

**ANALISIS KESADARAN *CYBERSECURITY* PADA
PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI INDONESIA**



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

Disusun Oleh:

N a m a : Muhammad Rifqi Ramadhani
NIM : 16523200

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**ANALISIS KESADARAN *CYBERSECURITY* PADA
PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI INDONESIA**

TUGAS AKHIR



N a m a : Muhammad Rifqi Ramadhani

NIM : 16523200

المعهد الإسلامي للدراسات والبحوث
Yogyakarta, 12 Juli 2020

Pembimbing,

(Ahmad Munasir Raf'ie Pratama, S.T, M.IT, Ph.D.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**ANALISIS KESADARAN *CYBERSECURITY* PADA
PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI INDONESIA**

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika
di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 24 Juli 2020

Tim Penguji

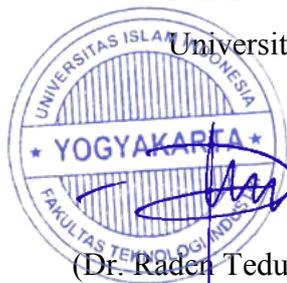
Ahmad Munasir Raf'ie Pratama, S.T.,
M.IT., Ph.D.

Anggota 1
Chanifah Indah Ratnasari, S.Kom.,
M.Kom.

Anggota 2
Rahadian Kurniawan, S.Kom., M.Kom.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia



(Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rifqi Ramadhani

NIM : 94523999

Tugas akhir dengan judul:

**ANALISIS KESADARAN *CYBERSECURITY* PADA
PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI INDONESIA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah dipublikasikan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 12 Juli 2020



(Muhammad Rifqi Ramadhani)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:

Kedua orangtuaku dan kedua kakakku yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan serta motivasi yang tiada henti dan tidak kenal lelah kepadaku.

Segenap civitas akademika, semoga karya ini dapat bermanfaat dalam dunia ilmu pengetahuan.



HALAMAN MOTO

“Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan Allah.”

–QS. Huud : 88

“Sebuah mimpi dapat terwujud bukan karena keajaiban, melainkan karena keringat dan kerja keras.”

–Colin Powell–

“Life is like riding a bicycle. To keep ypur balance, you must keep moving.”

–Albert Einstein–



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Kesadaran Cybersecurity Pada Pengguna Media Sosial di Indonesia”** ini dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat akademik untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

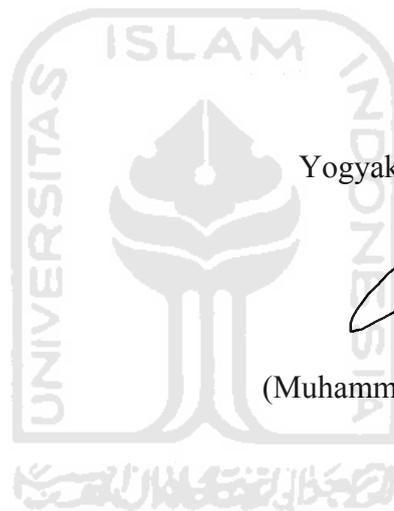
Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, nasehat serta motivasi dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kerahmatan dan keridhoan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Hari Purnomo, Prof., Dr., Ir., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Hendrik, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana.
6. Bapak Ahmad Raf'ie Pratama, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang selama ini telah banyak membimbing memberikan masukan serta arahan selama proses pengerjaan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia atas ilmu yang telah diberikan selama 4 tahun ini sehingga dapat bermanfaat bagi penulis untuk selamanya.
8. Para pengguna media sosial di Indonesia yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membantu mengisi survei sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Kedua orangtua, Bapak dr. Suharta dan Ibu Prihatini, yang selalu memberikan dukungan, doa serta motivasi tanpa kenal lelah. Semoga pengorbanan dan kasih sayang beliau mendapat imbalan yang sebesar-besarnya dari Allah SWT.
10. Kedua kakakku, Ammadea Ozzy Megawaty dan Chynintia Dewi Aqmarina yang juga telah mendoakan dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman Hexadecima yang selama 4 tahun ini berjuang bersama baik suka maupun duka, semoga Allah SWT melimpahkan kesuksesan pada kita semua. Aamiin.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga apa yang telah diberikan kepada penulis, bisa bermanfaat bagi semuanya dan semoga Allah SWT meridhoi dan mengabulkan doa dan harapan kita semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Yogyakarta, 12 Juli 2020

(Muhammad Rifqi Ramadhani)

SARI

Kesadaran akan keamanan dalam bermedia sosial saat ini perlu menjadi perhatian khusus bagi para pengguna media sosial di Indonesia. Kurangnya edukasi akan kesadaran membuat tidak sedikit para pengguna menjadi korban kejahatan siber (*cybercrime*). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mengetahui tingkat kesadaran akan *cybersecurity* di kalangan pengguna enam besar media sosial di Indonesia, yakni WhatsApp, YouTube, Instagram, Line, Twitter, dan Facebook. Data yang digunakan berupa survei daring (dalam jaringan) yang dianalisis dengan metode *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Structural Equation Modeling* (SEM). Dari hasil analisis didapatkan perbedaan signifikan pada tingkat kesadaran akan *cybersecurity* di kalangan pengguna media sosial di Indonesia yang dipengaruhi oleh perbedaan usia dan domisili. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa di antara semua media sosial yang mempengaruhi tingkat kesadaran, pengaruh terbesar ditemui pada media sosial YouTube yang ditunjukkan dengan nilai *p-value* yang lebih kecil dibanding dengan media sosial lainnya serta memiliki nilai koefisien regresi yang positif dengan arti lain semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial YouTube semakin tinggi pula tingkat kesadaran akan *cybersecurity*.

Kata kunci: *cybercrime*, media sosial, *Exploratory Factor Analysis*, *Structural Equation Modeling*, kesadaran.

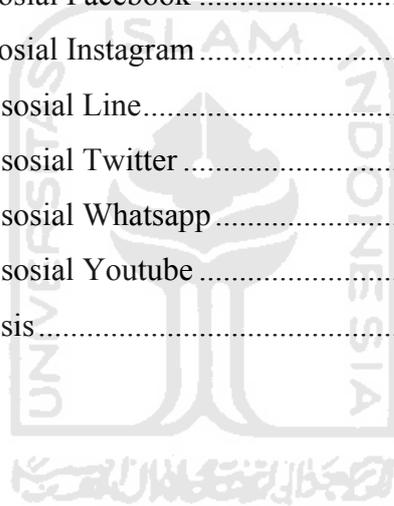
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
SARI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
2.1 Studi Literatur	4
2.2 <i>Cybersecurity</i>	5
2.3 Kesadaran <i>Cybersecurity</i>	5
2.4 Media Sosial.....	6
2.5 <i>Cybercrime</i>	6
2.6 <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA).....	7
2.7 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	7
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	9
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	10
3.2 Variabel Penelitian.....	13
3.2.1 Variabel Eksogen	13
3.2.2 Variabel Endogen.....	14
3.3 Hipotesis Penelitian	15

3.4 Uji Validitas	18
3.5 Uji Reliabilitas	18
3.6 Metode Analisis Data.....	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Hasil Survei Tingkat Kesadaran Pengguna Media Sosial.....	19
4.2 Uji Validitas	20
4.3 Uji Reliabilitas	21
4.4 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA)	21
4.5 Hasil Uji <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	22
4.5.1 Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	26
4.6 Pembahasan Hipotesis	29
4.6.1 Pengujian H1.1	29
4.6.2 Pengujian H1.2	29
4.6.3 Pengujian H1.3	30
4.6.4 Pengujian H1.4	30
4.6.5 Pengujian H1.5	31
4.6.6 Pengujian H1.6	31
4.6.7 Pengujian H2.1	32
4.6.8 Pengujian H2.2	32
4.6.9 Pengujian H2.3	33
4.6.10 Pengujian H2.4	33
4.6.11 Pengujian H2.5	34
4.6.12 Pengujian H2.6	34
4.6.13 Pengujian H2.7	35
BAB V PENUTUP	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Eksogen.....	13
Tabel 3.2 Variabel Endogen	15
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Laten.....	20
Tabel 4.2 Hasil Uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Facebook.....	22
Tabel 4.3 Hasil uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Instagram	23
Tabel 4.4 Hasil uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Line.....	23
Tabel 4.5 Hasil uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Twitter	24
Tabel 4.6 Hasil uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Whatsapp	25
Tabel 4.7 Hasil uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Youtube	26
Tabel 4.8 <i>Goodness of Fit</i> media sosial Facebook	27
Tabel 4.9 <i>Goodness of Fit</i> media sosial Instagram	28
Tabel 4.10 <i>Goodness of Fit</i> media sosial Line.....	28
Tabel 4.11 <i>Goodness of Fit</i> media sosial Twitter	28
Tabel 4.12 <i>Goodness of Fit</i> media sosial Whatsapp.....	28
Tabel 4.13 <i>Goodness of Fit</i> media sosial Youtube	28
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis.....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Metodologi Penelitian	9
Gambar 3.2 Bar Chart Demografi Sampel.....	12
Gambar 3.3 Bar Chart Media Sosial	13
Gambar 4.1 Bar Chart Tingkat Kesadaran Responden.....	19
Gambar 4.2 Hasil Analisis Exploratory Factor Analysis (EFA).....	21



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat dan makin luas pemakaiannya di dunia terutama di Indonesia membuat masyarakat dimudahkan dalam mengakses internet di mana pun dan kapan pun mereka mau. Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah pengakses internet terbanyak di dunia tercatat sebanyak 171 juta penduduk Indonesia menggunakan internet, dan dari angka tersebut terbilang 95% menggunakan internet untuk mengakses layanan media sosial (Pratomo, 2019). Jumlah pengakses tersebut akan bertambah seiringnya waktu dan perkembangan teknologi internet yang dapat mencakup ke semua daerah di Indonesia sampai ke tempat terpencil sekalipun.

Media sosial sebagai sarana terbanyak pengakses di Indonesia membawa banyak dampak positif seperti mudahnya bertukar informasi satu sama lain, melakukan proses bisnis, membentuk opini dan lain sebagainya. Di samping terdapat dampak positif media sosial pun memiliki dampak negatif seperti *cyberbullying*, ujaran kebencian, penyebaran berita hoaks, dan lain sebagainya. Penyalahgunaan media sosial telah menjadi faktor utama dalam penyebaran berita hoaks dan fitnah, ujaran kebencian, provokasi, yang berdampak juga kepada keselamatan negara (Teknologi, 2018). Kehadiran media sosial juga turut mempengaruhi pola perilaku pengguna media sosial, mereka bebas berpendapat dan mengutarakan opininya tetapi di lain sisi mereka tidak menghiraukan risiko-risiko yang akan terjadi pada dirinya maupun orang lain, adanya UU ITE pun dirasa masih belum memberikan dampak yang efektif pada pelaku serangan siber.

Permasalahan tentang kesadaran dan keamanan pada para pengguna media sosial di Indonesia pernah dikaji oleh Afandi et al. (2017) dengan judul “Analisis Hubungan Kesadaran Keamanan, Privasi Informasi, dan Perilaku Keamanan Pada Para Pengguna Media Sosial Line”. Hasil penelitian tersebut menyebutkan faktor yang memengaruhi perilaku kesadaran dan keamanan (*awareness & security behaviour*) pada pengguna media sosial Line adalah persepsi pengguna terhadap ancaman keamanan (*perceived security threat*). Dengan adanya sebuah ancaman keamanan ketika responden menggunakan dan menunjang aktivitas berkomunikasi dan yang lain sebagainya akan berpengaruh dengan perilaku keamanan dalam menjaga data privasi informasinya. Namun penelitian ini memiliki kekurangan yaitu hanya fokus pada satu

media sosial saja yaitu media sosial Line, sedangkan di Indonesia terdapat setidaknya 6 media sosial dengan pengguna aktif yang cukup banyak dan perlu dianalisis juga. Dilihat dari berbagai permasalahan dan kejahatan yang sering terjadi di media sosial, penulis melakukan analisis untuk mencari faktor–faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran *cybersecurity* pada kalangan pengguna media sosial di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, penulis mengajukan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana tingkat kesadaran dan pola perilaku pengguna media sosial di Indonesia dari kacamata *cybersecurity*?
- b. Apa saja faktor–faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran *cybersecurity* pada pengguna media sosial di Indonesia.

1.3 Batasan Masalah

Agar membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas agar penelitian dapat fokus untuk dilakukan, penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut ini:

- a. Populasi yang dituju adalah para pengguna media sosial aktif di Indonesia dengan minimal umur 15 tahun.
- b. Sampel yang digunakan terbatas hanya 400 responden.
- c. Penelitian berfokus pada 6 media sosial dengan penggunaan intensitas harian yang menjadi bahan penelitian.
- d. Karena sifatnya yang sensitif untuk kalangan responden tertentu, pada penelitian ini penulis tidak mengikutsertakan data demografi yang berhubungan dengan Suku, Agama, Ras dan Antar golongan.
- e. Penelitian berfokus pada pencarian faktor–faktor yang menjadi pengaruh terhadap kesadaran *cybersecurity*.

1.4 Tujuan Penelitian

Setelah mengajukan rumusan masalah, penulis menetapkan tujuan pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mengetahui tingkat kesadaran dan pola perilaku pengguna media sosial di Indonesia dari kacamata *cybersecurity*.
- b. Mengetahui faktor–faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran *cybersecurity* pada pengguna media sosial di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

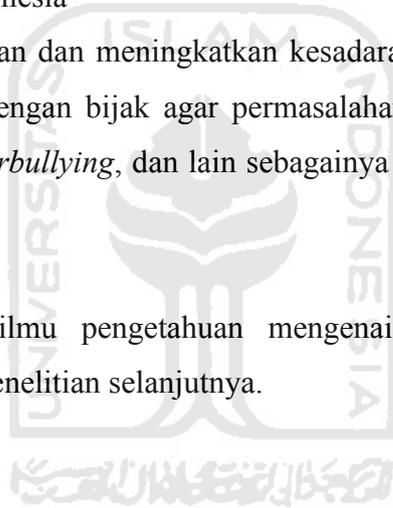
Dari hasil penelitian yang didapat oleh penulis, penulis mengharapkan dampak pencapaiannya bisa berguna untuk:

- a. Pengguna media sosial di Indonesia

Sebagai penambah wawasan dan meningkatkan kesadaran *cybersecurity* serta dapat menggunakan media sosial dengan bijak agar permasalahan seperti penyebaran berita hoaks, ujaran kebencian, *cyberbullying*, dan lain sebagainya setidaknya dapat berkurang kedepannya.

- b. Akademisi

Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan mengenai *cybersecurity* dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Studi Literatur

Dalam penelitian ini penulis memaparkan empat penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang “Analisis Kesadaran *Cybersecurity* Pada Pengguna Media Sosial di Indonesia”. Didapat hasil penelitian pada penelitian terdahulu sebagai berikut:

- a. Afandi et al. (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Hubungan Kesadaran Keamanan, Privasi Informasi, dan Perilaku Keamanan Pada Para Pengguna Media Sosial Line” dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), dalam penelitiannya menemukan bahwa, faktor yang memengaruhi perilaku kesadaran dan keamanan (*awareness & security behaviour*) pada pengguna media sosial Line adalah persepsi pengguna terhadap ancaman keamanan (*perceived security threat*). Dengan adanya sebuah ancaman keamanan ketika responden menggunakan dan menunjang aktifitas berkomunikasi dan yang lain sebagainya akan berpengaruh dengan perilaku keamanan dalam menjaga data privasi informasinya. Namun penelitian ini memiliki kekurangan yaitu hanya fokus pada satu media sosial saja yaitu media sosial Line.
- b. Aprinta, G., & Dwi, E. (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Tingkat Kepekaan Sosial Di Usia Remaja” dengan pendekatan kuantitatif dan metode analisis regresi, dalam penelitiannya menemukan bahwa, terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat kepekaan sosial di kalangan remaja sekolah menengah ke atas. Semakin sering remaja mengakses media sosial, maka semakin sering pula ia akan mencari informasi terkait dengan pemenuhan informasi, dan semakin ia memenuhi kebutuhan informasi, maka ia akan semakin sering mendiskusikan informasi dan kemudian akan memicu kepedulian terhadap lingkungan yang kemudian membentuk kesadaran sosial mereka.
- c. Batmetan, J.R. et al. (2018) dalam jurnalnya yang berjudul “Tingkat Kesadaran Privasi Atas Masalah Keamanan Informasi” dengan pendekatan secara kuantitatif dan metode analisis regresi berdasarkan hasil survei yang dilakukan secara tertutup terhadap mahasiswa PTIK UNIMA dalam penelitiannya menemukan bahwa, sebagian besar mahasiswa menyadari pentingnya keamanan privasi dalam layanan publik, mahasiswa

juga menyadari resiko yang dapat terjadi jika melakukan pelanggaran dalam kebijakan privasi orang lain. Namun tidak sedikit juga mahasiswa yang merasa tidak peduli dengan keamanan privasi mereka.

- d. Saizan, Z., & Singh, D. (2018) dalam jurnalnya yang berjudul “*Cyber Security Awareness among Social Media Users: Case Study in German-Malaysian Institute (GMI)*” dengan pendekatan secara kualitatif deskriptif dan metode analisis regresi, dalam penelitiannya menemukan bahwa dari 231 responden yang merupakan warga GMI menunjukkan bahwa tingkat kesadaran pengguna media sosial yang dikaji dari faktor sikap, pengetahuan, dan lingkungan memiliki pengaruh signifikan satu sama lain dan bisa disimpulkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan juga terhadap kesadaran *cybersecurity*, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para responden tergolong dalam golongan menengah.

2.2 Cybersecurity

Cybersecurity berasal dari dua kata yaitu *cyber* dan *security*. *Cyber* berarti dunia maya atau dunia internet dan *Security* berarti keamanan, sehingga pengertian sederhana dari *cybersecurity* adalah keamanan siber. *Cybersecurity* atau keamanan siber mempunyai fungsi atau peran untuk menemukan, memperbaiki, ataupun mengurangi tingkat risiko terjadinya ancaman siber (*cyber threat*) dan serangan siber (*cyber attack*) serta semua aktivitas yang berpotensi mengancam keamanan seluruh komponen sistem siber itu sendiri yang meliputi *hardware*, *software*, data/informasi maupun infrastruktur (Siagian et.al, 2017).

2.3 Kesadaran Cybersecurity

Cybersecurity awareness atau kesadaran keamanan siber bisa didefinisikan bahwa seseorang memiliki pengetahuan atau kemampuan yang baik dalam melakukan praktik keamanan pada saat menggunakan situs jejaring internet dan memahami arti penting melindungi data pribadi dan atau data kelompok atas nama sebuah organisasi ketika memutuskan akan menggunakan sebuah situs jejaring internet (Afandi et.al, 2017).

Pengetahuan tentang *cybersecurity awareness* atau keamanan siber sangat diperlukan pada saat ini bagi organisasi, perusahaan ataupun individu saat menggunakan internet untuk menghindari adanya gangguan, ancaman siber (*cyber threat*), serangan siber (*cyber attack*) yang sewaktu-waktu bisa terjadi kepada mereka. Dengan terbukanya wawasan seseorang dengan kesadaran keamanan siber seperti menjaga informasi atau data yang bersifat pribadi

sampai menjaga keamanan gawai seperti diberi kata sandi bisa meminimalisasi risiko terjadinya gangguan, ancaman, dan serangan tersebut.

2.4 Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara daring, serta dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri (Rohman, 2016). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial digunakan oleh pengguna sebagai sarana bersosialisasi di dunia maya.

Pada dasarnya media sosial tidak berbeda jauh dengan cara kerja komputer. Media sosial memiliki tiga komponen bersosialisasi seperti pengenalan, komunikasi, dan kerja sama yang dianalogikan seperti komputer yang membuat sistem sebagaimana adanya media sosial yang membuat sistem di antara individu dan masyarakat (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Keberadaan media sosial sendiri membawa dampak positif maupun negatif tergantung bagaimana pengguna tersebut dalam menggunakan media sosial itu sendiri.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

- a. Kualitas distribusi pesan melalui media sosial memiliki berbagai variasi yang tinggi, mulai dari kualitas yang sangat rendah hingga kualitas yang sangat tinggi tergantung pada konten.
- b. Jangkauan teknologi media sosial bersifat desentralisasi, tidak bersifat hierarki.
- c. Frekuensi menggambarkan jumlah waktu yang digunakan oleh pengguna untuk mengakses media sosial tiap harinya.
- d. Aksesibilitas menggambarkan kemudahan media sosial untuk diakses oleh pengguna.
- e. Kegunaan menggambarkan siapa pun yang memiliki akses internet dapat mengerjakan berbagai hal dengan menggunakan media sosial seperti mengunggah foto digital, menulis daring dan lain-lain.

2.5 Cybercrime

Cybercrime atau kejahatan siber didefinisikan sebagai sebuah kejahatan di dunia maya dengan memanfaatkan terhubungnya internet dan teknologi siber atau teknologi informasi bisa berupa komputer, telepon genggam, dan lain-lain, yang disalahgunakan untuk menyerang

komputer lain yang terhubung juga ke dalam internet dan menyebabkan kerugian kepada korban yang terkena kejahatan tersebut (Arifah, 2011).

Cybercrime atau kejahatan siber dalam kasus pengguna media sosial di dunia terutama di Indonesia banyak disebabkan oleh adanya konten–konten negatif yang disebar atau dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Jenis–jenis kejahatan yang sering dilakukan pelaku kejahatan siber di media sosial yaitu, penyebaran berita hoaks, *cyberbullying*, *hate speech* (ujaran kebencian) yang sampai membawa SARA, dan sebagainya. Dengan adanya jenis kejahatan siber seperti itu di media sosial tidak sedikit pengguna media sosial yang termakan serangan tersebut dan mengubah pola pikiran mereka karena kurangnya edukasi terhadap konten–konten negatif tersebut.

2.6 Exploratory Factor Analysis (EFA)

Exploratory Factor Analysis (EFA) merupakan metode analisis faktor untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel bebas dalam membangun sebuah konstruk. EFA digunakan dimana peneliti belum tahu hipotesis yang dibuat harus dikelompokkan ke dalam variabel mana saja. Oleh karena belum adanya informasi dimana saja variabel–variabel tersebut akan dikelompokkan maka biasanya variabel laten atau faktor yang dibutuhkan belum diketahui sama sekali. Walaupun peneliti sebenarnya boleh menentukan berapa faktor yang akan dia pakai dalam penelitian (Huang, 2018).

Ukuran yang menunjukkan bahwa suatu variabel dapat masuk ke dalam faktor tertentu dalam metode EFA adalah nilai *loading* faktor. Nilai *loading* faktor merupakan besarnya korelasi antara faktor yang terbentuk dengan variabel tersebut. Dengan kata lain semakin besar nilai *loading* faktor akan menentukan di mana setiap variabel tersebut dikelompokkan.

2.7 Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan metode teknis multivariat yang digunakan untuk melakukan pengujian hubungan antara variabel terikat (*Dependent Variable*) dengan variabel bebas (*Independent Variable*) (Sasongko & Rusgiyono, 2016). Analisis SEM dapat juga dianggap sebagai gabungan dari metode analisis faktor dan analisis regresi dan memiliki keunggulan seperti berikut ini:

- a. Dapat menguji validitas, reliabilitas, dan kausalitas sekaligus.
- b. Dapat digunakan untuk melihat antar variabel yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung.

- c. Dapat menguji beberapa variabel terikat (*Dependent Variable*) sekaligus dengan beberapa variabel bebas (*Independent Variable*).
- d. Dapat mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (*Independent Variable*) mempengaruhi variabel terikat (*Dependent Variable*).

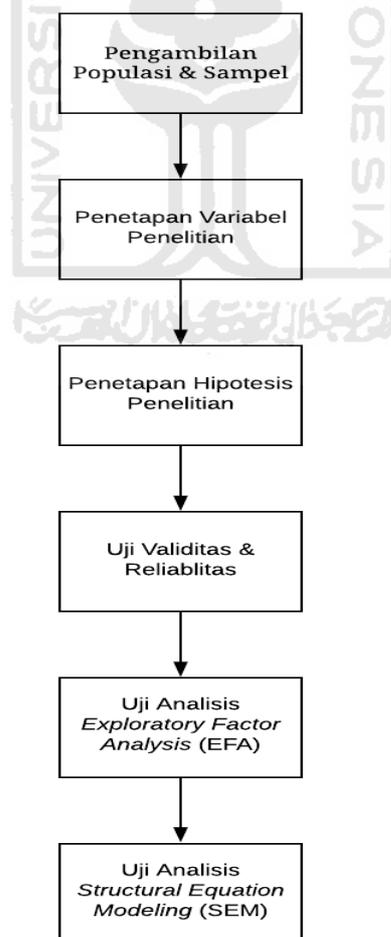


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

“Metodologi penelitian” berasal dari kata “Metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan “Logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi, metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan “Penelitian” adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporannya (Narbuko et al., 2017).

Lebih luas lagi dapat dikatakan bahwa metodologi penelitian adalah ilmu yang mempelajari cara-cara melakukan pengamatan dengan pemikiran yang tepat secara terpadu melalui tahapan-tahapan yang disusun secara ilmiah untuk mencari, menyusun serta menganalisis dan menyimpulkan data-data, sehingga dapat dipergunakan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran sesuatu pengetahuan. Alur metodologi penelitian pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram Alur Metodologi Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah semua warga negara Indonesia berusia minimal 15 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Setelah menetapkan populasi, penulis menggunakan metode pengambilan sampel dengan menggunakan survei daring (dalam jaringan) yang terlampir pada Lampiran 1 dalam bentuk Google Forms yang disebarakan kepada pengguna media sosial di Indonesia melalui berbagai cara penyebaran di berbagai kanal media sosial, mulai dari memposting pada grup skripsi di media sosial Facebook dan Line, menyebarkan di komentar post orang lain di media sosial Twitter, memposting pada media sosial berbasis forum seperti Kaskus dan Reddit, meminta tolong pada grup keluarga dan kelas di media sosial WhatsApp untuk membantu isi dan menyebarkan serta ikut saling bantu isi kuesioner skripsi dengan mahasiswa lainnya.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin. Metode Slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survei dimana biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi (Sevilla et.al, 2007;182). Perhitungan rumus Slovin bisa dilihat sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi = 171.000.000

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) = 5% atau 0.05

Dari hasil rumus di atas, berdasarkan jumlah populasi pengguna internet sebanyak 171 juta Pratomo. (2019), didapat jumlah sampel sebanyak 385 responden yang kemudian dilakukan pembulatan menjadi 400 responden. Dari penyebaran kuesioner secara daring (dalam jaringan) yang dilakukan terhitung dari tanggal 1 Januari sampai dengan tanggal 31 Januari 2020, didapat sampel sebanyak 400 responden dengan informasi demografi sebagai berikut:

a. Usia

Dari data yang didapat, terdapat rentang usia yang dibagi menjadi 4 kelompok usia yaitu, 15 – 20 tahun sebanyak 92 responden (23%), 21–25 tahun sebanyak 167 responden (42%), 26 – 34 tahun sebanyak 80 responden (20%), dan 35 tahun ke atas sebanyak 61 responden (15%) dengan nilai rerata 26 tahun dan simpangan baku 8 tahun.

b. Jenis Kelamin

Dari data yang didapat, terdapat 184 responden (46%) adalah perempuan dan 216 responden (54%) adalah laki-laki.

c. Domisili

Dari data yang didapat, terdapat 307 responden (77%) yang berdomisili di Pulau Jawa 17 responden (4%) yang berdomisili di Pulau Kalimantan, 18 responden (5%) yang berdomisili di Pulau Nusa Tenggara, 11 responden (3%) yang berdomisili di Pulau Papua, 15 responden (4%) yang berdomisili di Pulau Sulawesi, dan 32 responden (8%) yang berdomisili di Pulau Sumatera.

d. Sektor Pekerjaan

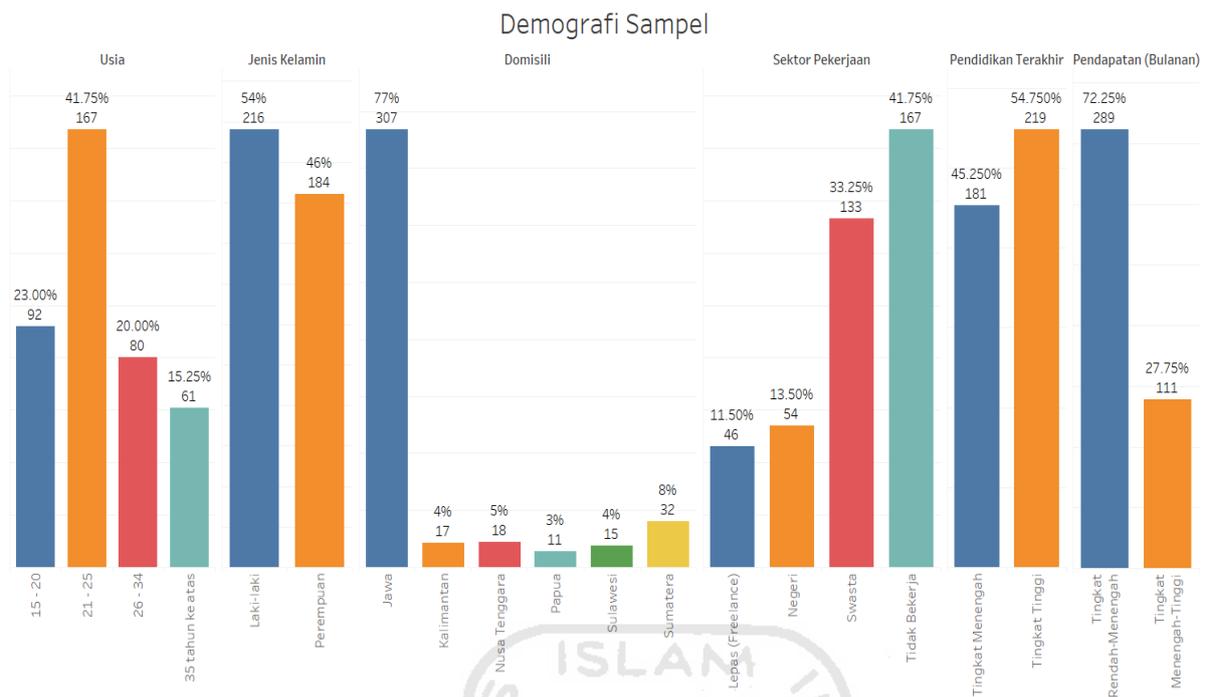
Dari data yang didapat, terdapat 54 responden (13%) bekerja di sektor Negeri, 133 responden (33%) bekerja di sektor Swasta, 46 responden (12%) bekerja Lepas (Freelance), dan 167 responden (42%) Tidak Bekerja.

e. Pendidikan Terakhir

Dari data yang didapat, terdapat 181 responden (45%) pengguna dari lulusan pendidikan tingkat menengah (SD, SMP, dan SMA) dan 219 responden (55%) lulusan dari pendidikan tingkat tinggi (Diploma, Sarjana (S1), Profesi, Magister (S2), Doktor (S3)).

f. Pendapatan (Bulanan)

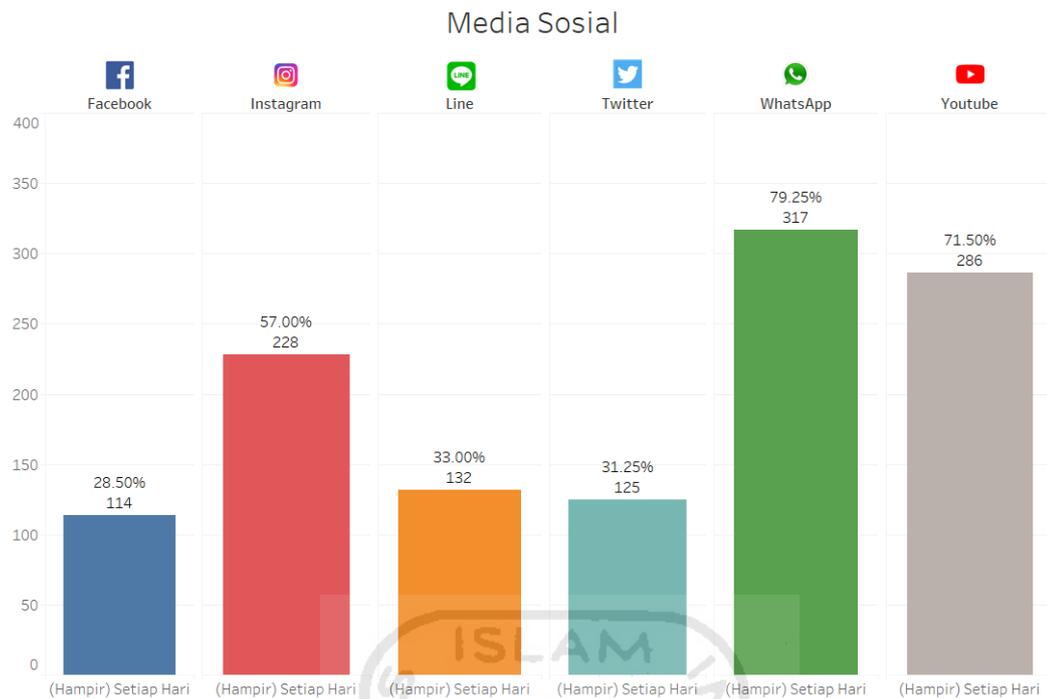
Dari data yang didapat, terdapat 289 responden (72%) masuk dalam kelompok pendapatan tingkat rendah-menengah (kurang dari 1 Juta Rupiah, 1–2.99 Juta Rupiah, dan 3–4.99 Juta Rupiah) dan sebanyak 112 responden (28%) masuk dalam kelompok pendapatan tingkat menengah-tinggi (5–9.99 Juta Rupiah, 10–19.99 Juta Rupiah, dan di atas 20 Juta Rupiah).



Gambar 3.2 Bar Chart Demografi Sampel.

g. Media Sosial

Media sosial di sini diambil 6 media sosial dengan pengguna terbanyak berdasarkan hasil survei yang didapat, yaitu: WhatsApp, YouTube, Instagram, Line, Twitter, dan Facebook dengan data yang dianalisis khusus pengguna dengan intensitas penggunaan minimal hampir setiap hari. Dari data yang didapat, terdapat pengguna Facebook sebanyak 114 responden, Instagram sebanyak 228 responden, Line sebanyak 132 responden, Twitter sebanyak 125 responden, WhatsApp sebanyak 317 responden, dan YouTube sebanyak 286 responden.



Gambar 3.3 Bar Chart Media Sosial.

3.2 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2011:60) dalam Nasution (2016), variabel penelitian adalah suatu atribut atau objek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2, yaitu:

3.2.1 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen atau bisa disebut juga *Independent Variable* (Variabel Bebas), merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Berikut adalah variabel eksogen yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini yang ditunjukkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Variabel Eksogen

Kode Variabel	Variabel Asli
usia_1520	Kelompok Usia 15 – 20 Tahun
usia_2125	Kelompok Usia 21 -25 Tahun
Usia_2634	Kelompok Usia 26 – 34 Tahun

Usia_35keatas	Kelompok Usia 35 Tahun ke Atas
jenis_kelamin	Jenis Kelamin
dom_jawa	Domisili Pulau Jawa
dom_kalimantan	Domisili Pulau Kalimantan
dom_nusa	Domisili Pulau Nusa Tenggara
dom_papua	Domisili Pulau Papua
dom_sulawesi	Domisili Pulau Sulawesi
dom_sumatera	Domisili Pulau Sumatera
sektor_kerja	Sektor Pekerjaan
pendidikan_terakhir	Pendidikan Terakhir
pendapatan	Pendapatan (Bulanan)
medsos_fb	Pengguna harian media sosial Facebook
medsos_ig	Pengguna harian media sosial Instagram
medsos_ln	Pengguna harian media sosial Line
medsos_tw	Pengguna harian media sosial Twitter
medsos_wa	Pengguna harian media sosial WhatsApp
medsos_yt	Pengguna harian media sosial YouTube

3.2.2 Variabel Endogen

Variabel Endogen atau bisa disebut juga *Dependent Variable* (Variabel Terikat), merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Berikut adalah variabel endogen yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini yang ditunjukkan pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Variabel Endogen

Variabel Laten	Indikator	Rincian Indikator
Aktivitas <i>cybercrime</i> di media sosial.	Kesadaran_2	Sadar untuk tidak mudah tertipu hoaks
	Kesadaran_3	Sadar untuk tidak ikut menyebarkan hoaks
	Kesadaran_4	Sadar untuk tidak melakukan <i>hate speech</i> (ujaran kebencian)
	Kesadaran_5	Sadar untuk tidak melakukan <i>financial fraud</i> (penipuan online)
	Kesadaran_6	Sadar untuk tidak melakukan <i>revenge porn</i> (penyebaran foto/video vulgar)
	Kesadaran_7	Sadar untuk tidak melakukan <i>cyberbullying</i>
	Kesadaran_8	Sadar untuk tidak melakukan pembobolan akun orang lain
	Kesadaran_9	Sadar untuk tidak melakukan pencurian identitas orang lain
Langkah–langkah pengamanan serta pencegahan dalam bermedia sosial.	Kesadaran_1	Sadar tentang bahaya dan risiko dari <i>cybercrime</i>
	Kesadaran_10	Sadar untuk melakukan tindakan–tindakan pencegahan atas kejahatan siber pada akun saya
	Kesadaran_11	Sadar untuk mengamankan akun media sosial
	Kesadaran_12	Sadar menggunakan password yang kuat
	Kesadaran_13	Sadar untuk menyimpan password dengan aman
	Kesadaran_14	Menyadari risiko dan bahaya saat terkoneksi ke jaringan publik yang tidak aman

3.3 Hipotesis Penelitian

Sebelum melakukan analisis selanjutnya penulis melakukan hipotesis untuk membuktikan pengaruh signifikansi faktor atau variabel laten dengan variabel demografi. Hipotesis disertakan sebagai berikut:

- a. H1.1: Usia memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
H01.1: Usia tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
HA1.1: Usia memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- b. H1.2: Jenis Kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

- H01.: Jenis Kelamin tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- HA1.2: Jenis Kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- c. H1.3: Domisili memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- H01.3: Domisili tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- HA1.3: Domisili memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- d. H1.4: Sektor Pekerjaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- H01.4: Sektor Pekerjaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- HA1.4: Sektor Pekerjaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- e. H1.5: Tingkat Pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- H01.5: Tingkat Pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- HA1.5: Tingkat Pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- f. H1.6: Pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- H01.6: Pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- HA1.6: Pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- g. H2.1: Intensitas penggunaan media sosial Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- H02.1: Intensitas penggunaan media sosial Facebook tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- HA2.1: Intensitas penggunaan media sosial Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- h. H2.2: Intensitas penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.
- H02.2: Intensitas penggunaan media sosial Instagram tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.2: Intensitas penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

- i. H2.3: Intensitas penggunaan media sosial Line memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.3: Intensitas penggunaan media sosial Line tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.3: Intensitas penggunaan media sosial Line memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

- j. H2.4: Intensitas penggunaan media sosial Twitter memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.4: Intensitas penggunaan media sosial Twitter tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.4: Intensitas penggunaan media sosial Twitter memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

- k. H2.5: Intensitas penggunaan media sosial WhatsApp memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.5: Intensitas penggunaan media sosial WhatsApp tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.5: Intensitas penggunaan media sosial WhatsApp memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

- l. H2.6: Intensitas penggunaan media sosial YouTube memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.6: Intensitas penggunaan media sosial YouTube tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.6: Intensitas penggunaan media sosial YouTube memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

- m. H2.7: Ada perbedaan antara penggunaan harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran *cybersecurity* penggunaannya.

H02.7: Tidak ada perbedaan antara penggunaan harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran *cybersecurity* penggunaannya.

HA2.7: Ada perbedaan antara penggunaan harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran *cybersecurity* penggunanya.

3.4 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen atau pertanyaan pada kuesioner untuk dapat dikatakan sah atau diterima. Uji validitas dilakukan terhadap seluruh instrumen pertanyaan untuk mengetahui tingkat kevalidan terhadap variabel penelitian (Sekar, 2013).

3.5 Uji Reliabilitas

Menurut Thoifah. (2015) dalam Afandi et al. (2017) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui bahwa variabel eksogen atau variabel bebas yang digunakan untuk penelitian memiliki konsistensi dan dapat diandalkan. Suatu item atau pertanyaan kuesioner bisa dianggap reliabel jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan stabil dari waktu ke waktu.

3.6 Metode Analisis Data

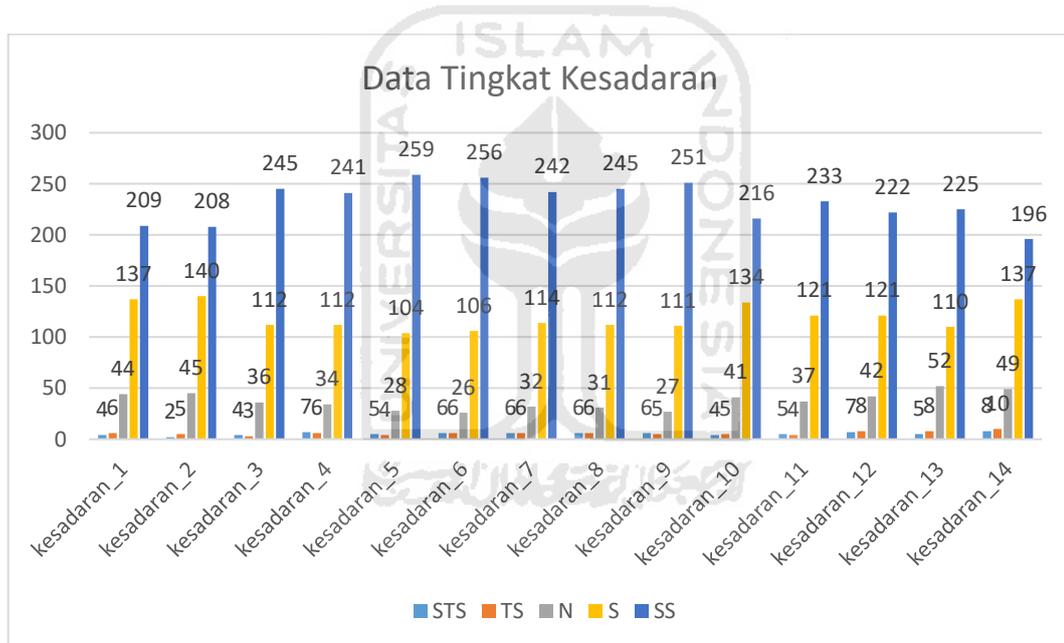
Metode analisis data yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah metode analisis faktor *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk mengidentifikasi variabel mana saja yang dikelompokkan dalam faktor yang sudah didapatkan dan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk mengidentifikasi variabel eksogen (variabel demografi) mana saja yang mempunyai pengaruh atau hubungan dengan variabel endogen (variabel laten). Kedua analisis ini menggunakan bahasa pemrograman R dan software R studio.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dijelaskan bagaimana hasil dari analisis yang dilakukan penulis dengan menggunakan metode EFA dan SEM untuk mengetahui faktor apa saja yang memiliki pengaruh terhadap kesadaran terhadap *cybersecurity*.

4.1 Hasil Survei Tingkat Kesadaran Pengguna Media Sosial

Gambar 4.1 menunjukkan hasil tingkat kesadaran para responden dalam bermedia sosial yang diambil berdasarkan tabulasi data survei daring yang terlampir pada Lampiran 2 seperti berikut ini:



Gambar 4.1 Bar Chart Tingkat Kesadaran Responden

Keterangan: STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju)

4.2 Uji Validitas

Sebuah data dapat dikatakan valid jika nilai *loading* setiap variabel menunjukkan validitas yang sempurna jika angka *loading* menunjukkan angka ≥ 0.30 (Iskandar, 2018). Pada penelitian ini didapat nilai *loading* pada setiap variabel laten atau variabel endogen (variabel terikat) sudah menunjukkan di atas 0.35 yang dapat dilihat pada Tabel 4.1 sehingga dapat dikatakan sangat valid.

Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Laten

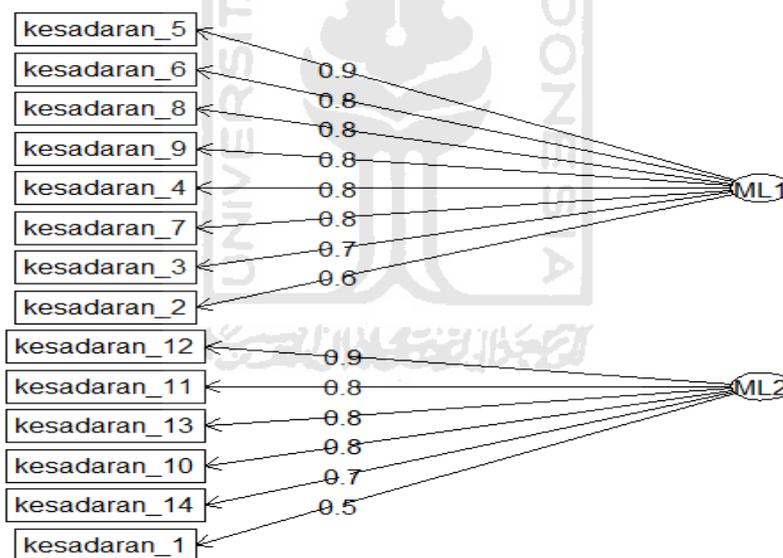
Indikator	Faktor <i>loading</i>	Keterangan
Kesadaran_1	0.74	Valid
Kesadaran_2	0.75	Valid
Kesadaran_3	0.82	Valid
Kesadaran_4	0.84	Valid
Kesadaran_5	0.90	Valid
Kesadaran_6	0.89	Valid
Kesadaran_7	0.89	Valid
Kesadaran_8	0.89	Valid
Kesadaran_9	0.90	Valid
Kesadaran_10	0.85	Valid
Kesadaran_11	0.83	Valid
Kesadaran_12	0.78	Valid
Kesadaran_13	0.74	Valid
Kesadaran_14	0.72	Valid

4.3 Uji Reliabilitas

Untuk melihat data tersebut reliabel dapat mengikuti satuan *Cronbach's Alpha*, dengan tolak ukur nilai ≥ 0.60 untuk dapat dikatakan data yang dianalisis sangat reliabel (Maksum, 2012). Pada penelitian ini didapat nilai reliabilitas menggunakan satuan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.97 sehingga dikatakan data yang dianalisis sangat reliabel.

4.4 Hasil *Exploratory Factor Analysis* (EFA)

Model yang terdapat pada Gambar 4.2 yang didapat dari metode analisis *Exploratory Factor Analysis* (EFA) menunjukkan terdapat 2 faktor yang dianalisis dari kesadaran pengguna dalam menggunakan media sosial, faktor atau variabel laten ini dijadikan variabel endogen (*Dependent Variable*) serta variabel demografi yang didapat dari hasil survei daring (dalam jaringan) menjadi variabel eksogen (*Independent Variable*) yang akan dianalisis selanjutnya pada metode *Structural Equation Modeling* (SEM).



Gambar 4.2 Hasil Analisis *Exploratory Factor Analysis* (EFA)

4.5 Hasil Uji *Structural Equation Modeling* (SEM)

Hipotesis dapat dikatakan diterima jika nilai *p-value* suatu variabel memiliki nilai < 0.05 , angka 0.05 sebagai tolok ukur untuk minimalisasi kesalahan yang dilakukan peneliti saat melakukan uji penelitian. Hasil uji SEM juga membentuk analisis jalur atau biasa lebih dikenal dengan *path analysis* yang terlampir pada Lampiran 3 sampai dengan Lampiran 6 yang digunakan untuk mengetahui hubungan ketergantungan langsung diantara satu set variabel. Hasil dari uji *Structural Equation Model* bisa dilihat pada Tabel 4.2 sampai dengan Tabel 4.7.

Tabel 4.2 Hasil Uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Facebook

	Index	Estimate	<i>P-value</i>
Aktivitas <i>cybercrime</i> di media sosial.	usia_1520	0.307	0.010
	usia_2125	0.249	0.011
	usia_2634	0.331	0.001
	usia_35keatas	0.268	0.018
	jenis_kelamin	0.003	0.959
	pendidikan_terakhir	-0.023	0.761
	sektor_kerja	0.044	0.632
	dom_jawa	0.416	0.003
	dom_kalimantan	0.292	0.135
	dom_nusa	0.270	0.165
	dom_papua	0.395	0.077
	dom_sulawesi	0.403	0.045
	dom_sumatera	0.262	0.125
	pendapatan	0.049	0.052
	medsos_fb	-0.030	0.644
Langkah-langkah pengamanan serta pencegahan dalam bermedia sosial.	usia_1520	0.241	0.048
	usia_2125	0.137	0.169
	usia_2634	0.208	0.045
	usia_35keatas	0.183	0.276
	jenis_kelamin	-0.049	0.425
	pendidikan_terakhir	-0.021	0.786
	sektor_kerja	0.106	0.262
	dom_jawa	0.477	0.001
	dom_kalimantan	0.387	0.054
	dom_nusa	0.570	0.128
	dom_papua	0.661	0.114
	dom_sulawesi	0.611	0.003
	dom_sumatera	0.278	0.004
pendapatan	0.037	0.158	

	medsos_fb	0.045	0.503
--	-----------	-------	-------

Tabel 4.3 Hasil Uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Instagram

	Index	Estimate	P-value
Aktivitas <i>cybercrime</i> di media sosial.	usia_1520	0.263	0.028
	usia_2125	0.223	0.021
	usia_2634	0.297	0.004
	usia_35keatas	0.268	0.060
	jenis_kelamin	-0.014	0.820
	pendidikan_terakhir	-0.027	0.715
	sektor_kerja	0.038	0.673
	dom_jawa	0.398	0.005
	dom_kalimantan	0.242	0.044
	dom_nusa	0.270	0.165
	dom_papua	0.359	0.174
	dom_sulawesi	0.346	0.122
	dom_sumatera	0.338	0.032
	pendapatan	0.045	0.074
	medsos_ig	0.134	0.029
Langkah-langkah pengamanan serta pencegahan dalam bermedia sosial.	usia_1520	0.192	0.118
	usia_2125	0.103	0.299
	usia_2634	0.172	0.099
	usia_35keatas	0.183	0.276
	jenis_kelamin	-0.049	0.257
	pendidikan_terakhir	-0.021	0.757
	sektor_kerja	0.106	0.260
	dom_jawa	0.457	0.002
	dom_kalimantan	0.371	0.064
	dom_nusa	0.570	0.128
	dom_papua	0.637	0.123
	dom_sulawesi	0.589	0.005
	dom_sumatera	0.270	0.006
	pendapatan	0.037	0.228
	medsos_ig	0.045	0.081

Tabel 4.4 Hasil Uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Line

	Index	Estimate	P-value
Aktivitas <i>cybercrime</i> di media sosial.	usia_1520	0.286	0.017
	usia_2125	0.229	0.020
	usia_2634	0.324	0.001
	usia_35keatas	0.311	0.064
	jenis_kelamin	0.006	0.915
	pendidikan_terakhir	-0.033	0.664
	sektor_kerja	0.037	0.687
	dom_jawa	0.402	0.005

	dom_kalimantan	0.287	0.041
	dom_nusa	0.487	0.079
	dom_papua	0.383	0.086
	dom_sulawesi	0.393	0.031
	dom_sumatera	0.258	0.030
	pendapatan	0.048	0.057
	medsos_ln	0.065	0.327
Langkah– langkah pengamanan serta pencegahan dalam bermedia sosial.	usia_1520	0.221	0.072
	usia_2125	0.120	0.234
	usia_2634	0.196	0.058
	usia_35keatas	0.203	0.135
	jenis_kelamin	–0.054	0.380
	pendidikan_terakhir	–0.022	0.775
	sektor_kerja	0.108	0.254
	dom_jawa	0.468	0.001
	dom_kalimantan	0.385	0.045
	dom_nusa	0.409	0.094
	dom_papua	0.666	0.104
	dom_sulawesi	0.615	0.003
	dom_sumatera	0.281	0.004
	pendapatan	0.035	0.178
medsos ln	0.012	0.859	

Tabel 4.5 Hasil Uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial Twitter

	Index	Estimate	P-value
Aktivitas cybercrime di media sosial.	usia_1520	0.285	0.015
	usia_2125	0.205	0.035
	usia_2634	0.296	0.003
	usia_35keatas	0.301	0.069
	jenis_kelamin	0.006	0.925
	pendidikan_terakhir	–0.013	0.863
	sektor_kerja	0.013	0.883
	dom_jawa	0.388	0.006
	dom_kalimantan	0.265	0.174
	dom_nusa	0.338	0.143
	dom_papua	0.386	0.082
	dom_sulawesi	0.366	0.068
	dom_sumatera	0.247	0.146
	pendapatan	0.046	0.064
	medsos_tw	0.153	0.017
Langkah– langkah pengamanan serta pencegahan	usia_1520	0.198	0.099
	usia_2125	0.076	0.446
	usia_2634	0.160	0.123
	usia_35keatas	0.141	0.278
	jenis_kelamin	–0.054	0.372

dalam bermedia sosial.	pendidikan_terakhir	-0.011	0.888
	sektor_kerja	0.082	0.385
	dom_jawa	0.441	0.002
	dom_kalimantan	0.359	0.043
	dom_nusa	0.422	0.097
	dom_papua	0.661	0.124
	dom_sulawesi	0.583	0.005
	dom_sumatera	0.268	0.004
	pendapatan	0.032	0.213
	medsos_tw	0.144	0.030

Tabel 4.6 Hasil Uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial WhatsApp

	Index	Estimate	P-value
Aktivitas cybercrime di media sosial.	usia_1520	0.296	0.011
	usia_2125	0.237	0.013
	usia_2634	0.307	0.002
	usia_35keatas	0.288	0.018
	jenis_kelamin	0.008	0.897
	pendidikan_terakhir	-0.013	0.858
	sektor_kerja	0.048	0.593
	dom_jawa	0.391	0.005
	dom_kalimantan	0.245	0.210
	dom_nusa	0.301	0.153
	dom_papua	0.352	0.115
	dom_sulawesi	0.373	0.033
	dom_sumatera	0.240	0.018
	pendapatan	0.051	0.064
	medsos_wa	0.162	0.023
Langkah- langkah pengamanan serta pencegahan dalam bermedia sosial.	usia_1520	0.203	0.089
	usia_2125	0.101	0.300
	usia_2634	0.161	0.117
	usia_35keatas	0.157	0.209
	jenis_kelamin	-0.052	0.392
	pendidikan_terakhir	-0.008	0.917
	sektor_kerja	0.117	0.209
	dom_jawa	0.436	0.003
	dom_kalimantan	0.326	0.007
	dom_nusa	0.452	0.086
	dom_papua	0.616	0.107
	dom_sulawesi	0.581	0.005
	dom_sumatera	0.256	0.142
	pendapatan	0.036	0.159
	medsos_wa	0.208	0.005

Tabel 4.7 Hasil Uji SEM (Kesadaran) Pada Media Sosial YouTube

	Index	Estimate	P-value
Aktivitas <i>cybercrime</i> di media sosial.	usia_1520	0.231	0.045
	usia_2125	0.169	0.044
	usia_2634	0.227	0.024
	usia_35keatas	0.213	0.049
	jenis_kelamin	0.029	0.612
	pendidikan_terakhir	-0.049	0.507
	sektor_kerja	0.012	0.893
	dom_jawa	0.390	0.005
	dom_kalimantan	0.257	0.078
	dom_nusa	0.366	0.125
	dom_papua	0.412	0.059
	dom_sulawesi	0.309	0.016
	dom_sumatera	0.232	0.014
	pendapatan	0.035	0.152
	medsos_yt	0.316	0.000
	Langkah–langkah pengamanan serta pencegahan dalam bermedia sosial.	usia_1520	0.149
usia_2125		0.045	0.644
usia_2634		0.098	0.342
usia_35keatas		0.088	0.332
jenis_kelamin		-0.032	0.588
pendidikan_terakhir		-0.044	0.563
sektor_kerja		0.081	0.379
dom_jawa		0.444	0.002
dom_kalimantan		0.353	0.073
dom_nusa		0.355	0.122
dom_papua		0.686	0.137
dom_sulawesi		0.532	0.009
dom_sumatera		0.255	0.002
pendapatan		0.022	0.390
medsos_yt		0.292	0.000

4.5.1 Hasil Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) adalah uji kecocokan antara hasil model struktural yang sudah dianalisis dengan data yang diteliti atau dalam kata lain uji kecocokan. Menurut M. Halim (2019), terdapat 5 indeks yang menjadi standar tolak ukur kecocokan hasil uji yaitu:

a. CMIN/DF

Merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model, dihasilkan dari statistik Chi Square (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF). CMIN/DF yang

diharapkan adalah sebesar ≤ 5.0 yang menunjukkan adanya penerimaan dari model *structural*.

b. ***Standardised Root Mean Square Residual (SRMR)***

Adalah square root dari perbedaan antara residual dari matriks kovarians sampel dan model kovarians hipotesis. Kisaran SRMR dihitung berdasarkan skala masing–masing indicator. Nilai untuk rentang SRMR dari nol hingga 1.0 dengan model fit yang memperoleh nilai ≤ 0.08 dapat diterima.

c. ***Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)***

Nilai RMSEA ≤ 0.08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model. Indeks RMSEA dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik chi – square dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi.

d. ***Comparatife Fit Index (CFI)***

Adalah indeks yang membandingkan model yang diuji dengan null model. Besaran indeks ini adalah dalam rentang 0 sampai 1 dan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Indeks ini sangat dianjurkan untuk dipakai karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model. Nilai yang direkomendasikan adalah > 0.90 .

e. ***Tucker Lewis Index (TLI)***

Merupakan alternatif fit indeks yang membandingkan model yang diuji dengan baseline model. TLI merupakan indeks kesesuaian model yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel. Nilai yang direkomendasikan adalah > 0.90 .

Hasil dari *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* setiap media sosial bisa dilihat pada Tabel 4.8 sampai dengan Tabel 4.10.

Tabel 4.8 *Goodness of Fit* media sosial Facebook

Indikator	Standar	Nilai	Keterangan
CMIN/DF	≤ 5.0	4.026	Fit
SRMR	≤ 0.08	0.04	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.087	Moderate Fit
CFI	≥ 0.9	0.929	Fit
TLI	≥ 0.9	0.916	Fit

Tabel 4.9 *Goodness of Fit* media sosial Instagram

Indikator	Standar	Nilai	Keterangan
CMIN/DF	≤ 5.0	4.122	Fit
SRMR	≤ 0.08	0.041	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.088	Moderate Fit
CFI	≥ 0.9	0.927	Fit
TLI	≥ 0.9	0.914	Fit

Tabel 4.10 *Goodness of Fit* media sosial Line

Indikator	Standar	Nilai	Keterangan
CMIN/DF	≤ 5.0	4.051	Fit
SRMR	≤ 0.08	0.041	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.087	Moderate Fit
CFI	≥ 0.9	0.929	Fit
TLI	≥ 0.9	0.916	Fit

Tabel 4.11 *Goodness of Fit* media sosial Twitter

Indikator	Standar	Nilai	Keterangan
CMIN/DF	≤ 5.0	4.042	Fit
SRMR	≤ 0.08	0.041	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.087	Moderate Fit
CFI	≥ 0.9	0.929	Fit
TLI	≥ 0.9	0.916	Fit

Tabel 4.12 *Goodness of Fit* media sosial WhatsApp

Indikator	Standar	Nilai	Keterangan
CMIN/DF	≤ 5.0	4.037	Fit
SRMR	≤ 0.08	0.04	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.087	Moderate Fit
CFI	≥ 0.9	0.929	Fit
TLI	≥ 0.9	0.916	Fit

Tabel 4.13 *Goodness of Fit* media sosial YouTube

Indikator	Standar	Nilai	Keterangan
CMIN/DF	≤ 5.0	4.038	Fit
SRMR	≤ 0.08	0.041	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.087	Moderate Fit
CFI	≥ 0.9	0.929	Fit
TLI	≥ 0.9	0.916	Fit

Dapat disimpulkan pada Tabel 4.8 sampai dengan Tabel 4.13 bahwa model penelitian yang digunakan dinyatakan *Fit*. Maksud dari *Fit* adalah model mampu secara realistis mempresentasikan data (Chandio, 2011), namun pada indeks SRMR model ditunjukkan nilai hampir mendekati nilai *fit*, ini bisa dinyatakan dalam *Moderate Fit* yang mana suatu model masih dianggap cocok walaupun berada sedikit di luar ambang batas angka standar yang direkomendasikan.

4.6 Pembahasan Hipotesis

Berdasarkan hasil uji *Structural Equation Modeling* (SEM) yang ditunjukkan pada Tabel 4.2 sampai dengan Tabel 4.7 bisa disimpulkan untuk masing–masing hipotesa seperti berikut ini:

4.6.1 Pengujian H1.1

H1.1: Usia memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H01.1: Usia tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA1.1: Usia memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 1.1 menunjukkan pada semua 6 media sosial memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor usia berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 1.1 (H1.1) merepresentasikan bahwa faktor usia berpengaruh positif terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah terbukti. Artinya, pengguna media sosial yang berusia lanjut dengan pengguna media sosial dari kalangan usia muda mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.2 Pengujian H1.2

H1.2: Jenis Kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H01.2: Jenis Kelamin tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA1.2: Jenis Kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 1.2 menunjukkan pada semua 6 media sosial tidak memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 1.2 (H1.2) merepresentasikan bahwa faktor jenis kelamin berpengaruh positif terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah tidak terbukti. Artinya, perbedaan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.3 Pengujian H1.3

H1.3: Domisili memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H01.3: Domisili tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA1.3: Domisili memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 1.3 menunjukkan pada semua 6 media sosial memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor domisili berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*, namun pada domisili pulau Nusa dan pulau Papua menunjukkan tidak memiliki pengaruh terhadap *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 1.3 (H1.3) merepresentasikan bahwa faktor domisili berpengaruh positif terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah terbukti. Artinya, perbedaan antara domisili para pengguna media sosial mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.4 Pengujian H1.4

H1.4: Sektor Pekerjaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H01.4: Sektor Pekerjaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA1.4: Sektor Pekerjaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 1.4 menunjukkan pada semua 6 media sosial memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor domisili berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 1.4 (H1.4) merepresentasikan bahwa faktor domisili berpengaruh positif terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah terbukti. Artinya, perbedaan antara domisili para pengguna media sosial yang berdomisili di pulau Jawa dan luar pulau Jawa tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.5 Pengujian H1.5

H1.5: Tingkat Pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H01.5: Tingkat Pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA1.5: Tingkat Pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 1.5 menunjukkan pada semua 6 media sosial tidak memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 1.5 (H1.5) merepresentasikan bahwa faktor tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah tidak terbukti. Artinya, perbedaan antara tingkat pendidikan para pengguna media sosial dari kalangan tingkat rendah sampai menengah dengan tingkat pendidikan tinggi tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.6 Pengujian H1.6

H1.6: Pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H01.6: Pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA1.6: Pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 1.6 menunjukkan pada semua 6 media sosial tidak memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 1.6 (H1.6) merepresentasikan bahwa faktor pendapatan berpengaruh positif terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah tidak terbukti. Artinya, perbedaan antara pendapatan para pengguna media sosial yang berpendapatan rendah sampai menengah dengan berpendapatan tinggi tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.7 Pengujian H2.1

H2.1: Intensitas penggunaan media sosial Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.1: Intensitas penggunaan media sosial Facebook tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.1: Intensitas penggunaan media sosial Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 2.1 menunjukkan pada media sosial Facebook tidak memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Facebook tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 2.1 (H2.1) merepresentasikan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah tidak terbukti. Artinya, perbedaan antara pengguna harian dan pengguna non-harian media sosial Facebook tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.8 Pengujian H2.2

H2.2: Intensitas penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.2: Intensitas penggunaan media sosial Instagram tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.2: Intensitas penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 2.2 menunjukkan pada media sosial Instagram memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 2.2 (H2.2) merepresentasikan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah terbukti. Artinya, perbedaan antara pengguna harian dan pengguna non-harian media sosial Instagram mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.9 Pengujian H2.3

H2.3: Intensitas penggunaan media sosial Line memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.3: Intensitas penggunaan media sosial Line tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.3: Intensitas penggunaan media sosial Line memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 2.3 menunjukkan pada media sosial Line tidak memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Line tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 2.3 (H2.3) merepresentasikan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Line memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah tidak terbukti. Artinya, perbedaan antara pengguna harian dan pengguna non-harian media sosial Line tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.10 Pengujian H2.4

H2.4: Intensitas penggunaan media sosial Twitter memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.4: Intensitas penggunaan media sosial Twitter tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.4: Intensitas penggunaan media sosial Twitter memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 2.4 menunjukkan pada media sosial Twitter memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Twitter berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 2.4 (H2.4) merepresentasikan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Twitter memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah terbukti. Artinya, perbedaan antara pengguna harian dan pengguna non-harian media sosial Twitter mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.11 Pengujian H2.5

H2.5: Intensitas penggunaan media sosial WhatsApp memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.5: Intensitas penggunaan media sosial WhatsApp tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.5: Intensitas penggunaan media sosial WhatsApp memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 2.5 menunjukkan pada media sosial WhatsApp memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial WhatsApp berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 2.5 (H2.5) merepresentasikan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial WhatsApp memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah terbukti. Artinya, perbedaan antara pengguna harian dan pengguna non-harian media sosial Whatsapp mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.12 Pengujian H2.6

H2.6: Intensitas penggunaan media sosial YouTube memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

H02.6: Intensitas penggunaan media sosial YouTube tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

HA2.6: Intensitas penggunaan media sosial YouTube memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Uji signifikansi untuk hipotesis 2.6 menunjukkan pada media sosial Youtube memiliki nilai *p-value* kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Youtube berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity*.

Hasil pengujian hipotesis 2.6 (H2.6) merepresentasikan bahwa faktor intensitas penggunaan media sosial Youtube memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran *cybersecurity* adalah terbukti. Artinya, perbedaan antara pengguna harian dan pengguna non-harian media sosial Youtube mempunyai pengaruh terhadap tingkat kesadaran *cybersecurity*.

4.6.13 Pengujian H2.7

H2.7: Ada perbedaan antara penggunaan harian non-harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran *cybersecurity* penggunanya.

H02.7: Tidak ada perbedaan antara penggunaan harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran *cybersecurity* penggunanya.

HA2.7 : Ada perbedaan antara penggunaan harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran *cybersecurity* penggunanya.

Uji signifikansi untuk hipotesis 2.7 dilakukan untuk melihat perbandingan dalam 6 media sosial yang sudah diuji hipotesisnya, ternyata ada perbedaan antara penggunaan harian dan non-harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran *cybersecurity* penggunanya.

Hasil pengujian hipotesis 2.7 (H2.7) merepresentasikan bahwa faktor ada perbedaan antara penggunaan harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran *cybersecurity* penggunanya adalah terbukti. Dari hasil penelitian didapat perbedaan signifikan antara pengguna harian dan pengguna non-harian di media sosial Instagram, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran akan *cybersecurity*, namun tidak pada media sosial Facebook dan Line.

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Uraian	Hasil
H1.1	Usia memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Didukung
H1.2	Jenis Kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Tidak didukung
H1.3	Domisili memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Didukung

H1.4	Sektor Pekerjaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Tidak didukung
H1.5	Tingkat Pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Tidak didukung
H1.6	Pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Tidak didukung
H2.1	Intensitas penggunaan media sosial Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Tidak didukung
H2.2	Intensitas penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Didukung
H2.3	Intensitas penggunaan media sosial Line memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Tidak didukung
H2.4	Intensitas penggunaan media sosial Twitter memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Didukung
H2.5	Intensitas penggunaan media sosial WhatsApp memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Didukung
H2.6	Intensitas penggunaan media sosial YouTube memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran <i>cybersecurity</i> .	Didukung
H2.7	Ada perbedaan antara penggunaan harian media sosial Facebook, Instagram, Line, Twitter, WhatsApp, dan YouTube dalam hal kesadaran <i>cybersecurity</i> penggunaannya.	Didukung

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kesadaran dan pola perilaku para pengguna media sosial di Indonesia dibagi dalam dua kelompok indikator yaitu berdasarkan aktivitas–aktivitas *cybercrime* di media sosial dan langkah–langkah pengamanan serta pencegahan dalam bermedia sosial dan dari hasil survei daring yang dilakukan menunjukkan dari 400 responden, lebih dari 300 responden (>75%) atau para pengguna media sosial sudah sadar akan kedua indikator tersebut, dengan kata lain tingkat kesadaran para pengguna media sosial bisa dikatakan cukup tinggi.

Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor–faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran akan *cybersecurity* di kalangan pengguna media sosial di Indonesia adalah faktor usia dan domisili. Pada faktor usia, kelompok usia 26 – 34 tahun memiliki tingkat kesadaran yang lebih tinggi dibanding dengan kelompok usia lainnya kemudian disusul oleh kelompok usia 21 – 25 tahun, 15 – 20 tahun, dan terakhir 35 tahun ke atas. Pada faktor domisili, pengguna atau responden yang berdomisili di pulau Jawa, pulau Kalimantan, pulau Sulawesi, dan pulau Sumatera memberi pengaruh terhadap kesadaran terhadap *cybersecurity*, pulau Jawa menunjukkan tingkat kesadaran yang lebih tinggi dibanding dengan pulau lainnya disusul dengan pulau Sumatera, Sulawesi, dan terakhir Kalimantan. Selain itu media sosial seperti Instagram, Twitter, WhatsApp, dan YouTube sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia turut memberi pengaruh terhadap kesadaran akan *cybersecurity*. Di antara semua media sosial tersebut, pengaruh terbesar pada tingkat kesadaran pengguna media sosial adalah media sosial Youtube dengan nilai koefisien menunjukkan hasil yang positif, artinya semakin tinggi intensitas pemakaian media sosial YouTube semakin tinggi pula tingkat kesadaran para pengguna terhadap *cybersecurity*, hasil ini mendukung karya ilmiah yang dikaji oleh Winarno, D.S. (2013) dengan judul “Dampak Media Sosial YouTube Pada Kalangan Mahasiswa”. Dalam karya ilmiah tersebut dijelaskan bahwa banyaknya edukasi tentang *cybercrime* dan *cybersecurity* di berbagai macam kanal yang ada di media sosial YouTube dapat membuat pengguna lebih waspada dan sadar akan bahaya *cybercrime* serta pengamanan *cybersecurity*.

5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih bersifat umum dan sangat luas. Sehingga penulis berharap:

- a. Penelitian berikutnya diharapkan agar dapat meneliti pengaruh media sosial tidak hanya terhadap aspek demografi saja namun terhadap faktor–faktor lainnya, misal pengaruh media sosial terhadap aspek kognitif afektif pengguna, dan sebagainya.
- b. Dapat menggunakan sampel penelitian yang lebih luas lagi sehingga dapat mewakili pengguna internet khususnya pengguna media sosial secara keseluruhan, serta hasil yang lebih mendekati dengan kondisi asli.



DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, I. A., Kusyanti, A., & Wardani, N. H. (2017). Analisis Hubungan Kesadaran Keamanan, Privasi Informasi, Perilaku Keamanan Pada Para Pengguna Media Sosial Line. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1(9), 783–792.
- Ahyad, M. R. M. (2017). Analisa Penyebaran Berita Hoax di Indonesia. *Jurnal*, 16. Retrieved from file:///C:/Users/USER~1.LAB/AppData/Local/Temp/ANALISIS PENYEBARAN BERITA HOAX DI INDONESIA.pdf
- Aloul, F. (2011). The Need for Effective Information Security Awareness. *International Journal of Intelligent Computing Research*, 2(1), 116–123. <https://doi.org/10.20533/ijicr.2042.4655.2011.0014>
- Batmetan, J. R., Kariso, B., Moningkey, M., & Tumembow, A. (2018). *Tingkat Kesadaran Privasi Atas Masalah Keamanan Informasi*. 4. <https://doi.org/10.31219/OSF.IO/CAHZR>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*, 9(1), 140–157. Retrieved from <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>
- Chandio, F. (2011). *Studying Acceptance Of Online Banking Information System: A Structural Equation Model: A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy*. (June), 1–269.
- Arifah, D.A. (2011). KASUS CYBERCRIME DI INDONESIA Indonesia's Cybercrime Case. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 18(2), 185–195.
- Rohman, F. (2016). ANALISIS MENINGKATNYA KEJAHATAN CYBERBULLYING DAN HATESPEECH MENGGUNAKAN BERBAGAI MEDIA SOSIAL Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri. *Sniptek 2016*, 383–388.
- Frey, B. B. (2018). Confirmatory Factor Analysis. *The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation*. <https://doi.org/10.4135/9781506326139.n140>
- Furnell, S. M., Bryant, P., & Phippen, A. D. (2007). Assessing the security perceptions of personal Internet users. *Computers and Security*, 26(5), 410–417. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2007.03.001>
- Halim, M. (2019). MENENTUKAN MODEL FIT DENGAN ABSOLUTE FIT INDICES. Retrieved from <https://muhammadhalim22.wordpress.com/2019/10/24/menentukan-model-fit-dengan-absolute-fit-indices/>
- Hasanah, U., Ismarmiaty, & Bachtiar, A. (2017). Analisis Simulasi *Goodness of Fit* (GOF) pada Uji Model Penerimaan E-Learning. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi) 2017*, 25–30.
- Huang, A. H. (2018). Perbedaan Analisis Faktor Eksploratori dan Konfirmatori dengan SPSS. Retrieved from [https://www.en.globalstatistik.com/perbedaan-analisis-faktor-eksploratori-dan-konfirmatori-dengan-spss/#:~:text=Tentang Exploratory Factor Analysis \(EFA\) indikator dalam membangun sebuah konstruk.](https://www.en.globalstatistik.com/perbedaan-analisis-faktor-eksploratori-dan-konfirmatori-dengan-spss/#:~:text=Tentang Exploratory Factor Analysis (EFA) indikator dalam membangun sebuah konstruk.)
- Juditha, C. (2018). Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya). *Journal Pekommas*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Kurniawati, Y. (2012). Analisis Sebab-Akibat (Causal) Antara Variabel Eksogen Dan Endogen Pada Path Analysis. *Universitas Negeri Padang*.
- Maksum, A. (2012). Pengumpulan data. *JURNAL Metode Pengumpulan Data*, (agustus), 107. Retrieved from <http://ejournal.upi.edu/index.php/penjas/article/view/1539>

- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Narbuko et al. 2012. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara
- Nasution. (2016). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 37–54. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Pakpahan, R. (2017). Analisis Fenomena Hoax Diberbagai Media. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST)*, 1(2013), 479–484. Retrieved from <http://seminar.bsi.ac.id/knist/index.php/UnivBSI/article/view/184>
- Pratomo, Y. (2019). APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>
- Priandoyo, A. (2006). Vulnerability Assessment untuk Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Keamanan Informasi. *Ernst & Young*, 1(2), 73–83. Retrieved from <http://majour.maranatha.edu/index.php/jurnal-sistem-informasi/article/view/pp.73-83/pdf>
- Rini, Q., & Sidhiq, A. (2015). Hubungan Tingkat Kesadaran Akan Keamanan Internet Dan Efikasi Diri Terhadap Internet. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 155–162.
- Senthilkumar, K., & Easwaramoorthy, S. (2017). A Survey on Cyber Security awareness among college students in Tamil Nadu. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 263(4). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/263/4/042043>
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). Research Methods. Rex Printing Company. Quezon City
- Siagian, L. et al. (2017). *the Role of Cyber Security in Overcome Negative Contents To*. 1–18.
- Simbolon, I. S. (n.d.). *Inisiatif siber dalam konteks keamanan siber di filipina cyber initiative in the context of cyber security in the philippines*. 65–80.
- Soliha, S. F. (2015). *Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial*. 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/interaksi,4,1,1-10>
- Teknologi, J. (2018). Cyber Security Awareness among Social Media Users: Case Study in German-Malaysian Institute (GMI). *Asia-Pacific Journal of Information Technology and Multimedia*, 7(2–2), 111–127.
- Widi, R. (2011). Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic*, 8(1), 27–34.
- Winarno, D. S. (2013). DAMPAK MEDIA SOSIAL YOUTUBE BAGI MAHASISWA. Retrieved July 10, 2020, from DAMPAK MEDIA SOSIAL YOUTUBE BAGI MAHASISWA.
- Yusrizal. (2008). Pengujian Validitas Konstruk Dengan Menggunakan Analisis Faktor. *Tabularasa PPS UNIMED*, 5(1), 1–20.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>

LAMPIRAN

A. Lampiran 1

Kuesioner



Kepada:

Yth. Bapak/Ibu/Saudara Responden

Di Tempat

Dengan hormat,

Bapak/Ibu/Saudara/i yang saya hormati, perkenalkan saya Muhammad Rifqi Ramadhani mahasiswa program studi Informatika - program Sarjana di Universitas Islam Indonesia. Untuk memenuhi kelengkapan penyusunan skripsi saya yang berjudul "**Analisis Kesadaran Cyber Security pada Pengguna Media Sosial di Indonesia**", maka dengan segala kerendahan hati saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu sekitar 10 menit untuk mengisi kuesioner berikut ini.

Penelitian ini semata-mata bersifat ilmiah, dan hanya dipergunakan untuk keperluan penyusunan skripsi. Disamping itu juga, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi penulis. Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab semua pertanyaan yang ada secara JUJUR dan TERBUKA, mengingat data yang saya perlukan sangat besar sekali artinya. Saya menjamin KERAHASIAAN identitas dan setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian.

Atas segala bantuan dan partisipasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan, saya ucapkan terima kasih. Semoga segala kebaikan mendapatkan balasan yang lebih baik dari Tuhan Yang maha Esa dan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Yogyakarta, 1 Januari 2020

Pembimbing

Peneliti

Ahmad Munasir Raf'ie Pratama, S.T., M.IT., Ph.D.

Muhammad Rifqi Ramadhani

Bagian 1: DATA DEMOGRAFI RESPONDEN

Pilih atau isilah dengan jawaban yang menurut Anda paling tepat untuk pertanyaan di bawah ini.

a. Inisial :

b. Usia :

c. Jenis Kelamin :

1. Laki-laki
2. Perempuan

d. Domisili :

- | | |
|------------------------------|-------------------------|
| 1. Aceh | 19. Nusa Tenggara Timur |
| 2. Sumatera Utara | 20. Kalimantan Utara |
| 3. Sumatera Barat | 21. Kalimantan Barat |
| 4. Riau | 22. Kalimantan Tengah |
| 5. Kepulauan Riau | 23. Kalimantan Selatan |
| 6. Jambi | 24. Kalimantan Timur |
| 7. Bengkulu | 25. Gorontalo |
| 8. Sumatera Selatan | 26. Sulawesi Utara |
| 9. Kepulauan Bangka Belitung | 27. Sulawesi Barat |
| 10. Lampung | 28. Sulawesi Tengah |
| 11. Banten | 29. Sulawesi Selatan |
| 12. Jawa Barat | 30. Sulawesi Tenggara |
| 13. DKI Jakarta | 31. Maluku Utara |
| 14. Jawa Tengah | 32. Maluku |
| 15. D.I. Yogyakarta | 33. Papua |
| 16. Jawa Timur | 34. Papua Barat |
| 17. Bali | 35. Luar Negeri |
| 18. Nusa Tenggara Barat | |

e. Sektor Pekerjaan :

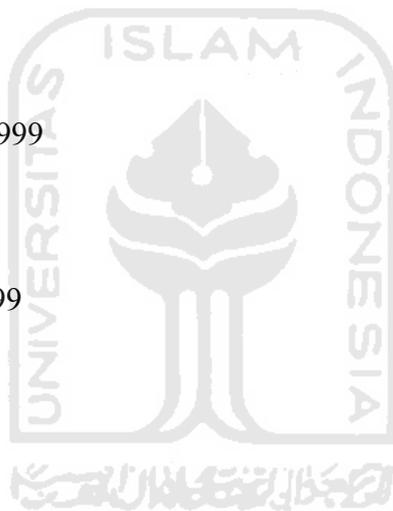
1. Negeri
2. Swasta
3. Lepas (Freelance)
4. Tidak Bekerja

f. Pendidikan Terakhir :

- | | |
|------------|------------------|
| 1. SD | 5. Sarjana (S1) |
| 2. SMP | 6. Profesi |
| 3. SMA | 7. Magister (S2) |
| 4. Diploma | 8. Doktor (S3) |

g. Pendapatan (Bulanan) :

1. Kurang dari Rp.1.000.000
2. Rp.1.000.000 - Rp. 2.999.999
3. Rp.3.000.000 - 4.999.999
4. Rp.5.000.000 - 9.999.999
5. Rp.10.000.000 - 19.999.999
6. Rp.20.000.000 atau lebih



Bagian 2: DAFTAR PERTANYAAN

Pilih kolom yang menurut Anda anggap paling tepat sesuai skala berikut ini:

Keterangan:

1. **STS** : Sangat Tidak Setuju
2. **TS** : Tidak Setuju
3. **N** : Netral
4. **S** : Setuju
5. **SS** : Sangat Setuju

No.	Pernyataan	STS 1	TS 2	N 3	AS 4	S 5
	Kesadaran saat bermedia sosial					
1.	Saya sadar tentang bahaya dan risiko dari <i>cybercrime</i> .					
2.	Saya sadar untuk tidak mudah tertipu <i>hoax</i>					
3.	Saya sadar untuk tidak ikut menyebarkan <i>hoax</i>					
4.	Saya sadar untuk tidak melakukan <i>hate speech</i> (ujaran kebencian)					
5.	Saya sadar untuk tidak melakukan <i>financial fraud</i> (penipuan online)					
6.	Saya sadar untuk tidak melakukan <i>revenge porn</i> (penyebaran foto/video vulgar)					
7.	Saya sadar untuk tidak melakukan <i>cyberbullying</i>					
8.	Saya sadar untuk tidak melakukan pembobolan akun orang lain					
9.	Saya sadar untuk tidak melakukan pencurian identitas orang lain					
10.	Saya sadar untuk melakukan tindakan-tindakan pencegahan atas kejahatan siber pada akun saya					
11.	Saya sadar untuk mengamankan akun media sosial saya					
12.	Saya sadar menggunakan <i>password</i> yang kuat					
13.	Saya sadar untuk menyimpan <i>password</i> dengan aman					
14.	Saya menyadari risiko dan bahaya saat terkoneksi ke jaringan publik yang tidak aman					

B. Lampiran 2**Tabulasi Data**

Res.	K 1	K 2	K 3	K 4	K 5	K 6	K 7	K 8	K 9	K1 0	K 11	K 12	K 13	K 14
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2
8	4	3	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	2
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	1	2	3	1	2	2	1	2	1	3	2	1	2	1
21	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3
29	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
32	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	4
34	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4

35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5
43	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4
44	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
45	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	2	2	5
49	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
52	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
64	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
73	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4

274	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
275	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
276	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5
277	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4
278	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
279	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
280	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
281	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
282	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
283	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
284	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
285	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
286	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
287	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4
288	3	3	3	4	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3
289	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
290	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
291	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
292	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
293	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
294	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
295	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
296	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
297	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
298	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
299	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
300	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
301	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5
302	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
303	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
304	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
305	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
306	5	5	3	1	3	5	2	4	3	5	5	5	5	5
307	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
308	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
309	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
310	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
311	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
312	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
313	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5

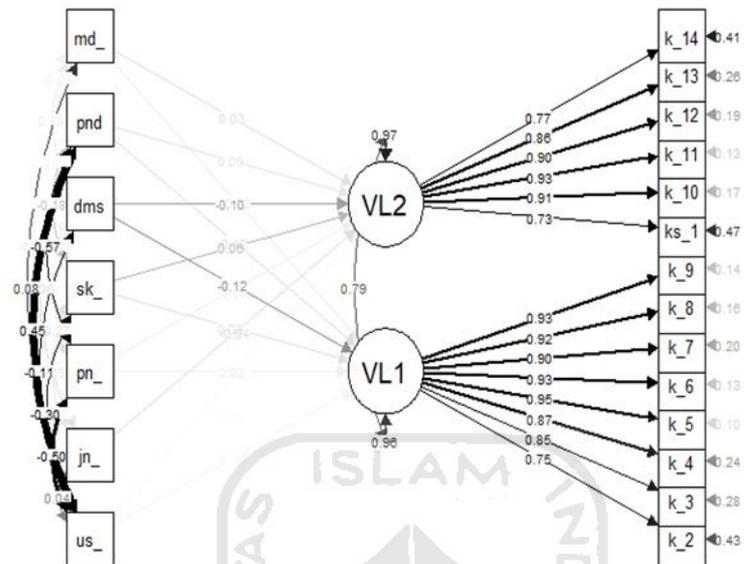
354	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
355	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
356	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
357	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
358	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
359	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
360	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
361	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
362	5	4	5	2	5	2	3	5	5	5	5	5	5	4
363	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
364	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3
365	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	2	4
366	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
367	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
368	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
369	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
370	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
371	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	2	5
372	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
373	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
374	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4
375	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
376	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
377	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
378	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
379	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
380	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
381	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
382	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
383	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
384	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
385	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
386	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
387	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
388	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
389	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4
390	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
391	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
392	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
393	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5

394	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3
395	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
396	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
397	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
398	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
399	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
400	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3



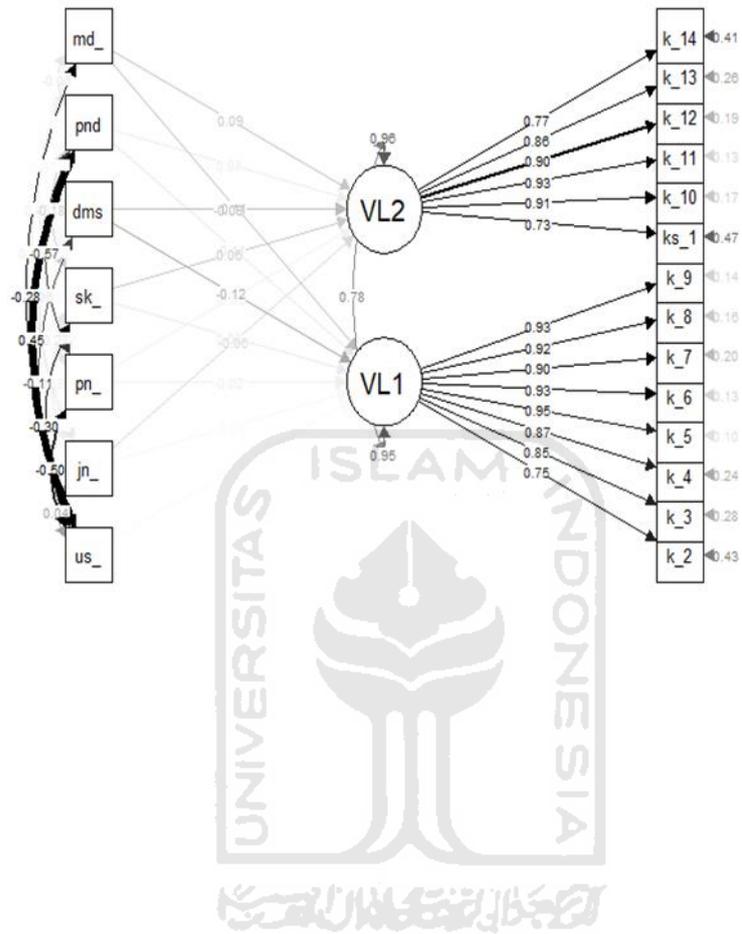
C. Lampiran 3

Path Diagram Media Sosial Facebook



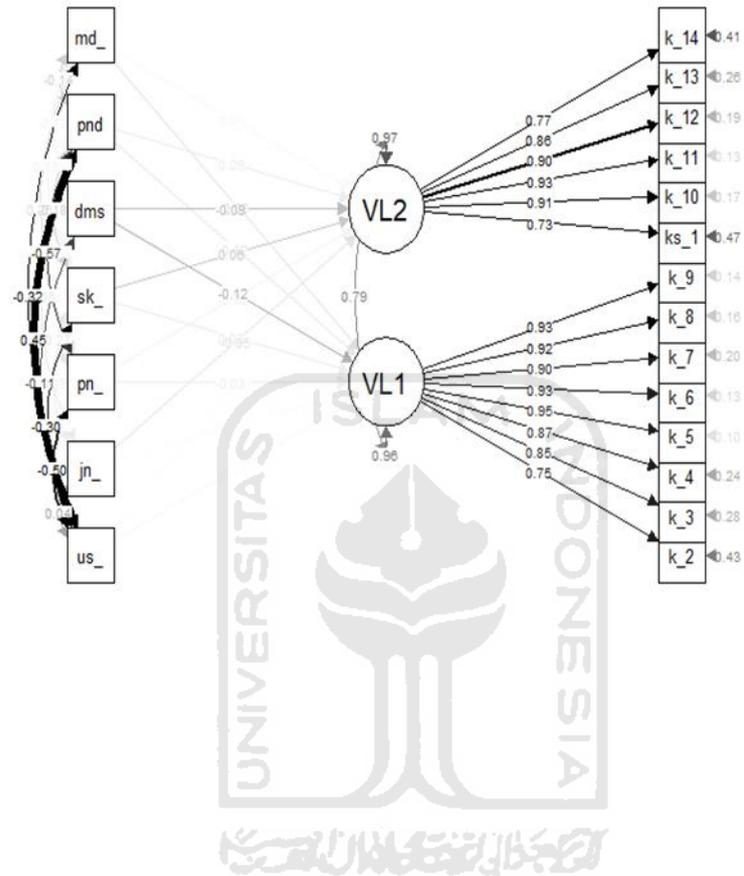
D. Lamipran 4

Path Diagram Media Sosial Instagram



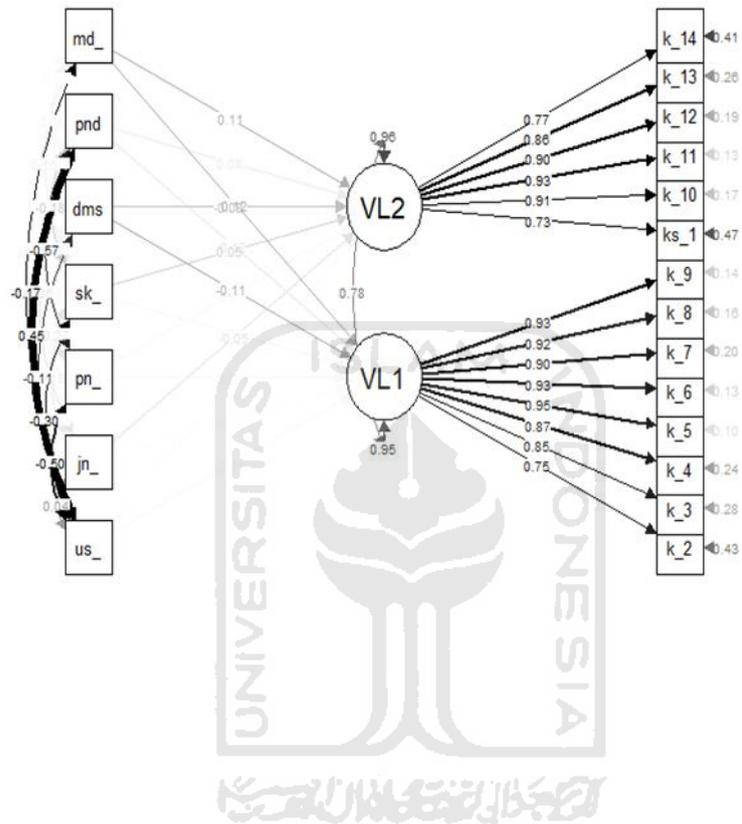
E. Lampiran 5

Path Diagram Media Sosial Line



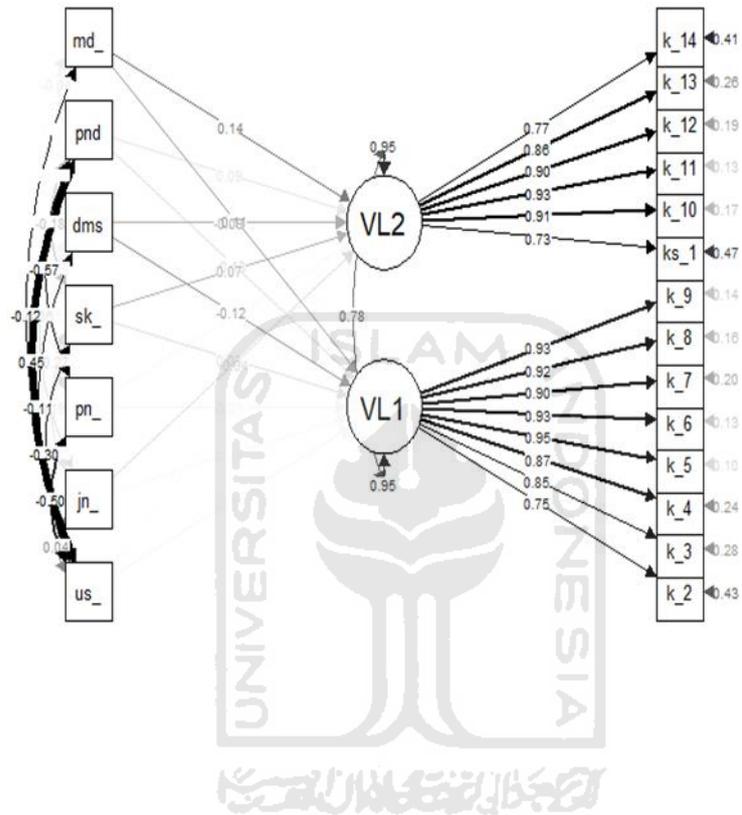
F. Lampiran 6

Path Diagram Media Sosial Twitter



G. Lampiran 7

Path Diagram Media Sosial WhatsApp



H. Lampiran 8

Path Diagram Media Sosial Youtube

