

**STRATEGI KOMUNIKASI KAMPANYE PERLINDUNGAN DATA PRIBADI
DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS KAMPANYE INSTAGRAM DAN YOUTUBE
BADAN SIBER DAN SANDI NEGARA #JAGARUANGSIBER)**

Meyta Ariane¹, Yunita Sari², Hendri Prasetya³

^{1,2,3}Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Email Korespondensi: monicamariane.amn@gmail.com

ABSTRACT

Mitigation of information security and personal data leaks must be considered. Communication strategy implemented by BSSN in planning, designing, packaging, and delivering messages in the #JagaRuangSiber campaign. The success of the campaign is greatly influenced by the communication strategy implemented, from the planning process that refers to research, starting from macro to micro-condition such as audience research, message packaging, channel/media selection, to concrete realization. In accordance with the New Media Theory in the presentation of Power and Littlejohn. New Media explained by Martin Lister as reported by Denis McQuail, Graphic calibration with varied models is able to provide creative freedom for users in the context of interactive communication. The urgency of delivering informational messages, literacy to the public, the author found The National Cyber Security Agency (BSSN) plays a crucial role in the community's #JagaRuangSiber (JagaRuangSiber) campaign, in cybersecurity literacy. Communication from the social mechanism landscape, the occurrence of changes in the social system The Case Study Method in Descriptive Qualitative research in finding or exploring detailed and comprehensive phenomena and contexts. The 7 C communication model theory stated by Cutlip and Broom as a strategy that includes the goal of optimal exposure of the campaign on social media that is quality and effective Personal Data Protection Law in 11 points of provisions on implementation to the public. New media, with its large capacity for User-Generated Content (UGC), is a short-format algorithm media platform that accelerates the spread of the campaign, often overlooked by its audience. **Keywords:** Communication Strategy, #JagaRuangSiberCampaign, Instagram&YouTube.

ABSTRAK

Pentingnya strategi komunikasi kampanye BSSN dalam merencanakan, merancang, mengemas, hingga menyampaikan pesan-pesan dalam kampanye #JagaRuangSiber. Keberhasilan kampanye sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang diterapkan, dari proses perencanaan yang merujuk pada riset, kondisi makro hingga kondisi mikro, audiens, pengemasan pesan, pemilihan kanal/media, hingga realisasi konkret. Teori Media baru dalam pemaparan Power dan Littlejohn dipaparkan oleh Martin Lister yang dilansir Denis McQuail. Kalibrasi grafis dengan model yang variatif mampu memberikan kebebasan kreativitas dari pengguna dalam konteks komunikasi interaktif. Metode Studi Kasus pada penelitian Kualitatif Deskriptif dalam menemukan atau menggali fenomena dan konteks yang detail dan komprehensif. Peneliti menemukan bahwa pada kewenangan BSSN yang merupakan instansi pemerintah pada perlindungan dan keamanan ruang siber telah dengan konkret melakukan implementasi pada literasi konstruktif di media sosial terkait Undang Undang Perlindungan Data Pribadi. Diseminasi pada lanskap media sosial hingga terjadinya perubahan sistem sosial. Teori model komunikasi 7 C yang dinyatakan oleh Cutlip dan Broom sebagai strategi yang meliputi tujuan optimalnya exposure kampanye #JagaruangSiber di media sosial yang berkualitas dan efektif UU PDP dalam 11 butir ketentuan pada implementasi ke masyarakat. Akselerasi algoritma Short format media mengakibatkan tayangan terabaikan oleh khalayak, tayangan pada beranda harus diperbanyak sehingga khalayak terpapar tayangan kampanye.

Kata kunci: StrategiKomunikasi, #JagaRuangSiberCampaign, Instagram&YouTube.

PENDAHULUAN

Dinamika teknologi digital pada era internet global berdampak pada aktivitas sosial masyarakat. Perangkat digital memudahkan komunikasi, transaksi, mobilitas. Mitigasi kebocoran keamanan informasi dan data pribadi yang harus diperhatikan. Era digital 4.0, sistem keamanan yang kuat sebagai preventif kejahatan siber. Pentingnya strategi komunikasi yang dijalankan Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) dalam merencanakan, merancang, mengemas, hingga menyampaikan pesan-pesan dalam kampanye #JagaRuangSiber. Latar Belakang Sosialisasi BSSN #JagaRuangSiber di Instagram dan Youtube. Urgensi penyampaian pesan yang bersifat informasi, literasi ke lapisan masyarakat. BSSN merupakan instansi pemerintah diarahkan perlindungan dan keamanan ruang siber telah dengan konkret melakukan implementasi pada literasi konstruktif di media sosial terkait Undang Undang Perlindungan Data Pribadi. Berdirinya BSSN sejak 2017 dengan dasar peraturan Presiden(Sudarmadi et al., 2019, hal. 164)

Mandat BSSN ditetapkan oleh Presiden Joko Widodo mengeluarkan Keputusan Presiden No, 53 penandatanganan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 28 Tahun 2021 mengenai BSSN pada 13 April 2021. Langkah ini dilaksanakan pada penerbitan Perpres dalam rangka mengelola sistem struktural organisasi Badan Siber dan Sandi Negara demi merealisasikan keamanan, perlindungan dan kedaulatan siber nasional serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. BSSN sebagai lembaga pemerintah yang bertanggung jawab kepada Presiden, institusi dan Tata Kerja BSSN diatur dalam Peraturan Badan Siber dan Sandi Negara Nomor 4 Tahun 2023 mengenai Organisasi dan Tata Kerja BSSN dalam lingkup Perubahan atas Peraturan Badan Siber dan Sandi Negara Nomor 6 tahun 2021(Mahila Ayesha Maharani & Wira Atman, 2025, hal. 345–347).

Sosialisasi pada berbagai media sosial terutama Instagram dan Youtube dalam observasi penelitian ini oleh instansi negara BSSN meluncurkan program #JagaRuangSiber pada 4 April 2023. Dalam optimalisasi pada implementasi tanggung jawab dan fungsi di bidang keamanan siber dan sandi dalam organisasi BSSN secara efektif dan efisien dengan demikian maklumat dari Perpres diterbitkan demi memastikan jaminan keamanan, perlindungan dan kedaulatan siber nasional juga berperan serta di era digital dalam mengoptimalkan dorongan stimulus pertumbuhan ekonomi Indonesia. Urgensi individu pada mitigasi perlindungan data pribadi seiring dengan kebutuhan masyarakat pada media digital. BSSN menginisiasi kampanye #JagaRuangSiber. Kampanye ini merupakan gerakan nasional untuk mencegah risiko kejahatan siber (Nugraha, 2023). Selain itu, kampanye #JagaRuangSiber juga merupakan sebuah kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan literasi ruang siber kepada masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan manfaat yang sebanyak-banyaknya dari ruang siber untuk memastikan perlindungan masyarakat dalam berselancar diruang siber (RRI, 2022).

Peretasan pada Pusat Data Nasional Sementara (PDNS) yang telah melumpuhkan sistem pemerintahan yang berbasis digital di seluruh Indonesia Indonesia (Nasional & Defender, 2024). Hal yang menjadi krusial ketika data yang terdapat pada PDNS tidak dapat dipulihkan. kepercayaan publik dan konsistensi stabilnya keamanan data nasional pada peristiwa kebocoran data Pusat Data Nasional yang memuat data penting terkait nomor induk kependudukan meliputi histori individu yang berimbas pada pemerasan dan masifnya pencurian data yang diperjual-belikan(Ingrida & Wibowo, 2024, hal. 61–62).

Eskalasi yang cukup signifikan terjadi pada terkesposnya data 143,7 juta akun alamat email di Indonesia terjadi pada tahun 2004. Dalam pembahasan Jurnal CIC yang dipaparkan Yedija Otniel Purba dan Agus Mauluddin, dinyatakan oleh Pahlevi bahwa lonjakan kebocoran data surat elektronik berjumlah 143,7 juta entitas pemilik akun sejak tahun 2004. Selanjutnya dilakukan penanganan oleh pihak Polri pada tahun 2022 dalam penindakan 8.831 kasus kriminal siber yang ditindak oleh pihak berwenang (Purba & Mauluddin, 2023, hal. 59). Media massa sebagai garda depan penjaga idealnya memiliki fungsi untuk melakukan kontrol sosial agar pemerintah yang memiliki mandat yang urgensi dalam tindakan proteksi dan mitigasi terkait data-data pribadi milik rakyatnya. Keamanan siber adalah representasi dari kedaulatan negara dalam era digital. Mengacu pada Undang-Undang PDP Nomor 27 yang ditetapkan pada tahun 2022, dimana regulasi dalam undang-undang tersebut mengatur perlindungan para pihak terkait akses dan penggunaan

yang implementasinya memiliki urgensi pada tanggung jawab atas data pribadi individu didalam lembaga pemerintahan perusahaan teknologi, perusahaan layanan keuangan pada perusahaan ataupun organisasi (Yudha, 2023, hal. 11–12). Fokus dalam penelitian ini adalah tentang strategi komunikasi yang diterapkan Badan Siber dan Sandi Negara (Badan Siber dan Sandi Negara) dalam kampanye #JagaRuangSiber di Instagram dan Youtube. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan perencanaan strategi komunikasi kampanye #JagaRuangSiber Badan Siber dan Sandi Negara dalam kampanye #JagaRuangSiber, Menganalisis penyusunan dan pengemasan pesan serta pemilihan media oleh Badan Siber dan Sandi Negara dalam kampanye #JagaRuangSiber di media sosial Instagram dan Youtube? Dan Mendeskripsikan implementasi dari strategi komunikasi Badan Siber dan Sandi Negara dalam mengkampanyekan #JagaRuangSiber di media sosial Instagram dan Youtube.

Pada penelitian sebelumnya dalam perspektif manajemen media komunikasi terkait keamanan data khalayak dan memiliki relevansi dalam determinasi pada penelitian yang digali oleh penulis. Penelitian pertama oleh Afrizal Thomas yang berjudul “Sosialisasi Peningkatan Pengetahuan Keamanan Dalam Jual Beli Online.” Pada penelitian menganalisa fenomena masifnya penggunaan transaksi jual-beli digital berbasis internet e-commerce dengan bingkai Deskriptif Studi Literatur, Hukum Normatif. Transformasi pola belanja digital tanpa dibekali informasi dan edukasi yang cukup akan mengakibatkan rawannya penipuan karena proses nonfisik dengan kemudahan transaksi pembayaran lewat e-commerce. Masyarakat melakukan pilihan layanan memang mempermudah khalayak, dan edukasi kepada masyarakat komunal di PKK RW 05 Kp. Kekupu dilakukan sosialisasi secara onsite untuk memberikan literasi untuk pemahaman dalam kegiatan transaksi digital demi menghindari kejahatan siber seperti penyebaran malware, phishing, aksi deface atau hacking bermotif ekonomi(Afrizal, 2024).

Pada penelitian kedua, Maichle Delpiero. tesis dari mahasiswa program Pascasarjana Fakultas Ilmu Hukum Universitas Padjajaran, dengan judul “Analisis Yuridis Kebijakan Privasi dan Pertanggungjawaban Online Marketplace dalam Pelindungan Data Pribadi Pengguna Pada Kasus Kebocoran Data” penelitiannya mengkaji tentang kesadaran masyarakat terhadap hukum Perlindungan Data Pribadi pada fitur e-commerce dan online marketplace. Mengkaji implementasi dan mitigasi dan pencegahan kebocoran data, juga penerapan keamanan data pengguna dalam kebijakan online marketplace. Hasil temuan penelitian menjelaskan belum optimalnya regulasi terkait keamanan data pribadi dan juga perlindungan data pengguna e-commerce yang berpotensi disalahgunakan pada web tertentu, ataupun transaksi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab(Delpiero et al., 2021).

Sedangkan penelitian ketiga yang dilakukan oleh Ram Jiwa dan Sun Siyao, Prancis, La Rochelle Business School Excelia group next level education (France) “Business benefits of online-to-offline ecommerce: A theory driven perspective” dalam analisa riset terkait konversi bisnis dari offline ke online, e-commerce dengan kolaborasi keduanya yang akan memperkuat solusi dan nilai dalam pengembangan bisnis. Dengan pengembangan transaksi online pada e-commerce kepercayaan konsumen yang meningkat dalam meningkatkan pertumbuhan dagang dunia(Ram & Sun, 2020).

Novelty dari penelitian oleh Meyta Ariane Sri Hardyanti di Jabodetabek adalah meneliti aspek komunikasi dalam implementasi strategi kampanye literasi Perlindungan Data Pribadi yang diprakarsai oleh Badan Siber dan Sandi Negara #JagaRuangSiber di media sosial dengan Studi Kasus, teori Media Baru dan model 7C’s communication.

METODE

Media Baru dimana Denis McQuail menyatakan bahwa, media baru merupakan konvergensi dan kolaborasi divergensi masif dari media digital berbasis internet bertransformasi menjadi media komunikasi yang interaktif. penyatuan media komunikasi massa memberikan inovasi masif yang terus berkembang pesat sesuai dengan perkembangan teknologi dan jaman. Media Baru membongkar batas kapasitas komunikasi konvensional dan memberikan banyak peluang kreativitas yang interaktif dan atraktif pada penyebaran pesan dalam konsep komunikasi massa berbasis internet yang terintegrasi secara simultan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

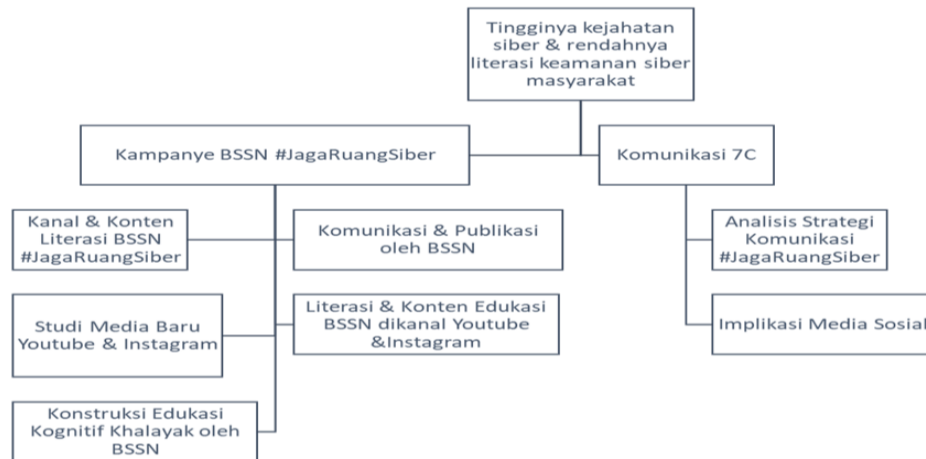
(Deuze, 2021, hal. 5–9). Media baru merupakan konvergensi dan divergensi yang menjadikan adaptasi percepatan teknologi komunikasi antara media konvensional dengan media digital yang atraktif dan interaktif dengan percepatan arus informasi tanpa batas ruang dan waktu (Holtzhausen, Derina; Fullerton, Jami A.; Lewis, Bobbi Kay; Shipka, 2021, hal. 250–251).

Jandy Luik memaparkan media baru yang merupakan transisi inovasi pada sistem komunikasi menjadi lebih beragam dalam ruang lingkup distribusi teknologi informasi berbasis internet. Berawal pada konversi dari pola komunikasi one-way flow bermetamorfosis ke multi-way flow. Kontribusi divergensi media baru menjadi solusi pada keterbatasan ruang dan waktu dalam diseminasi informasi yang bergerak interaktif pada sistem teknologi informasi dalam implementasi pesan (Luik, 2020, hal. 7–8). Ralph Adolph secara substansial menyatakan esensi media baru merupakan inovasi komunikasi media digital sebagai pengembangan dari media sosial dengan derivatif konvergensi dan divergensi media berbasis digital internet. Ciri khas Media Baru oleh Martin Lister yang dilansir Denis McQuail adalah sebagai berikut: Digital, Interaktif, Hiperteks, Jaringan, akses manuskrip digital yang beragam dalam ekosistem informasi teks, audio-visual, Virtual, audio-visual, yang kontemporer.

Distribusi partisipan pengguna platform media sosial pada perangkat portable berbasis internet memberikan dampak pada jaringan siber yang rentan dengan data kolektif tanpa sepengetahuan pemilik perangkat elektronik. Setidaknya data kolektif yang terjaring adalah pada penggunaan platform Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp dan Email per-bulannya ditahun 2021 (Correia et al., 2023, hal. 17). Terdapat tiga tujuan sentral dari kegiatan strategi komunikasi, yaitu: (a) To secure understanding: merupakan legitimasi dan verifikasi pesan diterima dan dipahami oleh komunikan, (b) To establish acceptance: merupakan proses pengukuhan dan pengembangan pesan pada komunikan yang telah memahami informasi yang diterimanya, (c) To motivate action: merupakan stimulasi aksi kognitif setelah dilakukan penyampaian pesan dan penyerapan informasi dari komunikator ke komunikan lewat kanal media sosial. Langkah ini memastikan tindakan hasil atau konformitas dari stimulasi informasi yang valid bahwa penerima pesan memahami dan melakukan tindakan sesuai dengan informasi yang diberikan komunikator (Kasim, 2022, hal. 12–15).

Penempatan dan interaksi yang tepat harus dilakukan pada determinasi dari kolaborasi perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) agar komunikasi informasi diserap optimal oleh penerima pesan dalam proses encoding-decoding. Empat elemen komunikasi pada penyusunan strategi komunikasi meliputi: (a) Mengenal target komunikasi; (b) Preferensi kanal media komunikasi; (c) Pengkajian tujuan komunikasi; (d) Peranan komunikator. Teori Media Baru yang merupakan media interaktif oleh Denis McQuail (2011), dimana peneliti menganalisis terkait kampanye #JagaRuangSiber oleh lembaga pemerintah BSSN dalam diseminasi kampanye dilakukan pada Instagram dan Youtube dengan Teori model komunikasi 7C yang menilai kualitas komunikasi melalui unsur credibility, context, content, clarity, continuity & consistency, channels, dan capability of audience. Penerapan teori 7C's Communication pada proses diversifikasi komunikasi yang dinyatakan oleh Cutlip and Broom (2009) (Afizha, Jihan; Kholik, 2021, hal. 113–114; Deuze, 2021, hal. 5–13). Observasi dalam analisis penelitian apa yang menjadi pesan fundamental dan terkait urgensi proses penyerapan kode pesan yang merupakan implementasi dari Undang-Undang PDP dengan keterkaitan dengan maraknya malware dan peretasan pada ruang siber dan media sosial. kepada masyarakat. penelitian dilakukan di Jakarta, Indonesia. kerangka pemikiran penelitian ini berpijak pada hubungan antara fenomena meningkatnya kejahatan siber, kebutuhan literasi dan edukasi digital masyarakat. Peran BSSN pada kampanye #JagaRuangSiber, serta efektivitas strategi komunikasi digital yang digunakan.

Gambar 1: Kerangka Pikiran Penelitian



Dalam paradigma Konstruktivisme, realitas sosial bukanlah sesuatu yang obyektif dan nyata, melainkan hasil dari interpretasi dan konstruksi sosial individu atau kelompok. Pandangan ini sendiri merupakan kritik atas paradigma positivis yang menyebut realitas sosial sebagai hal yang alamiah yang dipaparkan oleh Bungin 2015(Wati & Yuningsih, 2021, hal. 118–119). Dijelaskan oleh Creswell (2017) bahwa penelitian kualitatif cenderung bersifat deskriptif dan eksploratif, fokus pada pemahaman mendalam tentang konteks dan kompleksitas suatu fenomena.

Metode kualitatif memusatkan interpretasi makna dari data yang ditemukan, memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai perspektif dan pengalaman yang mungkin tidak dapat dijelaskan dengan angka saja sehingga hasilnya sering disajikan dalam bentuk narasi yang mendalam, terstruktur, yang menyoroti perbedaan individu dan konteks dalam suatu fenomena (Dahuri et al., 2025, hal. 362). Pada metode penggalian Studi Kasus peneliti hanya memiliki peluang kecil dan bahkan tidak sama sekali berpeluang pada kontrol peristiwa tersebut. penelitian dengan Studi Kasus tunggal dapat diselenggarakan dalam tiga kondisi, yaitu (1) teori yang ada akan membahas kasus penting yang tengah menjadi ranah analisis yang diuji.; (2) peristiwa yang memiliki keistimewaan, unik ataupun menjadi tren topik pembahasan ataupun hal yang terjadi dilapangan; (3) memiliki urgensi dan koneksitas dengan destinasi pengungkapan (Robert K. Yin, 2023, hal. 61–64). Kelebihan Studi Kasus akan nampak bilamana digunakan untuk menjawab dua jenis pertanyaan yaitu 'bagaimana dan kenapa' dimana pada panduan pada penelitian ini sebanyak 15 pertanyaan yang diajukan kepada 5 Narasumber kompeten baik internal BSSN ataupun profesional eksternal berkaitan dengan Teknologi Informasi tersebut menjadi arahan rentetan peristiwa yang sedang menjadi tren topik fenomena yang terjadi dilapangan. Analisa data model interaktif yang diterapkan dalam penelitian ini akan menganalisa fenomena melalui tiga faktor, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Pada tiap elemen memiliki keterkaitan observasi data satu dengan lainnya sehingga kompilasi data yang dihimpun merupakan representasi dari masalah dalam penelitian.

Objek Penelitian ini merupakan materi tayangan yang berbentuk video, teks dan gambar bergerak kepada khalayak pada implementasi sosialisasi #JagaRuangSiber yang ditayangkan pada platform media sosial Instagram dan Youtube. Sajian konten yang berisikan literasi, informasi dan edukasi dalam bentuk audio visual dan text pada media sosial Instagram dan Youtube. Penyajian pada laman Instagram dalam bentuk portrait relatif berdurasi 30 detik sampai 60 detik pada setiap kenten yang ditayangkan. Pada media sosial Youtube tayangan dengan #JagaRuangSiber penyajian laman konten BSSN dalam bentuk vertikal-horisontal dengan durasi minimal 15 detik sampai 1 jam yang berisikan informasi singkat ataupun literasi

edukasi onsite pada programnya dalam konversi bentuk video yang bisa ditayangkan dan dikonsumsi repetitif kepada khalayak luas.

Subjek Penelitian ini adalah entitas BSSN yang merupakan lembaga negara memiliki andil sebagai inisiator dan pelaksana kampanye #JagaRuangSiber. Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah merupakan implikasi strategi komunikasi kampanye #JagaRuangSiber oleh BSSN di media sosial Instagram dan Youtube dengan substansi informasi penting terintegrasi yang menjadi sumber wawasan bagi masyarakat Indonesia untuk memajukan dan mengembangkan wawasan terkait akses otorisasi yang bersifat prerogatif baik individu, komunitas dan komunal. Korelasi antara orientasi khalayak dalam curiositas informasi menjadikan media baru kanal yang mampu menuangkan mata rantai informasi, edukasi dan literasi yang menarik dan mudah dipahami penyampaiananya kedalam ranah masyarakat luas.

Penelitian ini akan menggunakan metode purposive sampling, di mana peneliti akan memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalah secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber. Karena penelitian ini bersifat kualitatif, maka penelitian tidak dipengaruhi oleh jumlah sampel (informan). Keabsahan Data Penelitian sesuai dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian dengan metode Miles Huberman (1994), dalam melegitimasi validasi data mengacu pada kredibilitas interval dalam mengembangkan pemahaman pada proses penggalan penelitian. Dalam hal ini, informan tergantung pada relevansi, ketepatan, kompleksitas, dan keragaman. Penelitian dilakukan di Jakarta secara daring. Sedangkan waktu penelitian akan berlangsung hingga enam bulan, mulai dari September 2025 s.d. Januari 2026. Data yang diamati dan digali oleh peneliti dari obyek dan subyek merupakan informasi yang didalami dari sumber yang bervariasi. Teknik triangulasi merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan indera kognitif yang didapat dari narasumber berupa sesi wawancara yang dilakukan baik onsite ataupun daring dan didokumentasikan dalam bentuk video, foto ataupun rekaman audio lalu informasi yang didapat oleh peneliti dikonversi dalam bentuk tulisan (Hossain et al., 2025, hal. 2).

PEMBAHASAN

Efektivitas algoritma pada kolaborasi dalam pandangan IT juga mendukung hal yang sama pada peningkatan tayangan beranda khalayak dalam kampanye #JagaRuangSiber. Keberhasilan strategi komunikasi kampanye #JagaRuangSiber BSSN terkait Personal Data Protection sangat dipengaruhi oleh implementasi proses perencanaan yang merujuk pada riset makro hingga riset mikro audiens. Pengemasan pesan, pemilihan kanal/media, hingga realisasi konkret diseminasi pada lanskap media sosial hingga terjadinya perubahan sistem sosial. Media baru yaitu Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat memberikan fasilitas komunikasi dengan visibilitas. Attention spend audience dengan adanya short form social media maka optimalisasi hook pada konten yang disosialisasikan BSSN #JagaRuangSiber. Konten dan konteks literasi visual-Audio repetitif dapat membantu khalayak untuk memahami pesan yang disampaikan. Keterbatasan audiens pada penggunaan platform media digital dapat diminimalisir dengan adanya konten literasi yang menambah wawasan masyarakat luas. Preferensi pada beragamnya media digital memberikan dorongan dalam wadah media sosial dengan pola algoritma yang beragam, sehingga para khalayak umum terbatas hanya dapat melihat konten suguhan berdasarkan algoritma yang menaikkan konten tayangan yang justru tidak bermanfaat bagi wawasan khalayak dalam ruang siber.

Legitimasi sumber berita pada konten merupakan representasi produsen konten dari kebenaran informasi pada kredibilitas sumber informasi. BSSN hadir ditengah masyarakat dengan koherensi kegiatan sehari-hari dalam divergensi sosial media mendorong lembaga negara agar optimalisasi exposure dari informasi terkait kampanye dan kolaborasi dengan berbagai instansi dilakukan sesuai dengan adaptasi penggunaan media sosial. Kesadaran dan bijak dalam menggunakan platform media digital juga penggunaan perangkat digital berbasis internet juga merupakan perizinan yang menjadi otoritas pengguna perangkat yang mampu meminimalisir terjadinya tindakan malware, eksfiltrasi data dan serangan siber. Peningkatan pengetahuan secara konstruktif pada masyarakat terkait teliti dalam mitigasi banyaknya serangan link jahat. Potensi cyber attack yang terjadi karena otoritas individu dalam wawasan tersebut

akan menjadi krusial pada penggunaan gadget. Terutama pada email yang dikirimkan dari organisasi-organisasi suspicious, interpretasi masyarakat pada wawasan untuk mencegah hal yang membahayakan perlindungan data pribadinya. Kewaspadaan pada urgensi perlindungan dan keamanan individu. Mekanisme SIAP (Simpan data, Ikuti literasi, Amankan gadgetmu, Perkuat password).

Kampanye #JagaRuangSiber sangat relate dengan kehidupan khalayak yang bersinggungan dengan ruang siber dalam kegiatan sehari-hari sumber kejahatan bisa datang dari berbagai hal yang rentan baik dari email dan juga perangkat lunak lainnya. Namun demikian ditemukan hambatan dalam tayangan yang semestinya masif dilaman beranda media sosial pada berbagai lapisan masyarakat luas yang sangat membutuhkan informasi kritis yang edukatif.

KESIMPULAN

Implementasi literasi oleh Badan Siber dan Sandi Negara dalam #JagaRuangSiber. Badan Siber dan Sandi Negara sebagai lembaga resmi negara merupakan entitas yang sangat krusial keberadaannya ditengah masyarakat, dan memiliki peran yang juga melingkupi penyuluhan literasi tentang keamanan diruang siber. Teori media baru dipaparkan Martin Lister dalam Denis McQuail (2011), dengan kapasitas optimal dalam suatu tayangan media sosial yang besar pada User Generated Content (UGC) dan Search Engine Optimization (SEO). Media baru memberikan wadah dan fasilitas kreatif pada kreator konten individu ataupun komunal di algoritma pada kontribusi konversi pola komunikasi one-way flow ke multi-way flow. Partisipasi dalam melakukan kampanye atau diseminasi konten kepada khalayak dengan tayangan diberanda khalayak sesuai algoritma minat dari pemirsa dari akun pengguna platform media sosial yang kemudian minat dari khalayak menjadi agen untuk kalibrasi peningkatan potensi tampilnya tayangan diberanda pengguna FYP (For Your Page). Komunikasi 7C secara normatif pada kampanye Badan Siber dan Sandi Negara #JagaRuangSiber merupakan akun verifikasi dengan substansi aktivitas yang berkontribusi dalam literasi keamanan siber. Penyesuaian adaptasi pada konten untuk semakin masif ditayangkan untuk muncul diberanda dengan minat yang muncul dilaman beranda khalayak sehingga menstimulir impuls dari curiositas dan peminatan dalam observasi akun Badan Siber dan Sandi Negara ataupun like dan share yang menjadi engagement agar kehadiran tayangan resmi yang informasinya sangat bermanfaat bisa diterima dan dipahami berbagai lapisan masyarakat.

Konten kampanye dengan materi kompeten, resmi, formal dan normatif merupakan representasi dari badan resmi pemerintahan yang kemudian pada tayangan sosialisasi kampanye tingkat atraktif dan interaktif kemudian menjadi fluktuatif, maka penyesuaian materi yang bersifat motivasi dan dibutuhkan mutual elaborasi dari khalayak sangatlah dibutuhkan untuk naiknya konten kampanye Badan Siber dan Sandi Negara #JagaRuangSiber. Seperti analogi dokter yang membuat konten untuk memotivasi masyarakat dengan membangun ekosistem informasi yang edukatif. Kampanye ini sangat dibutuhkan berbagai lapisan masyarakat untuk memberikan wawasan demi keamanan dan kenyamanan diruang siber. Percepatan tayangan beranda khalayak pada Media Baru yang interaktif dan edukatif memfasilitasi kebutuhan masyarakat akan informasi dalam kampanye literasi dapat berimbang dengan akselerasi pesatnya pemakaian ruang digital di masyarakat.

Analisa penelitian observasi dengan kaidah studi kasus dan peneliti menemukan, bahwa perencanaan strategi pada kampanye #JagaRuangSiber yang di prakarsai oleh BSSN dilakukan dengan kanal media sosial Website, Youtube, Instagram, Facebook, TwitterX, Tiktok. Eskalasi khalayak yang signifikan terdeteksi dalam tayangan kampanye adalah Youtube dan Instagram terbukti konkret pada jumlah subscribers dan viewers dengan elevasi yang cukup menonjol pada kanal Instagram sesuai update tanggal 15 Februari 2026 dengan 216K followers sedangkan pada kanal Youtube update pada tanggal 15 Februari 2026 dengan 22.1K followers. Kolaborasi dengan berbagai institusi dalam organisasi juga badan pemerintahan pada kampanye #JagaRuangSiber dalam diskusi dengan internal Badan Siber dan Sandi Negara juga narasumber swasta merupakan hal yang dirasa perlu dalam implementasi kampanye BSSN #JagaRuangSiber. Urgensi peningkatan wawasan dan kesadaran masyarakat akan keamanan dalam

perlindungan data pribadi dan kenyamanan berselancar pada ruang siber dapat terkonstruksi dengan optimal dan hal ini merupakan tanggung jawab kita bersama.

REFERENSI

- Afizha, Jihan;Kholik, A. (2021). *Penerapan Komunikasi Efektif 7C Dalam Pelayanan Informasi Publik Oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Jakarta II*. 3(3), 111–125.
- Afrizal, T. (2024). *Sosialisasi Peningkatan Pengetahuan Keamanan Dalam Jual Beli Online*. 2(4), 61–70.
- Correia, E., Sousa, S., Viseu, C., & Larginho, M. (2023). Analysing the Influence of Green Marketing Communication in Consumers' Green Purchase Behaviour. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2). <https://doi.org/10.3390/ijerph20021356>
- Dahuri, M., Che Ani, A. I., Johar, S., & Zakaria, A. F. (2025). Formulating a Qualitative Framework for Assessing SERVQUAL Dimensions on Maintenance Service Perception and Budget Allocation in TVET Educational Landscape. *PaperASIA*, 41(4b), 360–368. <https://doi.org/10.59953/paperasia.v41i4b.531>
- Delpiero, M., Reynaldi, F. A., Ningdiah, I. U., & Muthmainnah, N. (2021). *Padjadjaran Law Review Analisis Yuridis Kebijakan Privasi dan Pertanggungjawaban Online Marketplace dalam Legal Analysis of Online Marketplace Privacy Policy and Account ability in Protection of Users ' Personal Data on Data Leakage Cases Padjadjaran Law*. 9.
- Deuze, M. (2021). Challenges and Opportunities for the Future of Media and Mass Communication Theory and Research: Positionality, Integrative Research, and Public Scholarship. *Central European Journal of Communication*, 14(1(28)), 5–26. [https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.1\(28\).1](https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.1(28).1)
- Holtzhausen, Derina;Fullerton, Jami A .;Lewis, Bobbi Kay; Shipka, D. G. (2021). *Principles of Strategic Communication*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Hossain, M. A., Quaddus, M., Akter, S., Mikalef, P., & Warren, M. (2025). Trolling in social media: A deindividuation and contagion perspective. *Information and Management*, 62(7), 104211. <https://doi.org/10.1016/j.im.2025.104211>
- Ingrida, N. V., & Wibowo, D. (2024). Digital Security in Human Security: A Case Study of the Bjorka Hacking Incident. *Politicos: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 4(1), 56–65. <https://doi.org/10.22225/politicos.4.1.2024.56-65>
- Kasim, S. P. (2022). *Analisis Strategi Pemanfaatan Media Komunikasi Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Pemilih Oleh Kpu Kota Makassar Pada Pilkada Serentak Tahun 2020 Dimasa Pandemi Covid-19*.
- Luik, J. (2020). Media Baru Sebuah Pengantar. In *Ilmu Komunikasi*. http://repository.petra.ac.id/19444/3/44_Publikasi1_06002_6825
- Mahila Ayesha Maharani, & Wira Atman. (2025). Evaluasi Strategi Nasional Keamanan Siber Indonesia dalam Menanggapi Ancaman Digital Indonesia. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 2(3), 344–354. <https://doi.org/10.62383/sosial.v2i3.2291>
- Nasional, P. D., & Defender, W. (2024). BSSN Ungkap Kronologi Serangan Ransomware PDNS, Diawali Peretasan Windows Defender. *Kompas.com* - 16/06/2023, 10:00 WIB.
- Nugraha, F. A. (2023). *BSSN-menggalakkan-kampanye-siap-jagaruangsiber*. *Antaranews.com*. <https://www.antaranews.com/berita/3632217/bssn-menggalakkan-kampanye-siap-jagaruangsiber>
- Purba, Y. O., & Mauluddin, A. (2023). Kejahatan Siber dan Kebijakan Identitas Kependudukan Digital: Sebuah Studi Tentang Potensi Pencurian Data Online Cybercrime and Digital Population Identity Policies: A Study on the Potential of Online Data Theft. *JCIC: Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial-ISSN*, 5(2), 55–66. <https://doi.org/10.51486/jbo.v5i2.113>
- Ram, J., & Sun, S. (2020). Business benefits of online-to-offline ecommerce: A theory driven perspective. *Journal of Innovation Economics and Management*, 33(3), 135–162. <https://doi.org/10.3917/jie.033.0135>

- Robert K. Yin. (2023). A book review: Case study: Case study research and applications design and methods (6th ed.). *Beyond words*, 11(1), 61–64. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1563>
- RRI. (2022). *Tingkatkan-literasi-ruang-siber-bssn-kampanyekan-literasi-jagaruangsiber-di-smk-n-3-yogyakarta*. rri.co.id. <https://rri.co.id/internasional/33651/tingkatkan-literasi-ruang-siber-bssn-kampanyekan-literasi-jagaruangsiber-di-smk-n-3-yogyakarta>
- Sudarmadi, D. A., Indonesia, U., Josias, A., & Runturambi, S. (2019). Strategi Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) Dalam Menghadapi Ancaman Siber di Indonesia. *Jurnal Kajian Strategik Ketahanan Nasional*, 2(2). <https://doi.org/10.7454/jkskn.v2i2.10028>
- Wati, L., & Yuningsih, S. (2021). Analisis Framing Rencana Pemindahan Ibu Kota Indonesia Dalam Video “Dilema Ibu Kota Baru: Selamatkan Jakarta, Korbakan Kalimantan?” Pada Channel Youtube Bbc News Indonesia. *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2), 111–127. <https://doi.org/10.15408/interaksi.v1i2.21322>
- Yudha, M. A. (2023). Tanggung Jawab Penyedia Atas Keamanan Data Penggunaan Layanan Dalam Transaksi Online Melalui Tokopedia. *Jurnal Notarius*, 2(1), 11–21. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/notarius/article/view/15886%0Ahttps://jurnal.umsu.ac.id/index.php/notarius/article/download/15886/9804>