi di media sosial. Hal

tersebut juga dapat digunakan untuk mengembangkan kompetensi mengenai literasi privasi di Indonesia.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Literasi Privasi Online

Pada umumnya literasi privasi sering didefinisikan sebagai pemahaman yang dimiliki pengguna mengenai lingkungan informasi yang berinteraksi dengan mereka dan tanggung jawab mereka dalam lingkungan itu (Langenderfer & Miyazaki, 2009). Selain itu, literasi privasi juga didefinisikan sebagai tingkatan pemahaman serta kesadaran individu mengenai bagaimana informasi itu dilacak dan digunakan dalam internet, kemudian mengenai bagaimana informasi tersebut dapat mempertahankan atau kehilangan sifat pribadinya (Givens, 2015). Definisi ini lebih berfokus pada pemahaman literasi privasi sebagai pengalaman kognitif ataupun sebagai proses berpikir pada saat informasi tersebut disebarkan melalui lingkungan online.

Pemahaman mengenai literasi privasi ini sangat berbeda dengan konsep yang dikemukakan dalam teori literasi digital. Menurut Gugus Tugas Literasi Digital American Library Association, literasi digital ialah kemampuan untuk mengevaluasi, menemukan, membuat, serta mengkomunikasikan informasi dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yang membutuhkan keterampilan kognitif dan teknis (Visser, 2012). Sementara konsep dari literasi privasi lebih berfokus pada pemahaman mengenai tanggung jawab serta risiko yang berkaitan dengan penyebaran informasi pribadi secara online, sedangkan pada konsep literasi digital lebih berfokus pada penggunaan informasi dalam lingkungan digital. Menurut definisi tersebut dapat dikatakan bahwa konsep literasi privasi lebih berkaitan dengan pemikiran kritis individu dalam menyebarkan informasi pribadinya di internet.

Menurut Masur et al., literasi privasi online dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari pengetahuan deklaratif, prosedural dan kondisional mengenai privasi online (Masur et al., 2017). Dalam pengetahuan deklaratif, literasi privasi online mengacu pada pemahaman pengguna mengenai aspek praktik

kelembagaan, teknis perlindungan data online serta pengetahuan tentang undang-undang yang melindungi data online dan praktik kelembagaan. Pada pengetahuan prosedural, literasi privasi online mengacu pada pemahaman pengguna untuk menerapkan peraturan privasi sebagai salah satu strategi dalam perlindungan data. Masur et al., menyatakan bahwa pengetahuan privasi online dapat disebut juga sebagai pengetahuan faktual mengenai privasi online (Masur et al., 2017). Literasi privasi online dapat berguna untuk mengatasi perbedaan antara sikap dan perilaku privasi. Pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengguna memiliki sedikit pengetahuan mengenai praktik, institusi, undang-undang, ataupun strategi privasi online. Oleh karena itu, agar dapat mengatasi paradoks privasi, diperlukannya pemahaman mengenai pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna mengenai literasi privasi.

Sejauh ini terdapat enam dimensi yang dibahas dalam teori Literasi privasi online yang dikemukakan oleh Trepte et al., pada tahun 2015. Dimensi ini mencakup beberapa aspek pengetahuan khususnya pada pengetahuan mengenai praktik penggunaan data operator situs web (Turow, 2003; Turow, Feldman, & Meltzer, 2005), pengetahuan teknis (Jensen, Potts, & Jensen, 2005) dan hukum mengenai perlindungan data (Hoofnagle et al., 2010). Pada studi yang dilakukan oleh Park menjelaskan bahwa skala pengetahuan pertama menjadikan privasi online sebagai konstruksi multidimensi (Y. J. Park, 2013). Dia memperhitungkan beberapa pengetahuan mengenai aspek teknis privasi online, praktik pengumpulan data komersial, dan undang-undang mengenai perlindungan data di Internet. Berdasarkan kajian terdahulu Trepte et al., (2015) mengusulkan enam dimensi literasi privasi online dengan memfokuskan pada aspek pengetahuan, enam dimensi tersebut meliputi pengetahuan mengenai aspek praktik kelembagaan penyedia layanan online, pengetahuan mengenai aspek teknis perlindungan data online, pengetahuan mengenai aspek potensi ancaman dan risiko privasi online, pengetahuan mengenai aspek hukum perlindungan data, pengetahuan mengenai aspek strategi dalam mengontrol privasi online dan pengetahuan mengenai aspek penanganan ancaman privasi online.

Namun, pada tahun 2017 teori ini telah digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Masur et al., dengan judul penelitian “Development and validation of the online privacy competence scale (OPLIS)”. Dalam penelitian tersebut Masur et al., mengungkapkan bahwa dari ke-enam dimensi pengetahuan yang dikemukakan oleh Trepte et al. mereka hanya menggunakan empat dimensi pengetahuan saja. Hal ini dikarenakan bahwa, keempat bidang pengetahuan tersebut telah mencakup pengetahuan deklaratif dan juga pengetahuan prosedural yang dapat dijadikan sebagai landasan dalam membentuk keterampilan privasi online seseorang. Pengetahuan deklaratif yang digunakan dalam penelitian ini mencakup aspek praktik kelembagaan, aspek teknis perlindungan data dan aspek hukum. Sedangkan untuk pengetahuan prosedural yang digunakan yaitu aspek strategi dalam mengontrol privasi online. Berdasarkan penelitian tersebut, Masur et al., menggunakan empat dimensi dari enam dimensi yang dikemukakan oleh Trepte et al., yaitu:

1.5.1.1 Pengetahuan Mengenai Aspek Praktik Kelembagaan Penyedia Layanan Online

Pada kehidupan sehari-hari, setiap orang menggunakan berbagai macam situs web ataupun platform online yang memerlukan pengungkapan data pribadi untuk mendapatkan layanan yang telah disediakan oleh penyedia layanan. Oleh karena itu, setiap orang memerlukan pengetahuan untuk dapat mengetahui bagaimana penyedia layanan memproses data pribadi mereka. Pada dimensi pertama literasi privasi online lebih berfokus pada pengetahuan praktik mengenai lembaga penyedia layanan dalam mengumpulkan dan mengelola data penggunaannya (Masur et al., 2017).

Hal tersebut mencakup pemahaman mengenai aliran data di internet serta pengetahuan mengenai peraturan implisit untuk mengubah dan mentransfer data melalui lembaga yang bersangkutan. Indikator yang termasuk dalam dimensi ini termasuk praktik online umum seperti pengawasan data, pengumpulan data, pemrosesan data,

analisis data, transmisi data, dan penghapusan data oleh otoritas dan perusahaan internet seperti media sosial (misalnya, Facebook, Twitter, GoogleC), mesin pencari penyedia misalnya, Google, Yahoo, Bing (Trepte et al., 2015). Pengetahuan pengguna terkait pengumpulan data organisasi dan praktik pemrosesan merupakan indikator yang diperlukan untuk mengontrol privasi online. Seperti yang ungkapkan oleh Park (2011) menyatakan bahwa pengetahuan terkait praktik kelembagaan dapat mengarahkan seseorang untuk mengambil tindakan yang tepat ketika mereka mengalami ancaman privasi (Milne & Rohm, 2000).

1.5.1.2 Pengetahuan Mengenai Aspek Teknis Perlindungan Data Online

Dalam berinteraksi di internet, pengguna perlu memiliki pengetahuan mengenai aspek teknis yang digunakan untuk perlindungan data. Pada dimensi ini, Masur et al., (2017) berupaya untuk mengukur sejauh mana pengguna memahami aspek teknis perlindungan data yang ada di internet. Dimensi ini dapat dikatakan sebagai prasyarat yang penting bagi privasi setiap pengguna untuk dapat mengetahui mengenai hak pribadi mereka dan batasan hukum yang diberlakukan pada lembaga komersial.

Pengetahuan ini mencakup pengetahuan seputar sistem-sistem perlindungan data seperti firewall, cookie, trojan, pengaturan dan fitur browser tertentu seperti cache dan riwayat penelusuran. Ketika pengguna internet tidak mengetahui apa itu firewall, maka mereka mungkin tidak dapat menggunakan pengaturan yang ada di internet secara optimal (Trepte et al., 2015). Dengan adanya pengetahuan ini dapat dijadikan sebagai acuan pengguna dalam berselancar di dunia maya.

1.5.1.3 Pengetahuan Mengenai Aspek Hukum Perlindungan Data

Faktor penentu dalam merumuskan dan menerapkan strategi perlindungan data tidak hanya mencakup pengetahuan teknis dan pengetahuan praktis kelembagaan, tetapi juga pengetahuan tentang kebijakan privasi, undang-undang, dan arahan (Masur et al., 2017). Pemahaman tentang peraturan hukum merupakan prasyarat yang penting bagi privasi setiap pengguna di dalam dunia online yang semakin kompleks ini. Di dunia online, kemungkinan teknis hampir tidak terbatas dan praktik kelembagaan kurang menjadi transparan (Acatech, 2013). Dengan adanya pengetahuan ini pengguna dapat lebih mengetahui mengenai hak pribadi mereka dan batasan hukum yang diberlakukan pada lembaga komersial, mereka dapat membuat keputusan dengan cara yang bertanggung jawab, mengontrol atau mengoptimalkan privasi mereka. Karena perlindungan data diatur oleh Undang-undang dan arahan khusus suatu negara, maka secara eksplisit penting untuk menyoroti negara atau wilayah mana yang dijadikan sebagai acuan pada saat menilai pengetahuan tentang undang-undang dan arahan (Trepte et al. 2015).

1.5.1.4 Pengetahuan Mengenai Aspek Strategi Dalam Mengontrol Privasi Online

Selain memahami aspek teknis dan hukum dari perlindungan data privasi online, pengguna juga harus dapat membuat strategi perlindungan data pada saat menggunakan internet. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan tentang strategi dalam mengontrol privasi online pribadi berkaitan erat dengan dimensi lain dari literasi privasi online (Y. J. Park, 2013). Menurut Masur et al., (2017) pengetahuan ini dapat dianggap sebagai dimensi yang menggabungkan pengetahuan teknis dan hukum serta pengetahuan praktis kelembagaan. Berbeda dengan dimensi yang disebutkan di atas, dimensi ini lebih menekankan pada pengetahuan prosedural.

Pengetahuan tentang strategi dapat dikatakan sebagai pengetahuan seseorang dalam melindungi data privasi mereka dengan tindakan pasif atau aktif. Tindakan pasif merupakan penggabungan strategi kontrol seperti kerahasiaan informasi pribadi atau memilih keluar dari layanan yang memerlukan pengungkapan data pribadi. Sedangkan Tindakan pasif mencakup penggunaan perangkat lunak seperti pengaturan browser terkait privasi yang mendukung perlindungan data misalnya, membersihkan riwayat browser web dan membersihkan cache dan cookie (Trepte et al., 2015). Oleh karena itu, dimensi ini dapat didefinisikan sebagai pengetahuan yang dapat digunakan untuk mengontrol penggunaan informasi pribadi (Milne & Rohm, 2000), termasuk kombinasi sosial, seperti mengurangi pengungkapan informasi pribadi di internet dan pengetahuan untuk melakukan pembersihan informasi pribadi atau *web cache browser*.

1.6 Definisi Variabel

1.6.1 Definisi Konseptual

1.6.1.1 Literasi Privasi

Literasi privasi dapat dikatakan sebagai pemahaman dan pengetahuan seseorang dalam mengelola informasi pribadinya di media sosial sehingga informasi tersebut tidak kehilangan sifat privasinya. Dengan adanya literasi privasi masyarakat akan memiliki kemampuan untuk menyimpan, menggunakan ataupun menyebarkan informasi pribadinya dengan berpedoman pada pengetahuan mengenai informasi apa yang seharusnya bersifat publik dan informasi apa yang bersifat pribadi, sehingga mereka dapat membuat keputusan secara tepat. Dalam teori yang dikemukakan oleh Masur et al., (2017) menyatakan bahwa terdapat empat dimensi dalam literasi privasi, antara lain:

1. Pengetahuan mengenai praktik kelembagaan media sosial

Aspek ini lebih berfokus pada sejauh mana pengguna mengetahui model bisnis yang digunakan oleh Aplikasi WhatsApp dalam

pengelolaan dan penggunaan data pribadi mereka. Dengan kata lain, pengetahuan ini merupakan kemampuan yang dimiliki pengguna untuk mengetahui prosedur penggunaan teknologi informasi seperti media sosial beserta pemahaman terkait pengelolaan data privasi yang ada di WhatsApp. Terdapat beberapa indikator yang membuktikan bahwa pengguna media sosial memiliki pengetahuan mengenai praktik kelembagaan, diantaranya kesadaran pada kebijakan privasi yang ada di WhatsApp dan pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan data di WhatsApp.

2. Pengetahuan mengenai teknis perlindungan data privasi media sosial

Aspek ini lebih menekankan pada pengetahuan pengguna mengenai tindakan teknis yang digunakan untuk melindungi data privasi mereka yang ada di Aplikasi WhatsApp. Masih banyak pengguna internet yang telah terbiasa untuk menyebarkan informasi pribadinya di WhatsApp. Mereka masih belum mengetahui mengenai dampak dari interaksi online yang secara tidak sadar telah direkam oleh penyedia layanan tersebut, sehingga mereka dengan sukarela mengungkapkan informasi pribadinya secara visual maupun emosional di Aplikasi WhatsApp. Aspek ini dapat dinilai dari beberapa indikator penyusun, diantaranya pengetahuan mengenai fitur setting privasi yang ada di WhatsApp, fitur enkripsi end to end, *backup chat* serta *disappearing messages*.

3. Pengetahuan mengenai hukum perlindungan data di Indonesia

Aspek ini lebih berfokus pada pemahaman pengguna WhatsApp mengenai peraturan hukum yang ada di Indonesia. Pengguna WhatsApp hendaknya mengetahui apa saja bentuk peraturan hukum yang dapat melindungi data pribadi mereka di WhatsApp. Adanya pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna mengenai hukum yang melindungi mereka dalam berinteraksi di WhatsApp dapat dijadikan sebagai salah satu strategi ketika mereka mengalami pelanggaran privasi. Aspek ini dapat dinilai

berdasarkan beberapa indikator yaitu pengetahuan pengguna mengenai hak pribadi dan batasan hukum yang diberlakukan untuk lembaga penyedia layanan seperti WhatsApp.

4. Pengetahuan mengenai strategi dalam mengontrol data privasi media sosial

Selain mengetahui mengenai hukum perlindungan di Indonesia, pengguna WhatsApp harus dapat mengambil dan menerapkan sebuah tindakan yang dapat digunakan untuk melindungi data privasi mereka. Salah satunya yaitu dengan membuat strategi perlindungan data saat menggunakan WhatsApp sebagai platform untuk berinteraksi. Sebagian besar pengguna telah mengetahui bahwasannya perilaku online mereka dapat direkam oleh media sosial, namun pada kenyataannya pengguna cenderung tidak menggunakan strategi untuk melindungi privasi mereka. Pengguna beranggapan bahwa selama hal tersebut masih bermanfaat bagi mereka, maka mereka yakin bahwa tidak akan menimbulkan ancaman privasi.

Aspek ini terbentuk dari beberapa indikator yang diantaranya mengenai pengetahuan dalam mengelola data privasi, membedakan informasi pribadi dengan informasi yang bersifat publik, mengontrol penggunaan informasi pribadi dan menyusun langkah – langkah dalam melindungi privasi mereka di WhatsApp.

1.6.2 Definisi Operasional

1.6.2.1 Pengetahuan Pengguna Mengenai Aspek Praktik Kelembagaan Aplikasi Whatsapp

- Pengetahuan terkait kebijakan privasi yang ada di Aplikasi WhatsApp
- Pengetahuan mengenai proses pengumpulan dan penggunaan data di WhatsApp
- Pengetahuan mengenai pihak yang bertanggung jawab dengan pengelolaan data di WhatsApp

1.6.2.2 Pengetahuan Pengguna Mengenai Aspek Teknis Perlindungan Data Aplikasi Whatsapp

- Pengetahuan mengenai fitur – fitur setting privasi yang ada di WhatsApp
- Pengetahuan mengenai *enkripsi end to end*
- Pengetahuan mengenai fitur *backup chat*
- Pengetahuan mengenai *disappearing messages*

1.6.2.3 Pengetahuan Mengenai Hukum Perlindungan Data Di Indonesia

- Pengetahuan mengenai Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Pengetahuan mengenai pasal yang membahas tentang perlindungan data pribadi
- Pengetahuan mengenai hak pribadi pengguna berdasarkan hukum perlindungan data pribadi
- Pengetahuan mengenai batasan hukum yang diberlakukan pada WhatsApp

1.6.2.4 Pengetahuan Pengguna Mengenai Aspek Strategi Dalam Mengontrol Data Privasi Aplikasi Whatsapp

- Pengetahuan untuk membedakan informasi yang bersifat privasi dan informasi yang bersifat publik
- Pengetahuan untuk mengontrol pengolahan dan penggunaan informasi pribadi
- Pengetahuan dalam menyusun langkah – langkah yang dapat dilakukan untuk melindungi data privasi di WhatsApp
- Pengetahuan untuk melakukan pembersihan informasi pribadi atau *web cache browser*

1.7 Metode dan Prosedur Penelitian

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan mengenai beberapa indikator pada metode dan prosedur penelitian, antara lain yaitu metode penelitian, populasi

dan sampel yang akan digunakan, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta metode analisis dan interpretasi data.

1.7.1 Metode Penelitian

Penelitian mengenai literasi privasi di kalangan generasi *baby boomer* pengguna WhatsApp di Surabaya menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan yang dipilih ialah deskriptif. Penelitian ini memilih jenis metode kuantitatif deskriptif dikarenakan dengan menggunakan metode ini dapat memberikan gambaran yang rinci mengenai suatu fenomena atau gejala yang sedang terjadi secara lebih terstruktur dan terencana. Hal tersebut juga relevan dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016) pada bukunya, bahwa metode deskriptif memiliki fungsi untuk mendeskripsikan serta memberikan gambaran mengenai objek penelitian dengan melalui data dari sampel yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa perlu menganalisis serta menarik kesimpulan secara umum. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan peneliti dapat menggambarkan tentang literasi privasi di kalangan generasi *baby boomer* pengguna WhatsApp di Surabaya.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian yang dikemukakan oleh Moeleong (2000: 86), menjelaskan bahwa terdapat beberapa pertimbangan dalam menentukan lokasi penelitian, yaitu dengan mempertimbangkan kesesuaian antara teori *substantive* dan keadaan sesungguhnya yang ada di lapangan. Oleh karena itu, peneliti memilih lokasi penelitian di Surabaya agar dapat memperoleh data yang tepat dan sesuai dengan yang dibutuhkan, dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Kota Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan yang telah dinobatkan menjadi Kota Literasi di Indonesia sejak tahun 2014 hingga pada saat ini (A'yuni, 2015). Hal tersebut dibuktikan dengan adanya berbagai macam program gerakan literasi, wisata literasi serta penyediaan

sarana dan prasarana yang sangat mencukupi sehingga dapat menumbuhkan serta mengembangkan budaya literasi masyarakat di Surabaya.

2. Adanya pertimbangan mengenai keefektifan dan efisiensi terkait faktor geografis, faktor ekonomis dan faktor waktu. Selain itu, kemudahan dalam mengakses lokasi penelitian menjadi salah satu pertimbangan peneliti dalam menentukan lokasi penelitian.

1.7.3 Populasi Penelitian

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan unit atau individu dalam suatu ruang lingkup yang akan diteliti (Martono, 2016: 76). Hal tersebut juga selaras dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah yang digeneralisasikan, meliputi: objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diambil sebuah kesimpulan. Adapun populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat generasi *baby boomer* yang menggunakan Aplikasi WhatsApp dan berdomisili di Kota Surabaya. Dalam penelitian ini, mereka nantinya akan menjadi responden mengenai pengetahuan tentang literasi privasi di WhatsApp.

1.7.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel ialah sebagian kecil dari populasi yang dapat mewakili karakteristik dari seluruh anggota populasinya (Sugiyono, 2016). Oleh karena itu sampel harus representatif, dimana sampel tersebut dapat mewakili setiap anggota dari populasi yang akan diteliti. Hal ini dilakukan agar sampel yang diambil dapat mewakili seluruh dari populasi, sehingga dapat digeneralisasikan untuk menjelaskan karakteristik populasi tersebut.

Bungin (2005: 115) menyatakan bahwa metode pengambilan sampel ialah sebuah cara atau teknik yang digunakan untuk memperoleh sampel penelitian, sehingga sampel tersebut memiliki sifat representatif serta dapat mewakili populasi yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian

ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu *non-random sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pada pengambilan jenis sampel ini, responden sampel dipilih berdasarkan beberapa kriteria dan kualitas khusus yang telah ditentukan oleh peneliti. Berikut merupakan kriteria yang digunakan sebagai acuan peneliti dalam mengambil sampel pada penelitian ini, antara lain:

1. Masyarakat kelahiran 1945-1965 dan dikategorikan sebagai generasi *baby boomers*.
2. Masyarakat berdomisili di Kota Surabaya.
3. *Baby boomer* yang memiliki serta aktif menggunakan Aplikasi WhatsApp selama 4 bulan terakhir.

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, maka sampel yang akan diambil untuk dapat mewakili populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Pada artikel yang ditulis oleh Fraenkel dan Wallen menyatakan bahwa “*recommended sampling with minimum of 100 individuals*” (O’Dwyer, 2014). Adanya pernyataan tersebut dapat dijadikan sebagai pedoman peneliti untuk menentukan pengambilan jumlah responden. Penelitian ini akan mengambil sampel secara proporsional dengan cara memetakan generasi *baby boomer* kedalam beberapa wilayah kerja yang ada di Kota Surabaya seperti wilayah Surabaya Pusat, Surabaya Utara, Surabaya Timur, Surabaya Barat dan Surabaya Selatan. Dari beberapa wilayah kerja tersebut selanjutnya nantinya akan dipilih 100 generasi *baby boomer* yang memenuhi kriteria untuk menjadi responden pada penelitian ini. Untuk mendapatkan hasil yang merata, peneliti akan mengambil 20 orang responden pada setiap wilayah yang ada di Surabaya, hal ini bertujuan agar hasil sampel yang diambil dapat mewakili populasi di daerah tersebut, berikut hasil pembagian sampel pada wilayah di Kota Surabaya:

Tabel 1. 1 Pembagian Sampel

Wilayah	Jumlah Sampel
Surabaya Pusat	20
Surabaya Utara	20
Surabaya Timur	20
Surabaya Barat	20
Surabaya Selatan	20
Total	100

Sumber: Hasil olahan peneliti

Berdasarkan hasil penentuan sampel pada tabel diatas, dapat diperoleh beberapa langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dari responden, antara lain:

1. Peneliti memasuki wilayah Kota Surabaya bagian Pusat.
2. Peneliti mulai menelusuri wilayah Surabaya Pusat untuk memperoleh 20 responden.
3. Kemudian, peneliti menanyakan kepada salah satu warga setempat mengenai kriteria responden pada penelitian ini.
4. Setelah mengetahui informasi mengenai warga terkait, peneliti mulai mendatangi warga yang memenuhi kriteria untuk menjadi calon responden.
5. Setelah penelitt bertemu dengan calon responden tersebut, kemudian peneliti menanyakan apakah responden berdomisili di Surabaya.
6. Peneliti menanyakan apakah memiliki perangkat IT yang dapat digunakan untuk mengakses Aplikasi *chatting*.
7. Peneliti menanyakan apakah responden memiliki serta menggunakan Aplikasi WhatsApp secara aktif selama 4 bulan terakhir.
8. Apabila responden memenuhi ketiga kriteria diatas, maka peneliti akan langsung memberikan pertanyaan berupa kuesioner.
9. Setelah itu peneliti menanyakan kepada responden tersebut mengenai apakah terdapat warga di daerah tersebut yang memenuhi kriteria untuk menjadi responden pada penelitian ini.

10. Peneliti mengulangi langkah satu hingga lima pada wilayah lain yang ada di Kota Surabaya.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan alat atau langkah-langkah yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Pada penelitian ini, terdapat beberapa sumber data yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden (Suyanto dan Sutinah, 2005). Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penyebaran angket atau kuesioner. Kuesioner didefinisikan sebagai suatu daftar pertanyaan yang telah tersusun secara sistematis untuk disebarikan kepada responden yang telah terpilih (Sugiyono, 2016), kemudian peneliti dapat memperoleh jawaban yang telah diisi oleh responden pada kuesioner. Pada penelitian ini kuesioner akan disebarikan secara offline/online dengan menggunakan fitur google form dan angket sehingga dapat langsung diisi langsung oleh responden. Selain melalui kuesioner, peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan cara probing yang digunakan untuk mendapatkan jawaban yang lebih mendalam lagi serta melihat kecenderungan yang unik dari pernyataan responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melainkan dapat melalui *browsing* di internet, berdasarkan penelitian terdahulu atau studi literatur yang telah dilakukan serta sumber lainnya (Sugiyono 2010). Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang ada berkaitan dengan latar belakang penelitian ini. Data dapat diperoleh dari berbagai macam literatur seperti laporan, buku, atau catatan yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Tujuan pengumpulan data ini yaitu agar memperoleh pengetahuan dasar dan sudut pandang yang berbeda-beda yang telah dilakukan dalam bentuk tertulis seperti

penelitian, kemudian menganalisis bagian-bagian yang selinier dengan permasalahan yang diteliti. Hal ini dapat digunakan sebagai data pendukung dari data yang telah diperoleh di lapangan, sehingga dapat dijadikan sebagai perbandingan teoritis antara hasil data yang diperoleh dengan hasil dari penelitian terdahulu.

1.7.6 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1.7.6.1 Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul kemudian akan diolah dan disajikan dengan cara yang baik agar dapat mudah untuk dipahami. Pada umumnya, teknik pengolahan data mencakup tiga tahapan, yaitu *editing*, *coding*, dan *tabulation* (Suyanto dan Sutinah, 2011). Berikut merupakan penjelasan dari tiga tahapan pengolahan data:

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Langkah pertama dalam pengolahan data, ialah pengecekan data (*editing*) pada data yang telah terkumpul. Tujuan dari tahapan ini yaitu untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan serta kekeliruan yang berada di dalam data tersebut. Pemeriksaan data ini digunakan untuk mendapatkan jawaban yang jelas, terbaca, relevan serta akurat berdasarkan isi kuesioner yang dibagikan kepada responden. Terdapat beberapa indikator yang perlu diperhatikan pada saat melakukan proses editing yaitu kelengkapan dari isi jawaban kuesioner, konsistensi jawaban, relevansi jawaban serta kesatuan data.

2. Pembuatan Kode (*Coding*)

Setelah dilakukan pengecekan data, langkah selanjutnya adalah pembuatan kode atau *coding* atau pengklasifikasian data (Bungin, 2005: 165). Tahapan ini merupakan proses untuk memberikan atau membuat kode pada setiap data yang memiliki kategori yang sama. Pengkodean digunakan untuk menyederhanakan data yang diperoleh dengan cara memberikan tanda atau simbol pada setiap jawaban atau menandai setiap

jawaban dengan kode tertentu untuk memudahkan peneliti dalam mengelompokkan jawaban dengan responden menurut jenis jawabannya.

3. Tabulasi (*Tabulating*)

Tabulasi merupakan tahapan untuk membuat tabel yang didalamnya berisikan data yang telah dikodekan sesuai dengan kategorinya (Hasan, 2004). Tahapan yang dilakukan sebelum membuat tabel yaitu penginputan data yang telah dikoding kedalam program SPSS. Setelah itu, peneliti juga menggunakan Microsoft Excel untuk mempermudah proses pembuatan tabulasi. Tahapan ini bertujuan untuk mengetahui hasil jawaban yang diberikan oleh responden berdasarkan variabel penelitian yang nantinya akan mempermudah proses selanjutnya yaitu analisis data. Dengan adanya tabulasi dapat digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga memudahkan peneliti dalam memahami temuan data pada penelitian ini mengenai literasi privasi pada generasi *baby boomer* pengguna Aplikasi WhatsApp di Surabaya.

1.7.6.2 Teknik Analisis Data

Proses selanjutnya yang akan dilakukan setelah melakukan pengolahan data yaitu proses analisis data. Tujuan dari proses analisis data yaitu untuk mengetahui bagaimana cara menggunakan teknik tertentu untuk dapat menginterpretasikan data secara teoritis. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif. Analisis data dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dilakukan untuk dapat menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menyimpulkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan atau menggeneralisasi secara umum. Pada teknik statistik deskriptif meliputi meliputi beberapa aspek seperti data yang diolah dalam diagram lingkaran, grafik, tabel, piktogram, perhitungan pola, median, mean, desil, dan perhitungan persentil dengan memperhitungkan rata-rata, standar deviasi serta persentase (Sugiyono, 2016).

1.7.6.3 Alat Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, data yang ada di kuesioner atau tanggapan responden akan dianalisis dengan cara pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Metode pengukuran skor yang digunakan pada penelitian ini ialah skala likert. Skala ini berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial yang terjadi (Sugiyono, 2016). Metode yang digunakan untuk mengukur skala likert yaitu dengan cara memberikan beberapa pertanyaan dan juga pernyataan kepada responden yang terpilih. Kemudian, responden juga diminta untuk memilih jawaban yang disediakan dalam kuesioner pada pertanyaan tertutup. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pertanyaan terbuka untuk memudahkan proses pengukuran. Skala likert digunakan pada penelitian ini untuk dapat mengklasifikasikan jawaban yang dijelaskan oleh responden. Penelitian ini menggunakan bentuk pertanyaan atau pernyataan yang positif dengan menggunakan skala likert. Skor yang akan diberikan untuk pertanyaan atau pernyataan positif yaitu 1, 2, 3, 4, 5. Studi ini menggunakan 5 skala pilihan, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Skala Likert yang Digunakan dalam Penelitian

Skala Likert	Nilai
Sangat Tidak Tahu	1
Tidak Tahu	2
Ragu-Ragu	3
Tahu	4
Sangat Tahu	5

Sumber: Hasil olahan peneliti

Setelah diberikan skor untuk setiap jawaban yang dimiliki, selanjutnya kalikan jawaban setiap pertanyaan dengan skornya. Kemudian, hitung hasil dari jumlah perkalian dan nilai rata-rata

kemudian dibahas secara deskriptif. Untuk mencari nilai rata-rata dapat dilakukan perhitungan dengan cara menghitung banyaknya frekuensi dibagi dengan besar sampel. Hasil dari perhitungan rata-rata dapat digunakan untuk menentukan kategori jawaban mulai dari kategori tinggi, sedang, atau rendah. Cara untuk menentukannya adalah dengan mengacu pada kelas interval. Oleh karena itu, peneliti terlebih dahulu menghitung interval klasifikasi sebagai berikut.

$$\frac{\text{Nilai Teringgi}-\text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian, berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kelas interval atau batasan pada masing-masing kategori tanggapan responden yaitu:

Tabel 1. 3 Skala Interval

Interval	Kategori
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi
3,41 – 4,20	Tinggi
2,61 – 3,40	Sedang
1,81 – 2,60	Rendah
1,00 – 1,80	Sangat Rendah

Sumber: Hasil olahan peneliti