

**ANALISIS *CYBERSECURITY* PADA INSTAGRAM UNTUK MENGUKUR
*CUSTOMER TRUST***

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Cliff Cornellius Salim

2011130116

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT

No. 227/SK/BAN – PT/AK-XVI/S/XI/2013)

BANDUNG

2017

**ANALYSIS OF CYBERSECURITY ON INSTAGRAM TO ASSESS
CUSTOMER TRUST**

(Case Study on Student of Parahyangan Catholic University)



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete the requirements of
a Bachelor Degree in Economics

By:

Cliff Cornelius Salim

2011130116

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

ACCOUNTING DEPARTMENT

(Accredited based on the Degree of BAN-PT

No. 227/SK/B-PT/AK-XVI/S/XI/2013)

BANDUNG

2017

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI



ANALISIS *CYBERSECURITY* PADA INSTAGRAM UNTUK MENGUKUR
CUSTOMER TRUST
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan)

Oleh:

Cliff Cornelius Salim
2011130116

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 3 Agustus 2017
Ketua Program Studi Akuntansi



ub

Gery Raphael Lusanjaya, S.E., M.T.

Pembimbing,

Ko-Pembimbing,

Dr. Paulina Permatasari, M.Ak., CMA.,
CSRS., CSRA.

Gery Raphael Lusanjaya, S.E.,
M.T.

PERNYATAAN:

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Cliff Cornelius Salim

Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 26 Juli 1993

Nomor Pokok : 2011130116

Program studi : Akuntansi

Jenis naskah : Skripsi

JUDUL

ANALISIS *CYBERSECURITY* PADA INSTAGRAM UNTUK MENGUKUR *CUSTOMER TRUST*

(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan)

dengan,

Pembimbing : Dr. Paulina Permatasari, M.Ak., CMA., CSRS., CSRA.

Ko-pembimbing : Gery Raphael Lusanjaya, S.E., M.T.



SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 ayat (2) UU.No.20 tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 3 Agustus 2017

Pembuat pernyataan :



(Cliff Cornelius Salim)

ABSTRAK

Teknologi komunikasi semakin lama semakin berkembang dengan cepat. Melihat perkembangan pesat ini, banyak perusahaan mencoba untuk bergerak pada ranah media sosial, salah satunya adalah Barbn, Inc. Sebagai salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia, Instagram tentu harus memperhatikan kepercayaan dari para penggunanya. Instagram perlu memperhatikan risiko-risiko yang mungkin saja terjadi baik pada perusahaan maupun pengguna. Maka dari itu, Instagram memerlukan *cybersecurity* untuk meminimalisasi dampak dari risiko-risiko yang mungkin saja terjadi.

Cybersecurity adalah teknologi yang menemukan, melindungi, dan menjamin segala sesuatu yang berkaitan dengan keamanan perusahaan dari ancaman luar. Di dalamnya, *cybersecurity* memiliki bentuk implikasi pengendalian pada keamanan dan kekuatan sistem, yaitu *operating system security* yang terdiri dari *authentication and authorization*, *file system permissions*, *access privileges*, *logging and system monitoring*, dan *system services*. Keamanan sistem memiliki hubungan dengan tingkat *customer trust*. *Customer trust* adalah keinginan konsumen untuk mempercayai pihak lain dalam melakukan transaksi. Untuk mengukur *customer trust* di teknologi dapat dilihat dari tiga indikator, yaitu teknologi informasi, reputasi, dan *perceived risk*.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan *hypothetico-deductive method* untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan informasi secara sistematis sehingga memberi gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan observasi, yang selanjutnya dilakukan analisis berdasarkan studi kepustakaan. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *cybersecurity* dan *customer trust* pada Instagram. Penelitian ini mencoba melihat hubungan antara *cybersecurity* yang dimiliki oleh Instagram dengan *customer trust* pada Instagram itu sendiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cybersecurity* pada Instagram belum sepenuhnya memadai bagi pengguna, seperti tidak semua pengguna menerima surat elektronik dari Instagram mengenai keamanan akun serta *update* dan *maintenance* yang dilakukan pihak Instagram itu sendiri. Dari hasil penelitian, Penulis memberi saran kepada pengguna Instagram untuk membaca terlebih dahulu *terms and privacy policy* Instagram dan memahami Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sementara itu, kepada pihak Instagram Penulis menyarankan untuk menyetarakan informasi berupa surel kepada seluruh pengguna mengenai keamanan akun, *update*, dan *maintenance* Instagram sehingga Instagram dan para penggunanya dapat berkolaborasi dalam penggunaan Instagram yang aman dan nyaman.

Kata kunci: *Cybersecurity, Customer Trust*

ABSTRACT

Communication technology has been developing so fast. This rapid development attracted a lot of companies to try running their businesses on social media area. One of those companies is Barbn, Inc. As one of the largest social networks in the world, Instagram must take into account the trust given by its users. It is necessary to consider all risks which may occur and affect both the company and its customers. Therefore, Instagram needs cybersecurity to minimize the possible impacts of those risks.

Cybersecurity is a technology which discovers, protects, and ensures everything dealing with corporate security from external threats. Cybersecurity has a controlling implication form on system security and strength, known as operating system security. It consists of authentication and authorization, file system permissions, access privileges, logging and system monitoring, and system services. System security correlates with customer trust level. Customer trust is the eagerness of customer to rely on another party in doing transactions. Customer trust in technology can be measured through three indicators, namely information technology, reputation, and perceived risk.

This research was conducted by using hypothetico-deductive method in collecting, analyzing, and presenting information systematically in order to provide a clear description of the object investigated. Data collection was performed through questionnaire and observation, followed by analysis based on literature review. Focusing on cybersecurity and customer trust in Instagram as research object, this research attempted to investigate the correlation between cybersecurity of Instagram and customer trust in this social media.

Research finding shows that cybersecurity of Instagram has not been sufficient for its users, for example not all users received e-mail from Instagram regarding account security as well as updates and maintenances undertaken by Instagram. Based on the result of this research, it is suggested that all Instagram users read carefully terms and privacy policy and understand Electronic Information and Transactions Law. Meanwhile, it is also recommended that Instagram equalize information by sending e-mail to all users regarding account security as well as updates and maintenances undertaken by Instagram. Therefore, Instagram and its customers can collaborate for safe and convenient use of Instagram.

Keywords: *Cybersecurity, Customer Trust*

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan anugerah yang diberikan-Nya dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Cybersecurity* Pada Instagram Untuk Mengukur *Customer Trust* (Studi Kasus pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan skripsi ini. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, dukungan, doa dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini izinkanlah penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih terhadap semua pihak yang telah memberikan bantuan, khususnya kepada:

1. Theo Lim dan Lilis Riswaty, orang tua penulis yang selalu memberi dukungan di berbagai kondisi.
3. Clement Constantinus Salim, kakak penulis yang selalu memberi “dukungan” kepada penulis.
4. Keluarga besar, Yuliani, Ivan, Adrian, (Alm.) Yanto, Merry, dan semua yang tidak dapat disebut satu per satu. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan kepada penulis selama enam tahun.
5. Dr. Paulina Permatasari, M.Ak., CMA., CSRS., CSRA., dosen pembimbing penulis yang selama pengerjaan skripsi ini selalu memberi nasihat dan masukan. Mohon maaf kalau penulis selalu membuat ibu pusing.
6. Gery R. Lusanjaya, SE., MT, kaprodi akuntansi dan dosen ko pembimbing penulis yang selama pengerjaan skripsi ini selalu sabar menghadapi penulis yang sangat keras kepala. Mungkin dapat dipertimbangkan kembali siapa yang keras kepala Pak.
7. Dr. Amelia Setiawan, S.E., M.Ak, Ak., CISA, dosen yang selalu memberi masukan, teman menulis, dan teman cerita selama di perkuliahan. Dosen yang

sejauh ini punya pola pikir sangat sederhana dan terlihat cuek, padahal di dalam kepalanya selalu berpikir terus menerus.

8. Verawati Suryaputra, S.E., M.M., dosen wali penulis yang selalu setia menemani penulis dari awal perkuliahan sampai dengan akhir perkuliahan. Terima kasih atas segala ‘motivasi’ yang telah diberikan selama enam tahun. Tetap jadi orang yang optimis ya bu!
9. Teja Jatmika, teman penulis dari awal kuliah. Terima kasih atas segala nasihat, bantuan yang tiada akhir selama enam tahun ini, perdebatan yang tiada akhir, dan teman cerita yang terus mengikuti perjalanan hidup penulis dari awal kuliah sampai akhir. Mungkin penulis tidak dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik tanpa nasihat Anda. Penulis sangat berterima kasih dan mohon maaf jika penulis keras kepala. Akhir kata semoga Anda tidak berkelakuan ‘hewan’ lagi.
10. Vito Varian, teman penulis dari awal kuliah. Terima kasih telah mengajarkan apa itu iman dan takwa kepada Tuhan, serta sebagai teman cerita penulis meskipun tidak mengikuti perjalanan kuliah penulis dari awal sampai akhir karena ‘lulus duluan’.
11. Michaela Mitzi, teman ‘tersetan’ penulis dari awal kuliah. Terima kasih sudah memberikan sudut pandang terburuk dari suatu kejadian, meskipun Mitzi yang sekarang sudah mulai dapat memberikan sudut pandang positif.
12. Virgilia Silvana, teman penulis dari awal kuliah. Terima kasih sudah menemani penulis hanya untuk tiga setengah tahun saja (lulusnya buru-buru banget).
13. Sandra Faninda, teman penulis selama perkuliahan. Terima kasih sudah menemani penulis dengan omongan-omongan tidak berbobot. Sukses semester depan mengajar mahasiswa yang mungkin bentukannya seperti penulis.
14. Darwin, Andrew, Agnes, dan Helena sebagai Grup Omdo. Terima kasih selalu memberi semangat dan doa kepada penulis. Semoga omongan kalian ke depannya tidak sekedar wacana saja.
15. TFN, Garry, Ilyas, Firta, Agi, Imam, Danang, Ule, Eca, Arky dan yang lainnya yang tidak mungkin disebut satu per satu. Terima kasih atas momen-momen selama di perkuliahan.

16. Teman-teman *Student Center*, Ega, Arthur, Ricky, Reza, dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas cerita dan tawa selama di perkuliahan.
17. Teman-teman Akuntansi, Dito, Irfan, Sharleen, Sheilla, Ina, Ilham, dan teman-teman akuntansi angkatan 2010, 2011, 2012, dan 2013. Terima kasih atas segala dukungan dan cerita selama di perkuliahan.
18. Angkatan Satya Prana (ASP) dan Mahitala, terima kasih atas kesempatannya untuk berjuang bersama dan mengembangkan kemampuan penulis selama masa perkuliahan. Penulis merasa sangat senang pernah berjuang bersama kalian pada proses Pendidikan dan Pelatihan Dasar Mahitala.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka pada kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini.

Bandung, Agustus 2017

Penulis

Cliff Cornellius Salim

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Kerangka Pemikiran	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Sistem Informasi Akuntansi	7
2.1.1. Komponen Sistem Informasi Akuntansi	8
2.1.2. Komponen COSO <i>Internal Control</i>	9
2.2. Cybersecurity	10
2.2.1. <i>Cybersecurity Objectives</i>	10
2.2.2. <i>Cybersecurity Control</i>	11
2.2.3. <i>Operation System Security</i>	13
2.2.4. <i>Cybersecurity Menurut COSO</i>	15
2.3. <i>Cybercrime</i>	17
2.3.1. Definisi <i>Cybercrime</i>	17
2.3.2. Objek Penyerangan <i>Cybercrime</i>	18
2.3.3. Dampak dari <i>Cybercrime</i>	18
2.4. <i>Customer Trust</i>	20
2.4.1. Definisi <i>Customer Trust</i>	20
2.4.2. Ukuran <i>Customer Trust</i>	20
2.4.3. Penelitian Mengenai <i>Customer Trust</i>	21
2.5. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik	22

2.5.1. Akses Tanpa Izin.....	23
2.5.2. Penyebaran Berita atau Informasi Tanpa Izin.....	23
2.5.3. Pemberian Ancaman	23
2.5.4. Meretas Hak Akses Sistem Elektronik.....	24
2.5.5. Intersepsi Atas Informasi Elektronik	24
2.5.7. Merusak Sistem Elektronik.....	25
2.5.8. Transaksi Ilegal Menggunakan Sistem Elektronik	25
2.5.9. Manipulasi, Penciptaan, Perubahan, Penghilangan, atau Pengrusakan Informasi Elektronik	26
2.5.10. Kegiatan yang Dapat Merugikan Orang Lain	26
2.5.11. Pelanggaran Terhadap Sistem Elektronik Diluar Indonesia	26
BAB 3. METODE DAN OBJEK PENELITIAN	27
3.1. Metode Penelitian	27
3.2. Objek Penelitian.....	34
BAB 4. PEMBAHASAN.....	36
4.1. <i>Cybersecurity</i> yang selama ini diterapkan Instagram	36
4.1.1. <i>Terms</i> Instagram.....	36
4.1.2. <i>Privacy Policy</i> Instagram.....	37
4.2. Pencegahan <i>Cybercrime</i> dengan Menggunakan <i>Cybersecurity</i> Pada Instagram.....	42
4.2.1. Pengelolaan <i>Cyber Risk</i> Menurut COSO pada Instagram	43
4.2.2. Pengelolaan <i>Cyber Risk</i> Menurut COSO <i>Internal Control</i> Pada Instagram	43
4.3. Pengaruh <i>Cybercrime</i> Terhadap <i>Customer Trust</i> Pada Media Sosial.....	44
4.3.1. Pengaruh Langsung <i>Cybercrime</i> Terhadap <i>Customer Trust</i> Pada Media Sosial	44
4.3.2. Pengaruh Tidak Langsung <i>Cybercrime</i> Terhadap <i>Customer Trust</i> Pada Media Sosial	45
4.4. Analisis <i>Cybersecurity</i> pada Instagram Untuk Mengukur <i>Customer</i> <i>Trust</i>	45
4.4.1. <i>Cybersecurity</i> pada Instagram.....	45
4.4.1.1. <i>Authentication and Authorization</i>	45
4.4.1.1.1. <i>Synchronize</i> Nomor Telepon.....	46
4.4.1.1.2. <i>Double Log In</i>	47
4.4.1.2. <i>File System Permissions</i>	49

4.4.1.2.1. <i>Posting</i> Gambar atau Video Pada Instagram....	49
4.4.1.2.2. Komentar Pada Gambar atau Video Pada Instagram.....	50
4.4.1.2.3. <i>Direct Message</i>	52
4.4.1.3. <i>Access Privileges</i>	53
4.4.1.4. <i>Logging and System Monitoring</i>	54
4.4.1.4.1. Salah <i>Password</i>	54
4.4.1.4.2. Jumlah <i>Posting</i> Pada Akun Instagram	54
4.4.1.5. <i>System Services</i>	55
4.4.1.5.1. <i>E-mail</i> Mengenai Keamanan Akun Pengguna .	55
4.4.1.5.2. <i>E-mail</i> Mengenai <i>Update</i> dan <i>Maintenance</i> Instagram.....	56
4.4.2. <i>Customer Trust</i>	57
4.4.2.1. <i>Technology Information</i>	57
4.4.2.2. <i>Reputation</i>	58
4.4.2.3. <i>Perceive Risk</i>	60
4.4.2.3.1. <i>Hack Account</i>	60
4.4.2.3.2. Penyebaran Gambar atau Video Tanpa Izin.....	62
4.4.2.3.3. Manipulasi Gambar atau Video Tanpa Izin	66
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Pengelolaan <i>Cyber Risk</i> COSO.....	17
Gambar 2. 2. SRT Model.....	22
Gambar 3. 1. Hubungan Antar Variabel.....	28
Gambar 4. 1. Jumlah Responden yang Melakukan <i>Synchronize</i> dengan Nomor Telepon Genggam.....	46
Gambar 4. 2. Tingkat Keamanan dengan <i>Synchronize</i> Nomor Telepon Genggam.....	47
Gambar 4. 3. Jumlah Responden yang Pernah Mengalami atau Melakukan <i>Double Log In</i>	48
Gambar 4. 4. Jumlah Responden yang Menerima <i>E-mail</i> Terkait <i>Double Log In</i> ...	48
Gambar 4. 5. Tingkat Responden Melakukan <i>Posting</i> Gambar atau Video Pada Instagram.....	49
Gambar 4. 6. Tingkat Keamanan Gambar atau Video Pada Instagram Menurut Responden.....	50
Gambar 4. 7. Pendapat Responden Mengenai Fitur Komentar sebagai Alat <i>Cyberbullying</i>	51
Gambar 4. 8. Tingkat Responden Mendapatkan Komentar Mengenai SARA atau Pornografi.....	52
Gambar 4. 9. Tingkat Keamanan <i>Direct Message</i> Menurut Responden.....	53
Gambar 4. 10. <i>Logging</i> Pada Akun Pengguna.....	54
Gambar 4. 11. Tingkat keseringan <i>E-mail</i> yang Diterima Pengguna Terkait Keamanan Akun Pengguna.....	56
Gambar 4. 12. Tingkat Keseringan <i>E-mail</i> yang Diterima Pengguna Terkait <i>Update dan Maintenance</i> Instagram.....	57
Gambar 4. 13. Tingkat Kesesuaian Instagram dengan Harapan Pengguna.....	58
Gambar 4. 14. <i>Rating</i> Instagram Pada AppStore.....	59
Gambar 4. 15. Tingkat Persepsi Responden Atas Jumlah Pengguna Instagram.....	60
Gambar 4. 16. Responden yang Pernah Mengalami <i>Hack Account</i>	61
Gambar 4. 17. Tindakan Responden Ketika Mengalami <i>Hack Account</i>	62
Gambar 4. 18. Pendapat Responden Mengenai Penyebaran Gambar atau Video Pengguna Tanpa Izin.....	63
Gambar 4. 19. Jumlah Responden yang Mengalami Penyebaran Gambar atau Video.....	63
Gambar 4. 20. Tindakan yang Dilakukan Responden Ketika Mengalami Penyebaran Gambar atau Video Pada Instagram.....	64
Gambar 4. 21. Tanggapan Responden Mengenai Penyebaran Gambar atau Video Tanpa Izin.....	65
Gambar 4. 22. Dampak Penyebaran Gambar atau Video Tanpa Izin Terhadap Kepercayaan Pengguna.....	66
Gambar 4. 23. Tanggapan Responden Mengenai Manipulasi Gambar atau Video Tanpa Izin.....	67
Gambar 4. 24. Jumlah Responden yang Pernah Mengalami Manipulasi Gambar atau Video Tanpa Izin.....	67

Gambar 4. 25. Tindakan yang Dilakukan Responden yang Mengalami Manipulasi Gambar atau Video Tanpa Izin	68
Gambar 4. 26. Tanggapan Responden Mengenai Manipulasi Gambar atau Video Tanpa Izin.....	69
Gambar 4. 27. Tanggapan Responden Mengenai Dampak Manipulasi Gambar atau Video Tanpa Izin Terhadap Kepercayaan Pengguna	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Potensial Masalah dan Metode Penyelesaian Masalah	11
Tabel 3. 1. Operasional Variabel	29
Tabel 4. 1. Hasil Rekapitulasi Analisis <i>Cybersecurity</i> Pada Instagram untuk Mengukur <i>Customer Trust</i>	69
Tabel 4. 2. Hubungan Pengukuran <i>Cybersecurity</i> Pada Instagram dengan <i>Terms</i> <i>and Privacy Policy</i> Instagram	72
Tabel 4. 3. Hasil Rekapitulasi Pengukuran <i>Customer Trust</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Kuesioner
Lampiran 2	Jawaban Kuesioner

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet merupakan sebuah jaringan komputer dalam skala mendunia. Jaringan komputer ini berskala internasional yang dapat menghubungkan setiap komputer dan penggunanya saling berkomunikasi. Komunikasi ini yang menjadi awal mula munculnya media sosial sebagai media komunikasi dan informasi. Media sosial adalah sebuah media *online* dengan para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berbagi informasi yang dapat berupa *blog*, jejaring sosial, *wiki*, dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial, dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Berdasarkan data yang dihimpun *We Are Social* (Damar, 2017), ada kenaikan pengguna internet di Indonesia selama setahun, mulai Januari 2015 sampai Januari 2016, yakni sekitar 15 persen. Kenaikan jumlah pengguna internet ini juga memengaruhi penggunaan media sosial yang meningkat 10 persen. Jumlah pengguna aktif internet tahun 2016 sekitar 88,1 juta dan pengguna aktif media sosial di Indonesia sekitar 79 juta pengguna. Jumlah pengguna yang mengakses media sosial melalui perangkat *mobile* ada sekitar 66 juta orang.

Awal terbentuknya sosial media dimulai pada tahun 1978 dari penemuan sistem papan buletin, yang dapat memungkinkan kita untuk mengunggah, atau mengunduh informasi, dapat berkomunikasi dengan menggunakan surat elektronik yang koneksi internetnya masih terhubung dengan saluran telepon dengan modem. Sistem papan buletin ini ditemukan oleh Ward Christensen dan RandySuess yang keduanya adalah sesama pecinta dunia komputer. Perkembangan sosial media pertama kali dilakukan melalui pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti ARPA (Advanced Research Project Agency). Pada tahun 1997, muncul situs jejaring sosial pertama yaitu Sixdegree.com walaupun sebenarnya pada tahun 1995 terdapat situs Classmates.com yang juga merupakan situs jejaring sosial namun, Sixdegree.com dianggap lebih menawarkan sebuah situs jejaring sosial di banding Classmates.com. Dimulai dari tahun 1999 sampai sekarang, media sosial muncul dalam bentuk *blog* dan jejaring sosial yang menjadi media informasi yang populer dan banyak penggunanya.

Salah satu penyedia layanan media sosial yang masih bertahan sampai saat ini adalah Instagram. Instagram berdiri pada bulan Oktober tahun 2010 dan Instagram membuat gebrakan besar dalam dunia media sosial karena Instagram menjadi media sosial yang berfokus pada foto dan video. Instagram menjadi sangat populer pada tahun 2012. Namun, penyebaran foto dan video pada Instagram ini semakin lama menjadi alat media penyebar informasi yang negatif karena setiap pengguna Instagram dapat memberikan komentar pada foto atau video dari pengguna lain sehingga hal ini menimbulkan *cyberbullying*. Pengguna Instagram pun dapat menyebarkan foto atau video yang menyangkut orang lain sehingga hal ini juga merupakan salah satu *cyberbullying*. *Cybersecurity* menjadi sistem yang membatasi hak akses pengguna dan *cybersecurity* dalam Instagram berupa *privacy and policy* Instagram. *Privacy and policy* ini yang berisi aturan bagi pengguna dan Instagram itu sendiri.

Customer trust timbul dari interaksi antara pengguna dan penjual produk. Dalam hal ini media sosial menjual produk dalam bentuk jasa. *Customer trust* menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keberlanjutan dari suatu perusahaan karena tanpa adanya *customer trust* maka tidak akan ada *customer loyalty*. Dengan tidak adanya *customer loyalty* maka akan menurunkan penggunaan media sosial sehingga hal ini juga dapat memengaruhi reputasi dari media sosial tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan fokus pada Instagram yang bergerak di bidang industri media sosial.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan diatas, maka peneliti merumuskan pokok-pokok permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *cybersecurity* yang selama ini diterapkan pada Instagram?
2. Apakah *cybersecurity* Instagram dapat mencegah *cybercrime* yang terjadi pada pengguna Instagram?
3. Bagaimana *cybercrime* dapat memengaruhi *customer trust* pada media sosial?
4. Bagaimana hasil analisis *cybersecurity* pada Instagram untuk mengukur *customer trust*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan peneliti terkait pokok-pokok permasalahan yang muncul dari latar belakang, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui *cybersecurity* yang selama ini diterapkan pada Instagram.
2. Mengetahui *cybersecurity* Instagram sudah memuat aturan yang jelas terkait dengan *cybercrime* yang terjadi pada pengguna Instagram.
3. Mengetahui bagaimana bagaimana *cybercrime* dapat memengaruhi *customer trust* pada media sosial.
4. Mengetahui hasil analisis *cybersecurity* pada Instagram untuk mengukur *customer trust*.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan hasil penelitian dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pihak:

1. Pembaca
Hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan bagi pembaca bahwa media sosial memiliki peranan pada *customer trust*.
2. Penelitian selanjutnya
Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan gambaran kecil untuk penelitian selanjutnya.

1.5. Kerangka Pemikiran

Instagram sebagai media sosial dan media komunikasi membutuhkan batasan bagi penggunanya. Batasan yang digunakan oleh Instagram melalui *privacy and policy* yang harus sudah mendapatkan sertifikat. Pengguna Instagram terkadang menjadi korban atau sebagai pelaku *cybercrime*. *Cybercrime* merupakan tindakan kriminal yang dilakukan dengan menggunakan teknologi komunikasi. *Cybercrime* yang dimaksud adalah (1) *cyberbullying*, pengguna Instagram memberikan komentar yang berhubungan dengan SARA (Suku Agama Ras Antargolongan) pada kolom komentar pengguna akun Instagram lain dan (2) *fake account*, pengguna menggunakan akun

yang bukan merupakan identitas diri asli pengguna. *Cyberbullying* yang terjadi di Instagram biasanya melalui fitur komentar pada foto yang disebar oleh pengguna Instagram lain. Contoh dari *cyberbullying* di tanah air adalah kasus selebriti tanah air, yaitu Chika Jessica yang dihina PSK oleh seorang pengguna *Instagram* lain melalui fitur komentar pada *posting-an* Instagram Deddy Corbuzier (detikHOT: Celebs, 2017). Contoh *fake account* yang kerap terjadi adalah penipuan belanja *online* oleh pengguna *fake account* di Instagram (Lapor: Beranda, 2017). Instagram sebagai media sosial yang sudah memiliki sertifikasi SSL (Secure Sockets Layer) menunjukkan bahwa Instagram sudah layak pakai dan melindungi data pengguna Instagram. Sertifikasi ini merupakan salah satu bentuk jaminan *cybersecurity* yang dimiliki oleh Instagram. Definisi *cybersecurity* (Craig, Diakun-Thibault, & Purse, 2014:14) adalah sebagai berikut:

“Cybersecurity is the collection of tools, policies, security concepts, security safeguards, guidelines, risk management approaches, actions, training, best practices, assurance and technologies that can be used to protect the cyber environment and organization and user's assets.”

Terdapat tiga konsep *cybersecurity* (ISACA, 2015:6), yaitu (1) *confidentiality* untuk perlindungan informasi yang belum diotorisasi atau diungkapkan, (2) *integrity* untuk perbaikan data yang rusak harus secepatnya ditangani, (3) *availability* untuk menjamin akses yang tepat untuk penggunaan sistem informasi. *Cybersecurity* melindungi data akun pengguna dan membatasi hak akses pengguna. Peneliti berfokus pada konsep *confidentiality* karena potensial masalah dari konsep ini adalah hilangnya kepercayaan publik dan hilangnya *competitive advantage*.

Cybersecurity berguna untuk melindungi data akun pengguna media sosial. Lingkungan yang cepat berubah membutuhkan pemantauan terus menerus, pembaruan, pengujian, penambahan, dan perubahan sebagai teknologi sehingga pengawasan sangat penting untuk menjaga keamanan infrastruktur teknologi informasi. Melihat hal ini, *cybersecurity* memerlukan *control* (ISACA, 2015, hal. 37-38), yaitu (1) *identity management*, menjaga identitas pengguna untuk memberikan otorisasi dan akses *control* kepada setiap pengguna, (2) *provisioning and deprovisioning*, menawarkan pengguna sebagai anggota dari perusahaan melalui sebuah akun, (3) *authorization*, otorisasi harus dapat mengidentifikasi dan

membedakan siapa dan apa yang boleh diakses oleh pengguna, (4) *access control list*, izin bagi pengguna untuk menggunakan sumber daya sistem tertentu, (5) *access list*, menyaring suatu akses berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sehingga memberikan keamanan pada jaringan utama, (6) *privileged user management*, hak khusus kepada pengguna untuk menjaga dan melindungi suatu sistem, (7) *change management*, memastikan bahwa proses, sistem, *software*, aplikasi, *platform*, dan konfigurasi terkendali.

Meskipun Instagram memiliki *privacy and policy* yang mengatur terkait *cybercrime*, tetapi pihak *Instagram* tidak dapat melindungi pengguna dari pelaku *cybercrime* dilihat dari realisasi selama pengguna menggunakan Instagram. *Cybercrime* yang terjadi dan tidak ditangani oleh Instagram dapat memengaruhi *customer trust* pengguna terhadap Instagram karena pengguna merasa tidak nyaman atas *cybercrime* yang terjadi pada pihak korban pengguna Instagram.

Maharsi & Fenny (2013) dalam (Mukherjee & Nath, 2003) menyatakan bahwa pengukuran *customer trust* terkait dengan penggunaan internet terdapat tiga indikator, yaitu (1) *technology information*, kesesuaian kemampuan dari sistem elektronik yang digunakan perusahaan tersebut dengan harapan pengguna, (2) *reputation*, pengguna mempertimbangkan reputasi dari perusahaan, dan (3) *perceive risk*, persepsi konsumen mengenai risiko terhadap sistem *online* dari perusahaan tersebut. Indikator-indikator ini yang akan memberikan pengaruh terhadap *customer trust*. Moorman (1993) mengartikan *trust* sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain.

Cybersecurity sebagai bentuk upaya Instagram untuk melindungi penggunanya dari *cybercrime* sehingga pengguna Instagram ini yang akan memberikan timbal balik untuk Instagram berupa *customer trust*. *Customer trust* dimulai dari tingkat kepercayaan pengguna Instagram terhadap Instagram, terutama masalah keamanan akun yang digunakan oleh pengguna Instagram. Tingkat kepercayaan ini dibuktikan oleh penggunanya ketika pengguna Instagram menggunakan aplikasi Instagram.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis *cybersecurity* pada Instagram untuk mengukur *customer trust* dengan studi kasus pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan.