

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Bank BCA

PT Bank Central Asia Tbk (disingkat BCA) adalah bank swasta terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan pada 21 Februari 1957 dan pernah menjadi bagian penting dari Salim Group. Sekarang bank ini dimiliki oleh salah satu grup produsen rokok terbesar keempat di Indonesia, Djarum. Terdapat logo Bank BCA yang menjadi sebagai suatu identitas lembaga. PT Bank Central Asia Tbk didirikan pada 10 Agustus 1955 dengan nama NV Perseroan Dagang dan Industri Semarang Knitting Factory. Awalnya, perusahaan ini bukanlah berbisnis perbankan, melainkan sebuah perusahaan tekstil di Semarang. Tidak lama kemudian, perusahaan tekstil tersebut berubah menjadi sebuah perusahaan bank pada 12 Oktober 1956 bernama NV Bank Asia. Namanya kemudian berganti menjadi Central Bank Asia pada 13 Februari 1957 dan NV (kemudian PT) Bank Centraal Asia pada 21 Februari 1957. Pada hari yang sama, bank ini mulai beroperasi, yang tanggalnya kemudian ditetapkan sebagai hari jadi BCA. Berikut logo Bank BCA pada gambar 1.1 di bawah ini:



Gambar 1. 1 Logo BCA

BCA terus mengembangkan super apps myBCA untuk memperkuat transaksi digital dan menghadirkan customer experience yang holistik melalui omni-channel. BCA telah meningkatkan keamanan pada myBCA melalui fitur biometrics, menambahkan fitur instant top up KPR, dan mengintegrasikan aplikasi WELMA ke myBCA. BCA terus berinovasi dalam memberikan produk/layanan yang terbaik

dan termuktahir kepada nasabah. Mulai tahun 2023, Kartu Debit BCA Mastercard telah dilengkapi dengan fitur nirsentuh (contactless) yang memungkinkan nasabah bertransaksi tanpa PIN. Mendukung inisiatif kolaboratif regulator dalam membangun konektivitas pembayaran di ASEAN, BCA turut menyediakan layanan QRIS cross border di BCA mobile yang telah dapat digunakan di 3 negara yaitu: Thailand, Malaysia, dan Singapura. BCA juga memperkuat infrastruktur perkreditan melalui pengembangan sumber daya manusia, berbagai otomasi, maupun penyesuaian prosedur perkreditan. Dalam rangka mendukung program pemerintah untuk meningkatkan nilai tambah komoditas, BCA menyalurkan kredit sektor hilirisasi pertambangan dan logam. Selain itu, BCA berkomitmen untuk mendukung pembangunan infrastruktur di Indonesia melalui pemberian kredit sindikasi. Sejalan dengan komitmen BCA untuk pembangunan berkelanjutan, Green Building Wisma BCA Foresta memperoleh sertifikasi GreenShip Platinum dan telah dilengkapi dengan Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik (SPKLU)(Unleashing Potential, Delivering Value, 2023.).

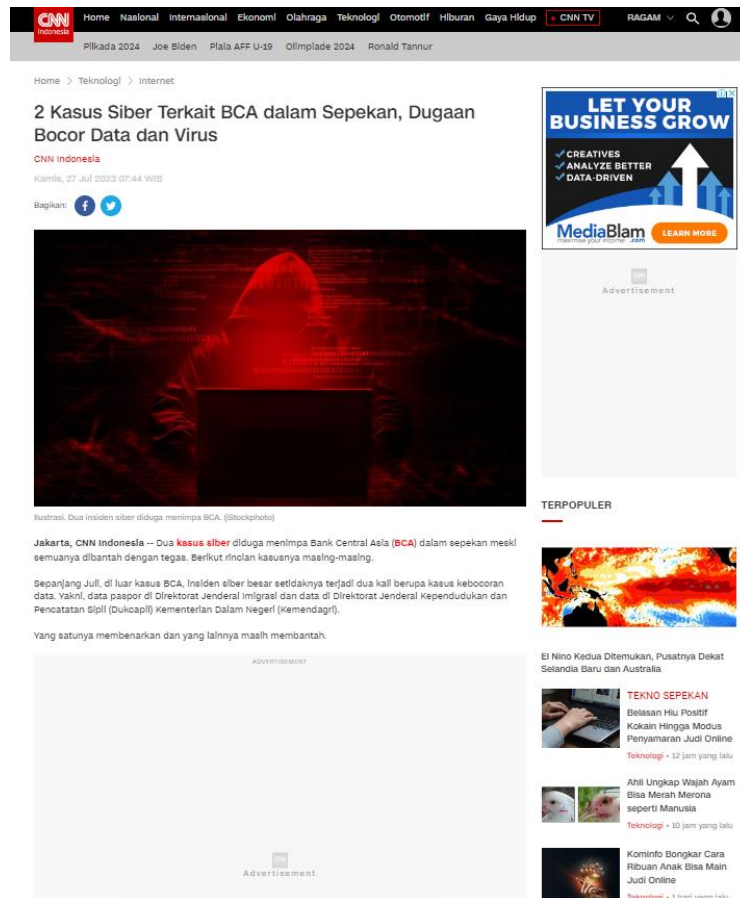
1.2.Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, pemanfaatan database telah menjadi suatu aspek yang sangat krusial dan umum ditemui di berbagai sektor, seperti bidang bisnis, pendidikan, pemerintahan, dan lain-lain. Dalam operasionalnya, database berperan sebagai penyimpan beragam informasi sensitif, termasuk namun tidak terbatas pada data keuangan, informasi pribadi, dan data akademik. Oleh karena itu, keamanan database menjadi hal yang sangat kritis guna melindungi integritas informasi yang terdapat di dalamnya (Ujung et al., 2023).

Keamanan data menjadi landasan kokoh di tengah revolusi digital ini, menjadi tameng yang tak tergoyahkan untuk melindungi segala informasi sensitif dan pribadi dari ancaman dunia maya. Melalui penerapan teknologi canggih dan penerapan kebijakan yang ketat, organisasi dan perusahaan bertanggung jawab memastikan bahwa segala aspek integritas, kerahasiaan, dan ketersediaan data menjadi prioritas utama. Dengan demikian, kepercayaan pengguna menjadi pokok

dalam lingkungan yang aman dan terjaga, di mana setiap informasi dijaga dengan seksama dan dapat diandalkan.

Dalam industri perbankan, keamanan data nasabah adalah salah satu aspek krusial. Bank BCA, sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, telah mengambil langkah-langkah yang serius untuk melindungi informasi dan aset nasabahnya dari ancaman dan risiko keamanan. Dalam upaya untuk menjaga integritas data dan kepercayaan nasabah, Bank BCA telah menjalankan berbagai strategi dan kampanye untuk meningkatkan kesadaran nasabah mengenai keamanan perbankan. Keamanan informasi dan data nasabah menjadi semakin penting seiring dengan perubahan lanskap perbankan yang semakin digital. Kini, banyak transaksi perbankan dilakukan secara online, melibatkan data sensitif seperti informasi pribadi, rekening bank, dan detail kartu kredit. Ancaman keamanan seperti penipuan, phishing, pencurian identitas, dan serangan siber merupakan ancaman yang nyata bagi nasabah perbankan. Ketika datanya jatuh ke tangan yang salah, nasabah dapat mengalami kerugian finansial yang serius dan dampak psikologis. Bank BCA pernah mengalami serangan phishing yang signifikan, seperti dilaporkan oleh CNN Indonesia. Dalam artikel tersebut disebutkan bahwa dalam satu pekan, BCA menghadapi dua kasus siber yang serius. Kasus pertama melibatkan dugaan kebocoran data nasabah, yang berpotensi menyebabkan informasi sensitif jatuh ke tangan yang tidak berwenang. Kasus kedua berkaitan dengan penyebaran virus yang dapat merusak sistem dan mengganggu operasi bank. Kedua insiden ini menunjukkan pentingnya peningkatan langkah-langkah keamanan siber di lingkungan perbankan untuk melindungi data dan kepentingan nasabah.



Gambar 1. 2 kasus serangan siber BCA

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230727050921-192-978329/2-kasus-siber-terkait-bca-dalam-sepekan-dugaan-bocor-data-dan-virus>

Oleh karena itu, penting bagi bank, salah satunya Bank BCA, untuk mengambil langkah-langkah proaktif dalam melindungi nasabahnya. Salah satu alat yang efektif dalam meningkatkan pemahaman nasabah tentang risiko keamanan perbankan adalah kampanye keamanan. Kampanye ini dirancang untuk memberikan edukasi kepada nasabah tentang ancaman keamanan yang mungkin mereka hadapi dan bagaimana mereka dapat melindungi diri mereka sendiri.



Gambar 1. 3 Kampanye BCA

Sumber: <https://youtu.be/KstzfWBUcf8?si=yT14vFBehB1rj1le>

Dalam kampanye yang diadakan oleh Bank BCA, yang terekam melalui sebuah video di platform YouTube yang dimana jumlah pengguna dari youtuber per oktober 2023 memiliki jumlah pengguna yaitu 139 juta pengguna dibandingkan dengan Instagram dan tiktok yang berkisar 110 juta pengguna (Annur, 2023). Penonton iklan yang dibuat oleh bank BCA pada kanal youtuber mereka memiliki jumlah penonton sebesar 45 juta penonton.



Gambar 1. 4 iklan bank BCA

Sumber: <https://youtu.be/KstzfWBUcf8?si=yT14vFBehB1rj1le>

ceritanya merinci betapa krusialnya peran aktif dari setiap nasabah dalam menjaga kerahasiaan data pribadi mereka. Melalui materi kampanye ini, bank menggambarkan secara mendalam potensi risiko yang dapat muncul akibat kelalaian dalam merawat kerahasiaan informasi pribadi. Gambar 1.3 menggaris bawahi bahwa setiap nasabah memiliki tanggung jawab untuk mencegah potensi penyalahgunaan yang mungkin dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Seiring dengan berjalannya narasi, bank menyoroti beberapa informasi yang

menjadi titik fokus pengamanan nasabah, termasuk OTP (One Time Password), CVV CVC (Card Verification Value/Card Verification Code), Pin password, serta nomor kartu masa berlaku. Dalam hal ini, pentingnya menjaga informasi-informasi ini mencuat dengan jelas, terutama dalam konteks transaksi mobile banking dan penggunaan kartu kredit. Keamanan data menjadi suatu aspek yang sangat rentan terhadap potensi pencurian, sehingga setiap langkah yang diambil oleh nasabah untuk menjaga keamanan informasinya memiliki dampak yang signifikan.

Sebagai contoh, OTP, yang merupakan kode unik yang digunakan sekali saja, diibaratkan sebagai kunci rahasia yang harus dijaga agar tidak jatuh ke tangan yang salah. CVV CVC, yang merupakan angka keamanan pada kartu, diilustrasikan sebagai benteng terakhir yang melindungi dari akses tidak sah dalam transaksi online. Pin password, sebagai kunci utama, menjadi cermin dari betapa pentingnya menjaga keamanan pada setiap transaksi keuangan.

Narasi ini memperlihatkan bahwa melalui kampanye ini, Bank BCA bukan hanya sekedar memberikan informasi, tetapi juga mengajak setiap nasabah untuk terlibat aktif dalam menjaga keamanan data pribadi mereka sebagai langkah preventif yang sangat diperlukan.

Dalam kampanye diatas, Bank BCA berupaya memberikan edukasi kepada nasabahnya untuk menjaga keamanan data pribadi nasabah salah satunya dari serangan phishing. Poin-poin tersebut mungkin mencakup saran kepada nasabah untuk tidak mengklik iklan, mendownload aplikasi tidak dikenal, dan masuk ke website sembarangan. Dengan merinci hal-hal ini, bank berusaha memberikan nasabahnya pemahaman yang mendalam dan praktis mengenai cara melibatkan diri secara aktif dalam melindungi keamanan data pribadi mereka. Selain itu, kampanye ini mungkin juga mencakup testimonial atau cerita pengalaman nyata dari individu yang telah menjadi korban penyalahgunaan data pribadi. Melalui narasi pribadi ini, nasabah diharapkan dapat lebih merasakan urgensi dari perlindungan data pribadi mereka dan memahami dampak yang dapat timbul jika tidak menjaga kerahasiaan informasi tersebut. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan rasa kesadaran dan kepedulian yang lebih mendalam di antara nasabah terkait pentingnya tindakan pencegahan.

Keberhasilan kampanye keamanan dapat dilihat dalam peningkatan kesadaran nasabah. Nasabah yang lebih sadar akan risiko keamanan memiliki kemungkinan lebih rendah untuk jatuh ke dalam perangkap penipuan atau kehilangan uang mereka karena tindakan kriminal. Oleh karena itu, Bank BCA telah mengambil inisiatif untuk meluncurkan kampanye keamanan sebagai bagian dari upaya mereka untuk memberikan perlindungan terbaik kepada nasabah mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara lebih mendalam pengaruh kampanye keamanan perbankan yang dilakukan oleh Bank BCA terhadap tingkat kesadaran nasabah tentang keamanan perbankan. Dengan memahami dampak kampanye ini, Bank BCA akan dapat mengevaluasi efektivitas kampanye mereka dalam meningkatkan kesadaran nasabah dan mengidentifikasi area yang mungkin memerlukan perbaikan. Dengan demikian, bank dapat terus mengambil langkah-langkah proaktif dalam menjaga keamanan informasi dan data nasabah mereka dan memastikan bahwa nasabah merasa aman dalam bertransaksi dengan mereka.

Latar belakang penelitian ini berfokus pada pentingnya meningkatkan efektivitas *Security Education, Training, and Awareness (SETA)* dalam menghadapi ancaman keamanan siber yang semakin kompleks (Yoo et al., 2018). Salah satu permasalahan utama adalah bagaimana *self-efficacy* atau keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk melaksanakan tindakan keamanan, mempengaruhi keberhasilan program SETA. *Self-efficacy* adalah keyakinan individu akan kemampuannya untuk mengatasi suatu kondisi atau tugas tertentu, yang dapat memengaruhi reaksi individu terhadap situasi yang dihadapi (Lianto, 2019; Yoo et al., 2018). Penelitian ini juga menyoroti pentingnya *message framing* dalam menyampaikan informasi keamanan secara efektif. *Message framing* sendiri adalah cara pesan atau informasi disusun atau disajikan untuk mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku individu terkait keamanan online. *Framing messages* dapat dilakukan dalam dua cara utama: *gain-framed messages* yang menyoroti manfaat atau keuntungan dari perilaku tertentu, dan *loss-framed messages* yang menekankan konsekuensi negatif atau kerugian dari tidak melakukan perilaku yang diinginkan dalam konteks keamanan online. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana *framing* pesan dapat memengaruhi perilaku keamanan online dan

efektivitasnya dalam mendorong tindakan yang lebih aman di lingkungan online (Rodríguez-Priego et al., 2020). Ada juga *perceived security risk* yaitu persepsi pengguna yang baik tentang fungsi dan kontrol informasi data pribadi mereka dalam teknologi, maka intensitas mereka dalam menggunakan teknologi tersebut akan meningkat. Jadi, semakin positif persepsi pengguna terhadap fungsi dan kontrol informasi data pribadi mereka, semakin tinggi pula intensitas penggunaan teknologi tersebut (Andiri Vania Aurel & Himawan Abdurrahman Faris Indriya, 2023; Mustafa et al., 2022). Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kerangka kerja yang komprehensif untuk meningkatkan desain dan pelaksanaan program SETA, yang tidak hanya memperkuat keyakinan individu dalam menangani risiko keamanan, tetapi juga meningkatkan persepsi risiko dan respons mereka terhadap ancaman siber.

Ini mencakup pemahaman nasabah tentang risiko keamanan yang terkait dengan aktivitas perbankan mereka, seperti potensi penipuan, phishing, pencurian identitas, atau ancaman siber lainnya. Penelitian juga akan mengukur tingkat pengetahuan nasabah tentang tindakan pencegahan yang mereka dapatkan dari kampanye tersebut, serta perilaku yang lebih aman dalam bertransaksi perbankan sehari-hari. Dengan demikian, nasabah Bank BCA akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk memahami dampak kampanye kesadaran keamanan terhadap praktik keamanan dan kesadaran mereka dalam menggunakan layanan perbankan. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga bagi Bank BCA dalam mengembangkan strategi keamanan yang lebih efektif dan memberikan manfaat bagi nasabah dalam melindungi informasi dan keuangan mereka

Oleh karena itu, penelitian ini berjudul " Analisis Efektifitas *Security Education, Training and Awareness* (SETA) melalui media sosial dari perspektif *Message Framing Theory*: Studi Kasus Bank BCA " yang dimana nasabah Bank BCA menjadi objek dalam konteks ini. Nasabah Bank BCA menjadi subjek utama yang akan dianalisis dalam penelitian ini, Pemilihan nasabah Bank BCA sebagai objek penelitian skripsi dilakukan dengan pertimbangan matang, terutama karena

Bank BCA baru saja meluncurkan iklan yang sangat relevan mengenai ancaman phishing. Iklan ini dirilis pada saat yang sangat tepat, di mana terdapat peningkatan serangan phishing yang signifikan, dan iklan tersebut dirancang untuk secara langsung mengedukasi serta memperingatkan nasabah tentang taktik phishing dan cara-cara melindungi diri mereka. Situasi ini menjadikan nasabah Bank BCA sebagai subjek penelitian yang ideal, karena mereka berada dalam posisi yang terinformasi dan terpapar materi edukasi yang langsung berkaitan dengan fenomena keamanan yang sedang marak. Penelitian ini dapat memanfaatkan iklan tersebut untuk mengevaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan nasabah tentang phishing, serta untuk menganalisis bagaimana informasi dari iklan mempengaruhi sikap dan perilaku nasabah dalam menghadapi ancaman phishing.

1.3.Rumusan Masalah

Dalam rangka meningkatkan pemahaman mengenai kampanye keamanan yang dilakukan oleh Bank BCA, beberapa pertanyaan mendasar perlu dijawab:

1. Apakah *SETA effectiveness* berpengaruh signifikan terhadap *self-efficacy* nasabah Bank BCA?
2. Apakah *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *security behavior intention*?
3. Apakah *perceived security risk* berpengaruh signifikan terhadap *security behavior intention*?
4. Apakah *SETA* memiliki pengaruh indirect terhadap *Security Bheavior Intention* melalui *Selfi-efficacy*?
5. Apakah ada perbedaan *message framing*, *gender* dan *user security experience* pada pengaruh *SETA effectiveness* terhadap *self-efficacy* dan *security behavior intention*?
6. Apakah ada perbedaan *message framing*, *gender* dan *user security experience* pada pengaruh *perceived security risk* terhadap *security behavior intention*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini, diantaranya:

1. Menjelaskan *SETA effectiveness* berpengaruh signifikan terhadap self-efficacy nasabah Bank BCA.
2. Menjelaskan *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *security behavior intention*.
3. Menjelaskan *perceived security risk* berpengaruh signifikan terhadap *security behavior intention*
4. Menjelaskan *SETA* memiliki pengaruh indirect terhadap *Security Bheavior Intention* melalui *Self-efficacy*
5. Menjelaskan perbedaan *message framing, gender dan user security experience* pada pengaruh *SETA effectiveness* terhadap *self-efficacy dan security behavior intention?*
6. Menjelaskan ada perbedaan *message framing, gender dan user security experience* pada pengaruh *perceived security risk* terhadap *security behavior intention?*

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. *Message framing theory* membantu dalam menyebarkan suatu pesan dalam persepsi baik dan buruknya.
2. SETA Theory dapat membantu dalam memahami hal-hal dasar mengenai keamanan data dan kesadaran akan perlindungan data.
3. *Perceived Security Risk* membuat kita lebih memahami risiko yang akan terjadi dan dapat menghindari risiko sebelum terjadi.
4. *Self-efficacy* dapat membuat seseorang memiliki dorongan kuat dan keyakinan dalam melakukan sesuatu.
5. Bank BCA dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas kampanye keamanan yang mereka lakukan.
6. Nasabah Bank BCA dapat menjadi lebih sadar akan risiko dan tindakan yang diperlukan untuk menjaga keamanan informasi mereka.

7. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman umum mengenai pentingnya kampanye keamanan dalam industri perbankan.

1.6.Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

1.6.1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

1.6.2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

1.6.3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

1.6.4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek

pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

1.6.5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.