



Judul Skripsi:

PENGARUH PESAN KAMPANYE AWAS MODUS: DO KNOW? KASIH NO! TERHADAP PERILAKU NASABAH BANK CENTRAL ASIA (BCA)
(Studi Pengaruh pada Media Sosial Facebook BCA @Goodlifebca)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Philodiva Taufiq Khalish

NIM: 1910411269



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA
2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Philodiva Taufiq Khalish

NIM : 1910411269

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 2 Juli 2024



Philodiva Taufiq Khalish

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Philodiva Taufiq Khalish
NIM : 1910411269
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk
memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty
Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH PESAN KAMPANYE AWAS MODUS: DO
KNOW? KASIH NO! TERHADAP PERILAKU NASABAH
BANK CENTRAL ASIA (BCA)**

(Studi Pengaruh pada Media Sosial Facebook BCA @Goodlifebca)
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas
Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam
bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan
Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai
penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di: Jakarta
Pada tanggal: 2 Juli 2024
Yang menyatakan,


Philodiva Taufiq Khalish

PENGESAHAN

NAMA : Philodiva Taufiq Khalish
NIM : 1910411269
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : PENGARUH PESAN KAMPANYE AWAS
MODUS: DO KNOW? KASIH NO!
TERHADAP PERILAKU NASABAH BANK
CENTRAL ASIA (BCA)
(Studi Pengaruh pada Media Sosial Facebook
BCA @Goodlifebca)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Machyudin Agung Harahap, S.Sos., M.Si.)

Penguji 1



(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom.)

Penguji 2



(Putrawan Yuliandri, S.I.Kom., M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



(Dr. Azwar, S.S., M.Si.)

Ditetapkan di: Jakarta
Tanggal Ujian: 2 Juli 2024

PENGARUH PESAN KAMPANYE AWAS MODUS: DO KNOW? KASIH NO! TERHADAP PERILAKU NASABAH BANK CENTRAL ASIA (BCA)
(Studi Pengaruh pada Media Sosial Facebook BCA @Goodlifebca)

PHILODIVA TAUFIQ KHALISH

ABSTRAK

Banyaknya korban penipuan yang ada memerlukan perhatian serius dari pihak berwenang, termasuk pihak bank untuk mengatasi dan mencegah penipuan. Pesan-pesan yang ada dalam kampanye juga telah menjadi kekuatan yang tidak terhentikan dalam menyampaikan pesan-pesan. Kampanye Awasi Modus: "Don't Know? Kasih No!" dari bank BCA menjadi solusi yang bertujuan untuk memberikan informasi atau literasi dan peringatan untuk mengetahui dan menghindari modus phising yang sering dijumpai oleh nasabah yang disebarkan oleh Bank BCA melalui platform resmi media sosial Bank BCA. Sehingga Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pesan kampanye "Awasi Modus: Don't Know? Kasih No!" terhadap perilaku nasabah Bank BCA dalam menghindari penipuan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 nasabah Bank BCA yang telah terpapar kampanye ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari kampanye "Awasi Modus: Don't Know? Kasih No!" terhadap perilaku nasabah dalam menghindari penipuan. Temuan ini menunjukkan pengaruh pesan kampanye dalam meningkatkan keamanan nasabah dan mengurangi risiko penipuan di lingkungan perbankan. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa adanya pengaruh dari pesan kampanye "Awasi Modus: Don't Know? Kasih No!" terhadap perilaku nasabah BCA.

Kata Kunci: Pesan Kampanye, Perilaku, Facebook

**EFFECT OF AWAS MODUS CAMPAIGN MESSAGE: DONT KNOW?
KASIH NO! ON THE BEHAVIOR OF CENTRAL BANK ASIA (BCA)
CUSTOMERS**

(Study on Effect of Social Media Facebook BCA @Goodlifebca)

PHILODIVA TAUFIQ KHALISH

ABSTRACT

The large number of fraud victims that exist requires serious attention from the authorities, including banks, to address and prevent fraud. The messages in the campaign have also become an unstoppable force in conveying messages. Awas Modus Campaign: "Don't Know? Kasih No!" from BCA Bank is a solution that aims to provide information or literacy and warnings to find out and avoid phishing methods that are often encountered by customers which are spread by BCA Bank through the official BCA Bank social media platform. So this research aims to examine the influence of the campaign message "Awas Modus: Don't Know? Kasih No!" on the behavior of BCA Bank customers in avoiding fraud. The research method used was a quantitative survey by distributing questionnaires to 100 BCA Bank customers who had been exposed to this campaign. The research results show that there is a positive influence from the campaign "Awas Modus: Don't Know? Kasih No!" on customer behavior in avoiding fraud. These findings demonstrate the influence of campaign messages in improving customer security and reducing the risk of fraud in the banking environment. The conclusion of this research is that there is an influence from the campaign message "Awas Modus: Don't Know? Kasih No!" on BCA customer behavior.

Keyword: Campaign Message, Behavior, Facebook

KATA PENGANTAR

KATAPENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan YME atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul "Pengaruh Pesan Kampanye Awas Modus: Dont Know? Kasih No: "Do Know? Kasih No!" Terhadap Perilaku Nasabah Bank Central Asia (BCA)". Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Kampus UPN Veteran Jakarta. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada Bapak Ardi, dan Ibu Fanny yang selalu memberikan dukungan doa dan dukungan baik secara materil maupun moril dalam pembuatan skripsi berlangsung.
2. Bapak Rektor UPN Veteran Jakarta Dr. Antarvenus Ma.Comm yang sudah memberikan pengaruh positif baik serta memberikan inspirasi saya karena buku Manajemen Kampanye adalah buku yang dibuat oleh bapak Dr. Antarvenus, Ma.Comm.
3. Kepada Pak Machyudin Agung selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang sudah membantu membimbing serta memberikan dampak positif untuk menyelesaikan tugas akhir Skripsi saya, serta 2 Dosen Penguji saya Bu Witanti Prihatiningsih M.I.Kom dan pak Putrawan Yuliandri S.I.Kom, M.Si. yang telah membantu memberikan masukan revisi Seminar Proposal dan Tugas Akhir Skripsi saya.
4. Kepada seluruh sahabat dan partner saya khususnya Jihan Salsabila yang memberikan memberikan motivasi serta dukungan terbaik.

Jakarta, 2 Juli 2024



Philodiva Taufiq Khalish

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Konsep Penelitian.....	14
2.2.1 <i>Phising</i>	14
2.2.2 Pesan Kampanye	14
2.2.3 Perilaku	17
2.3 Teori Penelitian	18
2.3.1 Teori Kognitif Sosial.....	18
2.4 Kerangka pemikiran	19
2.4.1 Kerangka Berpikir.....	19
2.5 Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2 Objek Penelitian	23
3.2.1 Populasi dan Sampel	23
3.3 Jenis penelitian	26
3.3.1 Metode Penelitian.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Sumber Data.....	28
3.5.1 Data Primer	28
3.5.2 Data Sekunder	28
3.5.3 Operasional Variabel.....	29
3.6 Uji Validitas	30
3.7 Uji Reliabilitas	32
3.8 Uji Normalitas.....	34
3.9 Teknik Analisis Data.....	34
3.9.1 Analisis Regresi Linear	34
3.9.2 Analisis korelasi	35
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.9.4 Uji Hipotesis	37
3.10 Tabel Rencana Waktu Penelitian	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Karakteristik Responden	39
4.1.2 Data Analisis Variabel X	40
4.1.3 Data Analisis Variabel Y	56
4.1.4 Uji Normalitas.....	66
4.1.5 Uji Korelasi	66
4.1.6 Uji Regresi Linear	68
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi	69
4.1.8 Uji Hipotesis	70
4.2 Pembahasan.....	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Saran Akademis	75
5.2.2 Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2 Skor Nilai Jawaban Responden.....	28
Tabel 3 Operasional Variabel	29
Tabel 4 Uji Validitas Variabel X	31
Tabel 5 Uji Reliabilitas Variabel X.....	33
Tabel 6 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	34
Tabel 7 Rencana Waktu Penelitian	38
Tabel 8 Usia Responden.....	39
Tabel 9 Jenis Kelamin.....	40
Tabel 10 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-1.....	41
Tabel 11 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-2.....	42
Tabel 12 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-3.....	43
Tabel 13 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-4.....	44
Tabel 14 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-5.....	45
Tabel 15 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-6.....	46
Tabel 16 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-7.....	47
Tabel 17 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-8.....	48
Tabel 18 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-9.....	49
Tabel 19 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-10.....	50
Tabel 20 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-11.....	51
Tabel 21 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-12.....	52
Tabel 22 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-13.....	53
Tabel 23 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-14.....	54
Tabel 24 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-15.....	55
Tabel 25 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-1.....	56
Tabel 26 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-2.....	57
Tabel 27 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-3.....	58
Tabel 28 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-4.....	59
Tabel 29 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-5.....	60
Tabel 30 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-6.....	61
Tabel 31 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-7.....	62
Tabel 32 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-8.....	63
Tabel 33 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-9.....	64
Tabel 34 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-10.....	65
Tabel 35 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 36 Hasil Uji Korelasi.....	67
Tabel 37 Tabel Hasil Uji Regresi Linear ANOVA.....	68
Tabel 38 Hasil Uji Regresi Linear	68
Tabel 39 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 40 Hasil Uji Hipotesis	70

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-1	41
Grafik 2 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-2	42
Grafik 3 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-3	43
Grafik 4 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-4	44
Grafik 5 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-5	45
Grafik 6 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-6	46
Grafik 7 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-7	47
Grafik 8 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-8	48
Grafik 9 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-9	49
Grafik 10 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-10	50
Grafik 11 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-11	51
Grafik 12 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-12	52
Grafik 13 Jawaban Responden Pernyataan Variabel X ke-13	53
Grafik 14 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-14	54
Grafik 15 Jawaban Responden Variabel X Pernyataan ke-15	55
Grafik 16 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-1	56
Grafik 17 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-2	57
Grafik 18 Jawaban Responden Pernyataan ke-3	58
Grafik 19 Jawaban Responden Pernyataan ke-4	59
Grafik 20 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-5	60
Grafik 21 Jawaban Responden Variabel Y Pernyataan ke-6	61
Grafik 22 Jawaban Responden Pernyataan ke-7	62
Grafik 23 Jawaban Responden Pernyataan ke-8	63
Grafik 24 Jawaban Responden Pernyataan ke-9	64
Grafik 25 Jawaban Responden Pernyataan ke-10	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Awas Modus di Facebook @goodlifebca	2
Gambar 2 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pernyataan Kuesioner.....	81
Lampiran 2 DATA VARIABEL X (Pesan Kampanye).....	86
Lampiran 3 DATA VARIABEL Y (Perilaku Nasabah BCA).....	87
Lampiran 4 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	88
Lampiran 5 Lembar Perbaikan Sidang Skripsi	89
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	92
Lampiran 7 Sertifikat TOEFL.....	93
Lampiran 8 Riwayat Hidup.....	94