



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PESAN EDUKASI
PERLINDUNGAN DATA DALAM KAMPANYE VIDEO “DON’T
KNOW? KASIH NO!” DI INSTAGRAM @GOODLIFEBCA**



Novi Alfiana

44319110044

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Alfiana

NIM : 44319110044

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Edukasi
Perlindungan Data dalam Kampanye Video “*Don’t
Know? Kasih No!*” di Instagram @GoodLifeBCA

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 23 Januari 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Novi Alfiana

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Novi Alfiana
NIM : 44319110044
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Edukasi
Perlindungan Data dalam Kampanye Video “*Don’t Know? Kasih No!*” di Instagram @GoodLifeBCA

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

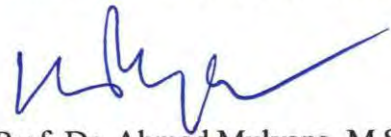
Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom. ()
NIDN : 0323128306
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, M.A, M.B.A ()
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.I.kom ()
NIDN : 0330019002


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 23 Januari 2025

Menyetujui dan mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat, ridho, dan kasih sayang-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Edukasi Perlindungan Data dalam Kampanye Video ‘Don’t Know? Kasih No!’ di Instagram @GoodLifeBCA”** dengan baik. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, bidang studi *Advertising & Marketing Communication*, di Universitas Mercu Buana.

Penyelesaian skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan, doa, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Sandy Permata, S.Sos., M.Ikom selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan penuh dedikasi telah membimbing, memberikan ilmu, saran, serta motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Andi Pajolloi Bate, M.A, M.B.A selaku Ketua Sidang Pada Sidang Akhir Skripsi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Wiyanto Hidayatullah, M.I.kom selaku Penguji Ahli Pada Sidang Akhir Skripsi Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya bidang studi *Advertising & Marketing Communication*, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga sehingga peneliti dapat berkembang secara akademis maupun pribadi.
8. Segenap informan, yang telah bersedia untuk membantu dan meluangkan waktu untuk diwawancarai dalam penelitian tugas akhir ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Kariyono dan Ibu Mursinah, yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat tanpa henti sehingga

peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Saudara-saudara terkasih, Mas Anip, Mas Aris, dan Mbak Vita, yang selalu memberikan doa dan dukungan moral selama proses penelitian ini.
11. Suami tercinta, Iqbal, yang selalu menjadi sumber kekuatan, motivasi, dan cinta tanpa batas. Terima kasih atas kesabaran, doa, dan dukunganmu yang tak pernah henti menemani setiap langkah perjuanganku hingga skripsi ini selesai.
12. Seluruh teman-teman serta pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah berkontribusi dalam bentuk dukungan maupun semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Diri sendiri, yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan setiap tantangan selama proses penelitian ini. Terima kasih atas usaha, dedikasi, dan keteguhan hati yang selalu percaya bahwa segala sesuatu dapat diselesaikan dengan kerja keras dan doa.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan pengembangan di masa mendatang. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi bagi peneliti berikutnya maupun sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan ridhonya kepada kita semua.

Jakarta, 17 Januari 2025

Novi Alfiana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Alfiana
NIM : 44319110044
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Edukasi Perlindungan Data dalam Kampanye Video “Don’t Know? Kasih No!” di Instagram @GoodLifeBCA

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 23 Januari 2025



Novi Alfiana

ABSTRAK

Nama : Novi Alfiana
NIM : 44319110044
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Edukasi Perlindungan Data dalam Kampanye Video “*Don’t Know? Kasih No!*” di Instagram @GoodLifeBCA
Pembimbing : Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom

Penelitian ini menganalisis resepsi khalayak terhadap pesan edukasi perlindungan data pribadi dalam kampanye video “*Don’t Know? Kasih No!*” yang dipublikasikan di Instagram @GoodLifeBCA. Kampanye ini bertujuan meningkatkan kesadaran publik terkait keamanan data pribadi, di tengah meningkatnya kasus *phishing* dan kejahatan digital di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi berdasarkan teori Stuart Hall dan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan sepuluh informan berusia 18-34 tahun yang aktif menggunakan Instagram dan telah menyaksikan video kampanye tersebut. Teknik triangulasi sumber digunakan untuk memastikan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan dua posisi resepsi: hegemoni dominan, di mana audiens menerima pesan sesuai tujuan kampanye, dan negosiasi, di mana audiens setuju dengan pesan utama namun mengaitkannya dengan pengalaman pribadi terkait keamanan data. Temuan ini menunjukkan bahwa latar belakang sosial dan pengalaman digital masing-masing individu memengaruhi cara mereka menerima pesan kampanye.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan humor, figur publik, visual menarik, dan pendekatan komunikasi ringan dalam kampanye Instagram terbukti berhasil dalam menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan dengan baik. Implikasi penelitian ini memberikan rekomendasi bagi institusi lain untuk merancang kampanye edukasi digital guna meningkatkan literasi perlindungan data pribadi.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Instagram, Kampanye Edukasi, Perlindungan Data, “*Don’t Know? Kasih No!*”

ABSTRACT

Nama : Novi Alfiana
NIM : 44319110044
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Edukasi Perlindungan Data dalam Kampanye Video “*Don’t Know? Kasih No!*” di Instagram @GoodLifeBCA
Pembimbing : Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom

This study analyzes the audience's reception of the educational message regarding personal data protection in the video campaign “Don’t Know? Kasih No!” published on the Instagram account @GoodLifeBCA. The campaign aims to raise public awareness about personal data security amidst the rising cases of *phishing* and digital crimes in Indonesia.

This research employs a qualitative method with a reception analysis approach based on Stuart Hall's theory and a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews with ten informants aged 18-34 who actively use Instagram and have watched the campaign video. Source triangulation was used to ensure data validity.

The results of the study reveal two positions of reception: the dominant hegemonic position, where the audience accepts the message as intended by the campaign, and the negotiated position, where the audience agrees with the main message but relates it to their personal experiences concerning data security. These findings indicate that an individual's social background and digital experiences significantly influence how they interpret the campaign message.

The study concludes that the use of humor, well-known public figures, attractive visuals, and a light communication approach in the Instagram campaign effectively captured the audience's attention and conveyed the message. The implications of this study offer recommendations for other institutions to design digital educational campaigns aimed at enhancing public literacy on personal data protection.

Keywords: Reception Analysis, Instagram, Educational Campaign, Data Protection, “*Don’t Know? Kasih No!*”

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| BAB II | 11 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Kajian Teoritis..... | 19 |
| 2.2.1 Komunikasi Digital..... | 19 |
| 2.2.2 Media Baru..... | 22 |
| 2.2.3 Media Sosial..... | 23 |
| 2.2.4 Instagram..... | 25 |
| 2.2.5 Kampanye..... | 28 |
| 2.2.6 Konten Edukasi..... | 31 |
| 2.2.7 Perlindungan Data Pribadi..... | 33 |
| 2.2.8 Analisis Resepsi..... | 35 |
| 2.2.9 Kerangka Berpikir..... | 38 |

| | |
|--|------------|
| BAB III..... | 40 |
| METODE PENELITIAN | 40 |
| 3.1 Paradigma Penelitian | 40 |
| 3.2 Metode Penelitian | 40 |
| 3.3 Subjek Penelitian | 41 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 45 |
| 3.6 Teknik Keabsahan Data..... | 46 |
| BAB IV | 48 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 48 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 48 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 57 |
| 4.2.1 Resepsi Informan Mengenai Faktualitas Pada Kampanye Edukasi “ <i>Don’t Know? Kasih No!</i> ” Akun @goodlifebca (Data/Fakta)..... | 58 |
| 4.2.2 Resepsi Informan Mengenai Desain Kampanye Edukasi “ <i>Don’t Know? Kasih No!</i> ” Akun @goodlifebca (Desain)..... | 67 |
| 4.2.3 Resepsi Informan Mengenai Observasi Mendalam Pada Konten Kampanye Edukasi “ <i>Don’t Know? Kasih No!</i> ” Akun @goodlifebca (Observasi)..... | 75 |
| 4.2.4 Resepsi Informan Mengenai Praktik Belajar Pada Konten Kampanye Edukasi “ <i>Don’t Know? Kasih No!</i> ” Akun @goodlifebca (Praktik Belajar)..... | 84 |
| 4.3 Pembahasan..... | 103 |
| 4.3.1 Konten Edukasi Perlindungan Data Sebagai Pesan Komunikasi Kampanye <i>Don’t Know? Kasih No!</i> di Instagram @goodlifebca..... | 106 |
| 4.3.2 Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Penerimaan Khalayak Terhadap Kampanye Edukasi Perlindungan Data Pribadi..... | 114 |
| BAB V..... | 118 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 118 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 118 |
| 5.2 Saran..... | 119 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 119 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 119 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 120 |
| LAMPIRAN | 126 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Tampilan Postingan Kampanye " <i>Don't Know? Kasih No!</i> " | 1 |
| Gambar 1.2 Tampilan Komentar Kampanye " <i>Don't Know? Kasih No!</i> " | 3 |
| Gambar 1.3 Laporan Kasus <i>Phishing</i> di Indonesia Januari-Maret 2023 | 4 |
| Gambar 2.1 <i>Encoding/Decoding</i> Model Strurt Hall 1973 | 36 |
| Gambar 2.2 Analisis Resepsi Strurt Hall 1973 | 37 |
| Gambar 2.3 Kerangka Berpikir | 38 |
| Gambar 4.1 Profil Akun instagram @goodlifebca | 49 |
| Gambar 4.2 Kampanye edukasi " <i>Don't Know? Kasih No!</i> " @goodlifebca | 50 |
| Gambar 4.3 Fakta di Balik Tragedi Komedi..... | 66 |
| Gambar 4.4 Analogi <i>Phishing</i> : Dari Memancing ke Tipuan Digital..... | 66 |
| Gambar 4.5 Scene dengan Penyajian Visual yang Menarik..... | 74 |
| Gambar 4.6 Scene dengan Desain yang Relevan dan Menarik..... | 74 |
| Gambar 4.7 Konten Observasi <i>Phishing</i> List Orderan (PO) | 83 |
| Gambar 4.8 Konten Observasi <i>Phishing</i> Pinjaman Online..... | 83 |
| Gambar 4.9 Scene Konten Arahkan Menghapus Pesan Yang Tidak Jelas | 91 |
| Gambar 4.10 Konten Edukasi Pikir Ulang Sebelum Bertindak..... | 92 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 15 |
| Tabel 3.1 Informan Penelitian..... | 43 |
| Tabel 4.1 Informan Penelitian..... | 53 |
| Tabel 4.2 Resepsi Informan Mengenai Faktualitas Kampanye Edukasi “ <i>Don’t Know? Kasih No!</i> ” | 65 |
| Tabel 4. 3 Resepsi Informan Mengenai Desain Kampanye Edukasi “ <i>Don’t Know? Kasih No!</i> ” | 74 |
| Tabel 4.4 Resepsi Informan Mengenai Observasi Mendalam Kampanye Edukasi “ <i>Don’t Know? Kasih No!</i> ” | 82 |
| Tabel 4. 5 Resepsi Informan Mengenai Praktik Belajar Kampanye Edukasi “ <i>Don’t Know? Kasih No!</i> ” | 91 |
| Tabel 4.6 Hasil Resepsi..... | 102 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Pedoman Wawancara | 125 |
| Lampiran 2. Hasil Transkrip Wawancara. | 129 |
| Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara | 199 |
| Lampiran 4. Biodata Penulis..... | 204 |

