

**PENGARUH PESAN KAMPANYE BANK RAKYAT
INDONESIA DI TWITTER TERHADAP SIKAP MELINDUNGI
KERAHASIAAN DATA PRIBADI**

**(Studi Kuantitatif Kampanye BRI Edukasi Pada Pengikut Akun
Twitter @kontakBRI)**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi

Nama : Annisa Sekarwulan

NIM : 1410618012

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ABSTRAK

Annisa Sekarwulan (1410618012), PENGARUH PESAN KAMPANYE BANK RAKYAT INDONESIA DI TWITTER TERHADAP SIKAP MELINDUNGI KERAHASIAAN DATA PRIBADI (Studi Kuantitatif Kampanye BRI Edukasi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI). 137 Halaman; 39 Lampiran; 14 Buku, 2010 – 2022; 22 Jurnal, 2017 – 2022; 5 Situs; Skripsi. November 2023.

Kampanye pada dasarnya merupakan penyampaian pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan kampanye harus dirancang secara persuasif, sistematis dan, kreatif agar dapat menciptakan respon tertentu dari khalayak. Begitu juga pesan kampanye BRI Edukasi yang bertujuan untuk menciptakan sikap pengikut agar dapat melindungi kerahasiaan data pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pesan kampanye BRI Edukasi di Twitter terhadap sikap melindungi kerahasiaan data pribadi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori integrasi informasi. Dalam hal ini, sikap seseorang terbentuk dari adanya penerimaan informasi. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel pesan kampanye (X) dan sikap (Y). Variabel X mempunyai tiga dimensi yakni isi pesan, struktur pesan, dan bingkai pesan. Sementara itu, variabel Y mempunyai tiga dimensi yakni kognitif, afektif dan konatif.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, pendekatan kuantitatif, dan tipe penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut Twitter @kontakBRI yang menyukai konten kampanye BRI Edukasi Fadil Jaidi yang berjumlah 206 pengikut dan jumlah sampel sebanyak 136 pengikut. Penelitian ini menggunakan metode analisis univariate dan bivariate yakni analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai mean pada variabel pesan kampanye yang tertinggi yakni isi pesan dan nilai mean terendah yakni struktur pesan. Oleh karena itu, penempatan informasi penting dan *eyecatching* pada awal kalimat harap ditingkatkan. Sedangkan nilai mean pada variabel sikap yang tertinggi yakni konatif dan nilai mean terendah yakni kognitif. Oleh karena itu, diharapkan membuat banyak unggahan kampanye yang lebih edukatif dan repetitif. Penelitian ini menunjukkan bahwa pesan kampanye BRI Edukasi di Twitter berpengaruh signifikan dengan kategori nilai sedang terhadap sikap melindungi kerahasiaan data pribadi pada pengikut akun Twitter @kontakBRI. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah pesan kampanye BRI Edukasi di Twitter mempunyai pengaruh signifikan yang sedang terhadap sikap melindungi kerahasiaan data pribadi pengikut akun Twitter @kontakBRI dengan cara melindungi kerahasiaan data pribadi berupa nomor KTP nomor kartu, nomor *Card Verification Value*, *pin*, *username* dan *password*.

Kata kunci: pesan kampanye, kampanye, sikap

ABSTRACT

Annisa Sekarwulan (1410618012), THE EFFECT OF BANK RAKYAT INDONESIA'S CAMPAIGN MESSAGE ON TWITTER ON THE ATTITUDE TO PROTECT PERSONAL DATA CONFIDENTIALITY (Quantitative Study of the BRI Edukasi Campaign on Followers of the @kontakBRI Twitter Account). 137 Pages; 39 Appendices; 14 Books, 2010 - 2022; 22 Journals, 2017 - 2022; 5 Websites; Thesis. November 2023.

Campaigns are basically the delivery of messages from the sender to the audience. Campaign messages must be designed persuasively, systematically and creatively in order to create a certain response from the audience. Likewise, the BRI Edukasi campaign message aims to create follower attitudes to protect the confidentiality of personal data. This study aims to determine how the influence of the BRI Edukasi campaign message on Twitter on the attitude of protecting the confidentiality of personal data.

The theory used in this research is information integration theory. In this case, a person's attitude is formed from the receipt of information. This study has two variables, namely the campaign message variable (X) and the attitude variable (Y). Variable X has three dimensions, namely message content, message structure, and message frame. Meanwhile, variable Y has three dimensions, namely cognitive, affective and conative.

This research uses the positivism paradigm, quantitative approach, and survey research type. The population in this study were @kontakBRI Twitter followers who liked Fadil Jaidi's BRI Edukasi campaign content, totaling 206 followers and a sample size of 136 followers. This study uses univariate and bivariate analysis methods, namely simple linear regression analysis.

The results of this study show that the highest mean value on the campaign message variable is the message content and the lowest mean value is the message structure. Therefore, the placement of important and eye-catching information at the beginning of the sentence should be improved. Meanwhile, the mean value on the attitude variable is the highest, namely conative and the lowest mean value is cognitive. Therefore, it is expected to make many campaign posts that are more educative and repetitive. This study shows that the BRI Edukasi campaign message on Twitter has a significant effect with a moderate value category on the attitude of protecting the confidentiality of personal data on followers of the @kontakBRI Twitter account. The results of hypothesis testing in this study show that h_a is accepted and h_0 is rejected.

The conclusion in this study is that the BRI Edukasi campaign message on Twitter has a moderate significant effect on the attitude of protecting the confidentiality of personal data of followers of the @kontakBRI Twitter account. This is done by protecting the confidentiality of personal data in the form of KTP card number, Card Verification Value number, pin, username and password.

Keywords: campaign message, campaign, attitude

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Sekarwulan

NIM : 1410618012

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial

Judul KA : Pengaruh Pesan Kampanye Bank Rakyat Indonesia Di Twitter Terhadap Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi (Studi Kuantitatif Kampanye BRI Edukasi Pada Pengikut Akun Twitter @KontakBRI)

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Pesan Kampanye Bank Rakyat Indonesia Di Twitter Terhadap Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi (Studi Kuantitatif Kampanye BRI Edukasi Pada Pengikut Akun Twitter @KontakBRI)” merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran atau terjemahan karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 10 November 2023



Annisa Sekarwulan

NIM. 1410618012

LEMBAR PERSUTUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Pesan Kampanye Bank Rakyat Indonesia Di Twitter Terhadap Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi (Studi Kuantitatif Kampanye BRI Edukasi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si
NIP. 197403092005012001



27 November 2023

Dosen Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal

Maulina Larasati Putri M.I.Kom
NIP. 198101142005012002



23 November 2023

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FIS UNJ



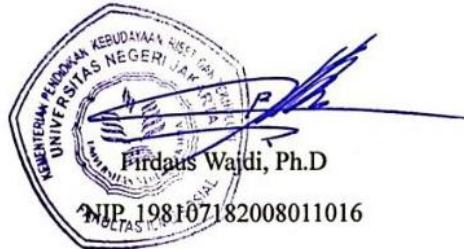
Dr. Dini Safitri, M.Si


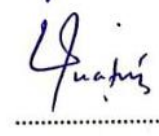

NIP. 198402062010122002

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



No. Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1. Marisa Puspita Sary, M.Si NIP. 197803182008012010 Koordinator/Ketua		17 November 2023
2. Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc NIP. 198405312019032008 Sekretaris		21 November 2023
3. Dr. Kinkin Yuliaty SP, M.Si NIP. 197311212006042001 Penguji Ahli		16 November 2023
4. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si NIP. 197403092005012001 Pembimbing 1		27 November 2023
5. Maulina Larasati Putri M.I.Kom NIP. 198101142005012002 Pembimbing 2		23 November 2023

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Annisa Sekarwulan
NIM : 1410618012
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/Ilmu Komunikasi
Alamat email : annisaskrwulan@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Pesan Kampanye Bank Rakyat Indonesia Di Twitter Terhadap Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi (Studi Kuantitatif Kampanye BRI Edukasi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Januari 2024

Penulis

(Annisa Sekarwulan)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas izin dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Pesan Kampanye Bank Rakyat Indonesia Di Twitter Terhadap Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi (Studi Kuantitatif Kampanye BRI Edukasi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI)”**. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yaitu almarhum Bapak Wachid Subagjo dan Ibu Mimin Suminah, karena senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan moral serta materil kepada peneliti dalam melaksanakan perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir skripsi.

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penulisan, peneliti mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti menyampaikan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si., selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, serta jajaran Dekanat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si, CPR selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. Beserta dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi UNJ, Dr. Kinkin Yuality SP, M.Si., CICS, CPR., Dr. E Nugrahaeni P, M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.SC, CPR., Vera Wijayanti

Sutjipto, M.Si, CPR., Marisa Puspita Sary, M.Si., Maulina Larasati Putri, S.Sos, M.I.Kom. CPR., serta Nada Arina Romli, M.I.Kom, CPR.

4. Dosen pembimbing Skripsi, Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si, CPR. dan Maulina Larasati Putri. S.Sos., M.I.Kom., CPR. Ketua sidang akhir skripsi Marisa Puspita Sary, M.Si. dan penguji ahli Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si., CICS., CPR., serta sekretaris sidang Dr. Wiratri Anindhita, M.SC, CPR.

5. Teman-teman mahasiswa Prodi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2018. Khususnya kepada Assyifa Amelia Putri dan Rayni Delya Hafni yang telah membantu dalam berbagai hal, serta memberikan dukungan dan semangat kepada penulis hingga saat ini. Teman-teman peneliti lainnya yaitu Tania, Okta, Diva, Virgi, dan Febri yang selalu memberikan dukungan dan waktu luang untuk menemani peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang dapat membangun, agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 10 November 2023

Annisa Sekarwulan

NIM. 1410618012

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSUTUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Ruang Lingkup Penelitian	18
2.1.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	18
2.1.2 Kerangka Teoritis.....	35
2.2 Konsep.....	37
2.2.1 Kampanye Komunikasi.....	37
2.3 Tinjauan Pustaka Variabel Bebas.....	40
2.3.1 Pesan Kampanye.....	40
2.4 Tinjauan Pustaka Variabel Terikat	41
2.4.1 Sikap	41
2.5 Model Penelitian.....	44
2.6 Hipotesis Teori.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Paradigma Penelitian	45
3.2 Pendekatan Penelitian.....	45
3.3 Metode Penelitian.....	46
3.4 Unit Analisis dan Unit Observasi	47

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	48
3.5.1 Populasi.....	48
3.5.2 Sampel	48
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	49
3.6 Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik.....	50
3.6.1 Hipotesis Riset	50
3.6.2 Hipotesis Statistik	50
3.7 Metode Pengumpulan Data	51
3.7.1 Data Primer	51
3.7.2 Data Sekunder.....	52
3.8 Validitas dan Reliabilitas	52
3.8.1 Validitas	52
3.8.2 Reliabilitas	54
3.9 Metode Analisis Data	56
3.9.1 Analisis <i>Univariate</i>	56
3.8.2 Analisis <i>Bivariate</i>	57
3.10 Definisi Operasional.....	61
3.11 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	63
3.11.1 Keterbatasan Penelitian.....	63
3.11.1 Kelemahan Penelitian	63
3.12 Operasional Konsep	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Hasil Penelitian Pesan Kampanye BRI Edukasi di Twitter Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI (X)	65
4.1.1.1 Dimensi Isi Pesan.....	65
4.1.1.2 Dimensi Struktur Pesan.....	79
4.1.1.3 Dimensi Bingkai Pesan	83
4.1.2 Hasil Penelitian Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI (Y)	87
4.1.2.1 Dimensi Kognitif.....	87
4.1.2.1 Dimensi Afektif.....	94
4.1.2.3 Dimensi Konatif.....	100
4.1.3 Hasil Penelitian <i>Mean</i> Variabel Pesan Kampanye (X)	107

4.1.3.1 Hasil Penelitian <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Pesan Kampanye BRI Edukasi di Twitter Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	107
4.1.3.1 Hasil Penelitian <i>Mean</i> Per Indikator Variabel Pesan Kampanye BRI Edukasi di Twitter Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	108
4.1.4 Hasil Penelitian <i>Mean</i> Variabel Sikap (Y).....	110
4.1.4.1 Hasil Penelitian <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	110
4.1.4.2 Hasil Penelitian <i>Mean</i> Per Indikator Variabel Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	111
4.1.5 Hasil Penelitian Pesan Kampanye BRI Edukasi Di Akun Twitter @KontakBRI Terhadap Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi Pada Pengikut Akun Twitter @KontakBRI.....	113
4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas	113
4.1.5.2 Hasil Uji Linearitas	115
4.1.5.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	116
4.1.5.4 Hasil Uji t.....	118
4.1.5.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	119
4.2 Hasil Pembahasan.....	121
4.2.1 Hasil Pembahasan Pesan Kampanye BRI Edukasi di Twitter Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	121
4.2.2 Hasil Pembahasan Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	125
4.2.3 Hasil Pembahasan Pesan Kampanye BRI Edukasi di Akun Twitter @kontakBRI terhadap Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	127
BAB V PENUTUP	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	134
LAMPIRAN.....	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kajian Literatur.....	23
Tabel 3.1	Kategori Instrumen Uji Validitas.....	51
Tabel 3.2	Kategori Instrumen Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 3.3	Operasional Konsep.....	56
Tabel 4.1	Penggunaan Bahasa Indonesia yang Mudah Dimengerti.....	60
Tabel 4.2	Penggunaan Kalimat yang Mudah untuk Diingat.....	61
Tabel 4.3	Penggunaan Kalimat yang Ringkas.....	62
Tabel 4.4	Diinformasikan dengan Visualisasi Gambar yang Jelas.....	63
Tabel 4.5	Video Kampanye BRI Edukasi Mempunyai Cerita yang Mudah Dipahami.....	64
Tabel 4.6	Penggunaan <i>Font</i> yang Dapat Dibaca dengan Baik.....	64
Tabel 4.7	Penggunaan Ilustrasi yang Mudah Dimengerti.....	65
Tabel 4.8	Penggunaan Ilustrasi yang Menarik Perhatian.....	66
Tabel 4.9	Memberikan Himbauan untuk Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi.....	67
Tabel 4.10	Memberikan Himbauan mengenai Modus Penipuan <i>Online</i> Terkini.....	68
Tabel 4.11	Topik Perlindungan Kerahasiaan Data Pribadi Diunggah Setiap Hari.....	69
Tabel 4.12	Topik Modus Penipuan <i>Online</i> Diunggah Setiap Hari.....	70
Tabel 4.13	Pesan Kampanye dalam Bentuk Drama Membuat Saya Terhibur.....	71
Tabel 4.14	Penggunaan <i>Influencer</i> Fadil Jaidi dan Pak Muhammad Membuat Terhibur.....	72
Tabel 4.15	Penggunaan <i>Influencer</i> Fadil Jaidi dan Pak Muhammad Menarik Perhatian.....	73
Tabel 4.16	Penggunaan <i>Influencer</i> Fadil Jaidi dan Pak Muhammad Membuat Followers Melihat Video Kampanye hingga Selesai.....	74

Tabel 4.17 Penggunaan <i>Influencer</i> yang Berkaitan dengan Industri Keuangan.....	75
Tabel 4.18 Disajikan dengan Informasi yang Terpercaya.....	76
Tabel 4.19 Menginformasikan Keuntungan Diterapkannya Perlindungan Kerahasiaan Data Pribadi.....	77
Tabel 4.20 Menempatkan Informasi Penting di Awal sehingga Menarik Perhatian.....	78
Tabel 4.21 Susunan Penyajian Pesan dapat Dibaca dengan Mudah.....	79
Tabel 4.22 Disimpulkan secara Jelas sehingga Mudah Dipahami.....	80
Tabel 4.23 Disimpulkan secara Ringkas sehingga Mudah Dibaca.....	81
Tabel 4.24 Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi Sangat Penting untuk Diinformasikan kepada Masyarakat.....	82
Tabel 4.25 Cara Menghindari Penipuan <i>Online</i> Sangat Penting untuk Diinformasikan kepada Masyarakat.....	83
Tabel 4.26 Penyusunan Kata pada Pesan Kampanye BRI Edukasi Disusun secara Teratur.....	84
Tabel 4.27 Pesan Kampanye BRI Edukasi Menunjukkan Informasi Penting mengenai Perlindungan Kerahasiaan Data Pribadi.....	85
Tabel 4.28 Percaya Bahwa Data Pribadi Merupakan Kerahasiaan yang Harus Dilindungi.....	87
Tabel 4.29 Percaya Bahwa Saat Ini Terdapat Banyak Modus Pencurian Data Pribadi.....	88
Tabel 4.30 Percaya Bahwa Modus Penipuan <i>Online</i> Dapat Dihindari.....	89
Tabel 4.31 Percaya Bahwa Data Pribadi Dapat Digunakan Sebagai Sarana Penipuan <i>Online</i>	90
Tabel 4.32 Mengetahui Modus Penipuan <i>Online</i> Terkini.....	91
Tabel 4.33 Mengetahui Bahwa <i>User ID</i> pada <i>Mobile Banking</i> Merupakan Data yang Harus Dirahasiakan.....	92
Tabel 4.34 Mengetahui Bahwa Nomor CVV pada Kartu Merupakan Data yang Harus Dirahasiakan.....	93
Tabel 4.35 Mengetahui Bahwa <i>Password</i> Pada <i>Mobile Banking</i> Merupakan Data yang Harus Dirahasiakan.....	94

Tabel 4.36	Senang karena Kampanye BRI Edukasi Dikomunikasikan Secara Rutin.....	95
Tabel 4.37	Memiliki Rasa Takut Terhadap Modus Penipuan Yang Semakin Canggih.....	96
Tabel 4.38	Lega karena Dapat Mengetahui Modus Penipuan <i>Online</i> Terkini....	97
Tabel 4.39	Kagum dengan Kecepatan Akun Twitter @kontakBRI dalam Memberitahukan Modus Penipuan <i>Online</i> Terbaru.....	98
Tabel 4.40	Memiliki Motivasi untuk Lebih Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi.....	99
Tabel 4.41	Sadar untuk Ikut Bertanggung Jawab Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi.....	100
Tabel 4.42	Berhati-Hati dalam Menanggapi Pesan Penipuan di Media Sosial.....	101
Tabel 4.43	Puas dengan Konten Perlindungan Data Pribadi yang Disediakan oleh @KontakBRI.....	102
Tabel 4.44	Selalu Melindungi Kerahasiaan <i>User ID</i> pada <i>Mobile Banking</i> Milik Saya.....	103
Tabel 4.45	Selalu Melindungi Kerahasiaan Nomor CVV Milik Saya.....	104
Tabel 4.46	Selalu Melindungi Kerahasiaan <i>Password</i> Pada <i>Mobile Banking</i> Milik Saya.....	105
Tabel 4.47	Mengikuti Perkembangan Informasi Kampanye BRI Edukasi Terkait Modus Penipuan Terbaru.....	106
Tabel 4.48	Membicarakan Pentingnya Menjaga Kerahasiaan Data Pribadi dengan Orang Terdekat.....	107
Tabel 4.49	Mengajak Orang Terdekat untuk Selalu Waspada terhadap Modus Penipuan <i>Online</i>	108
Tabel 4.50	Membagikan Informasi terkait Kampanye BRI Edukasi kepada Orang Terdekat.....	109
Tabel 4.51	<i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Pesan Kampanye BRI Edukasi di Twitter Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	110
Tabel 4.52	<i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Pesan Kampanye BRI Edukasi di Twitter Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	111

Tabel 4.53 <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	113
Tabel 4.54 <i>Mean</i> Per Indikator Variabel Sikap Melindungi Kerahasiaan Data Pribadi Pada Pengikut Akun Twitter @kontakBRI.....	114
Tabel 4.54 Standar Nilai Koefisien Regresi.....	119
Tabel 4.55 Standar Nilai <i>Adjusted R2</i>	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil <i>Preliminary Riset</i> Mengenai Modus Penipuan.....	6
Gambar 1.2 Unggahan Akun Twitter @ atsuumu_ Mengenai Penipuan Bank BRI.....	7
Gambar 1.3 Unggahan Akun Twitter @ CrnJnJn Mengenai Penipuan Bank BRI.....	8
Gambar 1.4 Unggahan Akun Twitter @ sukasambatcih Mengenai Penipuan Bank BRI.....	9
Gambar 1.5 Kampanye BRI Edukasi.....	12
Gambar 1.6 Komentar Mengenai Kampanye BRI Edukasi.....	12
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	116
Gambar 4.2 Grafik <i>Normal Probability Plots</i>	117
Gambar 4.3 Hasil Uji Linearitas.....	118
Gambar 4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	119
Gambar 4.5 Hasil Uji t.....	121
Gambar 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	122