

## ABSTRACT

### **RAISING CYBERSECURITY AWARENESS OF TELECOMMUNICATION COMPANY EMPLOYEE THROUGH INSTAGRAM CAMPAIGN, CASE STUDY: PT MEDIA TELEKOMUNIKASI MANDIRI**

**Farisah Adilia**

20/471120/PEK/26847

This research endeavor is encapsulated within the thesis about raising cybersecurity awareness of employees through an Instagram campaign. It navigates the intersection of technology, and communication, and explores the potential of an innovative Instagram campaign to ignite a paradigm shift in the cybersecurity awareness landscape.

The foundation of this study is rooted in the recognition that cybersecurity awareness transcends technical departments, reverberating through the corridors of every facet of an organization. As the digital age ushers in a confluence of opportunities and threats, the fortification of cybersecurity extends beyond firewalls and encryption—it necessitates a vigilant and informed workforce.

This study was conducted to answer whether social network campaigns, in this case, Instagram, can increase telecommunications company employees' awareness of cyber security dangers.

This study uses a qualitative method with data obtained from distributing questionnaires to PT Media Telekomunikasi Mandiri employees. The questionnaire was carried out 2 times with an Instagram campaign in between. The campaign was carried out on the MTM company Instagram for 1 month with 12 materials from 4 topics. The results of the study show an increase in awareness from the first questionnaire to the second questionnaire. The findings are not confined to the walls of MTM, this offers a guiding light to other telecommunication companies grappling with similar challenges. In this age of dynamic vulnerabilities and transformative opportunities, this study stands as a tribute to the synergy between technological fortitude and human engagement that defines the essence of cybersecurity awareness in the digital age.

**Keywords:** Awareness, Cybersecurity Awareness, Cyber-threat, Instagram Campaign, Campaign Effectiveness

## **Meningkatkan Kesadaran Keamanan Siber Pegawai Perusahaan Telekomunikasi Melalui Kampanye Instagram, Studi Kasus: PT Media Telekomunikasi Mandiri**

**Farisah Adilia**

**20/471120/PEK/26847**

Upaya penelitian ini terangkum dalam tesis tentang meningkatkan kesadaran keamanan siber karyawan melalui kampanye Instagram. Kampanye ini menavigasi titik temu antara teknologi dan komunikasi, serta mengeksplorasi potensi kampanye Instagram yang inovatif untuk memicu perubahan paradigma dalam lanskap kesadaran keamanan siber.

Landasan penelitian ini berakar pada kesadaran bahwa kesadaran keamanan siber melampaui departemen teknis, dan bergema di seluruh koridor setiap aspek organisasi. Ketika era digital menghadirkan pertemuan antara peluang dan ancaman, penguatan keamanan siber tidak hanya mencakup firewall dan enkripsi—hal ini memerlukan tenaga kerja yang waspada dan berpengetahuan.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab apakah kampanye jejaring sosial dalam hal ini Instagram dapat meningkatkan kesadaran karyawan perusahaan telekomunikasi terhadap bahaya keamanan siber.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada karyawan PT Media Telekomunikasi Mandiri. Kuesioner dilakukan sebanyak 2 kali dengan kampanye Instagram di antaranya. Kampanye dilakukan di Instagram perusahaan MTM selama 1 bulan dengan 12 materi dari 4 topik. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dari kuesioner pertama ke kuesioner kedua. Temuan ini tidak hanya terbatas pada MTM saja, hal ini juga memberikan petunjuk bagi perusahaan telekomunikasi lain yang juga menghadapi tantangan serupa. Di era kerentanan dinamis dan peluang transformatif ini, penelitian ini merupakan penghormatan terhadap sinergi antara kekuatan teknologi dan keterlibatan manusia yang mendefinisikan esensi kesadaran keamanan siber di era digital.

Kata Kunci: Kesadaran, Kesadaran Keamanan Siber, Ancaman Siber, Kampanye Instagram, Efektivitas Kampa