

## TITLE

### *EMPATHY-BASED ADVERTISING ON CYBER SECURITY (Multimodal Discourse Analysis of Indonesian Banking Industry)*

## ABSTRACT

*This study investigates the advertisement discourse of the Indonesian banking industry in navigating the fundamental paradox between promoting banking service adoption and mitigating cybersecurity risks. Drawing upon the reflective paradigm theory (Holmström, 2018) and empathy-based marketing communication (Pedersen, 2021), this study deconstructs how BCA and Bank BRI frame cybersecurity as a form of empathic and humanist reflective communication. This study employs multimodal discourse analysis, integrating systemic functional linguistics (Halliday & Matthiessen, 2014), visual grammar (Kress & Van Leeuwen, 2006, 2020), and criteria of emotion in music (Cohen, 2001). Consequently, this research reveals four primary cybersecurity discourse strategies in the Indonesian banking industry: (1) metaphorical frames that externalize cyber threats as social entities; (2) negotiating the role of bank customers in cybersecurity issues; (3) utilization of popular culture figures to reduce social distance and build cultural legitimacy; and (4) management of emotional tension through audio-visual design as a persuasion strategy for cybersecurity solutions. These findings demonstrate that banking institutions perform second-order observation by shifting technocratic cybersecurity issues into modalities for building trust and managing institutional social legitimacy. This validates a paradigm shift in the digital era, suggesting that cybersecurity is a socio-psychological construction built through empathy-based reflective banking communication and the intersemiosis of multimodal elements.*

*Keywords: cyber security, digital banking, empathy-based marketing communication, multimodal discourse analysis, reflective paradigm*

## ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi wacana periklanan industri perbankan Indonesia dalam menavigasi paradoks fundamental antara promosi adopsi layanan perbankan dan mitigasi risiko keamanan siber. Menggunakan kerangka teori paradigma reflektif (Holmström, 2018) dan komunikasi pemasaran berbasis empati (Pedersen, 2021), studi ini mendekonstruksi bagaimana BCA dan Bank BRI mewacanakan keamanan siber sebagai komunikasi refleksi yang empatik dan humanis. Peneliti menggunakan analisis wacana multimodal yang mengintegrasikan kerangka linguistik sistemik fungsional (Halliday & Matthiessen, 2014), gramatika visual (Kress & Van Leeuwen, 2006, 2020), serta kriteria emosi dalam musik (Cohen, 2001). Lantas, penelitian ini mengungkapkan empat strategi wacana utama keamanan siber pada industri perbankan di Indonesia: (1) bingkai metafora yang mengeksternalisasi ancaman siber sebagai entitas sosial, (2) menegosiasikan peran nasabah dalam isu keamanan siber, (3) pemanfaatan tokoh budaya populer untuk mereduksi jarak sosial dan membangun legitimasi kultural, serta (4) pengelolaan tensi emosional melalui desain audio-visual sebagai strategi persuasi solusi keamanan siber. Temuan ini menunjukkan bahwa institusi perbankan melakukan observasi tingkat kedua dengan mentransformasi isu keamanan siber yang bersifat teknokratik menjadi modalitas untuk membangun kepercayaan dan mengelola legitimasi sosial institusi. Hal ini memvalidasi pergeseran paradigma bahwa dalam era digital, keamanan siber adalah konstruksi sosial-psikologis yang dibangun melalui komunikasi reflektif perbankan yang berbasis empati serta intersemiosis elemen multimodal.

Kata kunci: analisis multimodal wacana, keamanan siber, komunikasi pemasaran berbasis empati, paradigma reflektif, perbankan