



ANALISIS KEAMANAN SOCIAL MEDIA PADA PT R.N

Husnul Khatimah

husnulkhaa05@gmail.com

Administrasi Perkantoran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta Indonesia

Christian Wiradendi Wolor

christianwiradendi@unj.ac.id

Administrasi Perkantoran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta Indonesia

Eka Dewi Utari

ekadewiutari@unj.ac.id

Administrasi Perkantoran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta Indonesia

Abstract. *Social media has become an important tool in a company's communications and marketing strategy, but its use also carries various security risks that can have a serious impact on a business's reputation and operations. This research aims to analyze security aspects in the use of social media by companies, focusing on potential threats such as data leaks, cyber attacks, the spread of false information, and misuse of official accounts. The methods used include literature studies, observations of security practices in several companies, and analysis of implemented social media security policies.*

Keywords: *threats on social media, cybersecurity, user security awareness*

Abstrak. Media sosial telah menjadi alat penting dalam komunikasi perusahaan dan strategi pemasaran, tetapi penggunaannya juga menimbulkan banyak risiko keamanan yang dapat berdampak serius pada reputasi dan operasi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan keamanan penggunaan media sosial di PT R.N, dengan fokus pada potensi ancaman seperti kebocoran data, serangan siber, penyebaran informasi palsu, dan penyalahgunaan akun resmi. Metode yang digunakan meliputi penelitian literatur, pengamatan praktik keamanan di beberapa perusahaan, dan analisis kebijakan keamanan media sosial yang diterapkan.

Kata kunci: *ancaman dalam sosial media, keamanan siber, kesadaran keamanan pengguna*

LATAR BELAKANG

Di era digital saat ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan promosi saja, tetapi sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari operasional perusahaan. Platform seperti Instagram, Twitter, LinkedIn, dan Facebook digunakan untuk membangun identitas merek, membangun hubungan dengan pelanggan, dan mengomunikasikan pesan perusahaan. Namun, penggunaan media sosial juga menghadirkan kerentanan keamanan yang dapat dimanfaatkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Media sosial adalah platform yang sangat aktif, tetapi juga rentan terhadap penyalahgunaan data dan ancaman dunia maya jika tidak dikelola dengan

baik. Ancaman-ancaman ini mencakup peretasan akun, penyebaran malware, pencurian identitas, dan kebocoran informasi perusahaan yang sensitif (Solis, 2011).

Laporan Keamanan Siber Tahunan menunjukkan bahwa serangan berbasis media sosial telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir dan sering menjadi titik masuk utama bagi penjahat dunia maya untuk mengakses sistem internal perusahaan. Masalah ini semakin diperburuk oleh rendahnya kesadaran karyawan terhadap keamanan siber saat menggunakan akun perusahaan dan pribadi Cisco (2022). Lebih lanjut, perusahaan mengatakan perlu mengembangkan strategi pengelolaan media sosial yang tidak hanya berfokus pada pemasaran tetapi juga memperhatikan aspek perlindungan data dan keamanan digital. Dalam lingkungan perusahaan, keamanan media sosial tidak hanya menjadi tanggung jawab tim IT tetapi melibatkan semua elemen organisasi Kaplan & Haenlein (2010).

Kurangnya kebijakan keamanan yang jelas, kontrol akses yang lemah, dan pelatihan karyawan yang tidak memadai adalah beberapa faktor yang meningkatkan risiko keamanan. Oleh karena itu, analisis keamanan media sosial perusahaan penting untuk mengidentifikasi potensi kerentanan dan mengembangkan tindakan mitigasi yang tepat. Kebaruan penelitian ini terletak pada peneliti yang membahas secara khusus sistem keamanan media sosial, meliputi hambatan-hambatan yang muncul dalam pengamanan akun, serta upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang periklanan, yakni dengan menggunakan metode kualitatif, untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi ancaman, mengevaluasi kebijakan keamanan yang telah diterapkan, dan apakah langkah mitigasi risiko siber yang timbul akibat pemanfaatan media sosial oleh PT R.N dapat mendukung kelancaran kegiatan.

KAJIAN TEORITIS

Media Sosial

Menurut Mandibergh menyatakan bahwa media sosial merupakan suatu media atau alat yang digunakan untuk menghimpun kerja sama bagi penggunanya untuk menghasilkan suatu konten (user-generated content). Selain itu juga dikemukakan oleh Van Dijk yang menyatakan bahwa media sosial adalah suatu platform media yang memfokuskan pada eksistensi penggunanya yang disertai fasilitas untuk dapat beraktivitas

dan berkolaborasi kemudian menurut M. Kaplan dan Michael Haenlein 2010 Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis Web 2.0 (yang merupakan platform dari evolusi media sosial) yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran dari *User Generated Content* Andreas. P.N. Howard dan M.R Parks 2012 berpendapat bahwa media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu: Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industry (P.N. Howard dan M.R Parks 2012).

Kemudian menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes 2015 media sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain. Mulawarman 2017 berpendapat bahwa istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu alat yang berupa situs atau aplikasi secara online yang memungkinkan penggunanya untuk saling berkomunikasi, bekerja sama, dan berkolaborasi dalam masyarakat baru. Media sosial dapat dikatakan sebagai media modern atau juga disebut sebagai media baru (*new media*), yaitu suatu media yang erat kaitannya dengan internet dan telepon pintar (*smartphone*) dalam penggunaannya.

Media Sosial Dalam Konteks Perusahaan

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu maupun organisasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk komunitas secara daring. Dalam konteks Perusahaan, media sosial dimanfaatkan tidak hanya sebagai alat pemasaran dan komunikasi eksternal, tetapi juga sebagai sarana peningkatan reputasi merek, layanan pelanggan, dan bahkan rekrutmen tenaga kerja (Kaplan & Haenlein 2010). Platform seperti Instagram, LinkedIn, Twitter, dan Facebook telah menjadi elemen vital dalam strategi digital Perusahaan. Namun demikian, ketergantungan terhadap media sosial juga memunculkan tantangan keamanan yang kompleks, informasi yang dibagikan

secara public oleh Perusahaan maupun karyawan dapat menjadi celah potensial untuk serangan siber. Kurangnya kesadaran akan risiko ini sering kali menjadikan media sosial sebagai titik lemah dalam sistem keamanan informasi Perusahaan (Boy & Ellison, 2007).

Pengaruh Sosial Media Terhadap Perubahan Masyarakat

Di zaman yang serba digital saat ini tentunya penggunaan sosial media semakin meningkat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (social relationships) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (equilibrium) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu Masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam Masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, dan memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif seperti munculnya kelompok-kelompok yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma-norma yang ada.

Macam-Macam Media Sosial

Menurut Nasullah ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

- A. Media Jejaring Sosial (Social networking) Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (offline) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah facebook.
- B. Jurnal online (blog) Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom

komentar yang bisa diisi oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini bias dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal homepage, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.

- C. Jurnal online sederhana atau microblog (micro-blogging) Tidak berbeda dengan jurnal online (blog), microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh microblogging yang paling banyak digunakan adalah Twitter.
- D. Media berbagi (media sharing) Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau snapfish.

Ancaman Keamanan pada Media Sosial

Ancaman keamanan pada media sosial dapat berasal dari berbagai vector serangan, baik yang bersifat teknis maupun non-teknis. Di antara ancaman yang paling umum ditemukan adalah:

- **Rekayasa Sosial (Soscial Engineering):** Teknik manipulasi psikologis untuk memperoleh informasi sensitive dari karyawan atau akun Perusahaan (Hadney, 2018)
- **Phishing dan Malware:** Peneyrang memanfaatkan fitur DM atau komentar untuk menyebar tautan yang berbahaya.
- **Pengambilan Akun (Account Takeover):** Akibat dari lemahnya autentikasi atau penggunaan kata sandi yang sama diberbagai platform.
- **Kebocoran Informasi Internal:** Karyawan tanpa pelatihan yang memadai dapat secara tidak sadar menggunggah data sensitive atau strategis.

Menurut laporan ENISA (2021), media sosial menjadi salah satu kanal utama dalam penyebaran serangan siber berbasis konten karena sifatnya yang publik dan mudah menyebar.

Keamanan Siber dalam Media Sosial

Keamanan siber dalam kinteks media sosial mencakup serangkaian kebijakan, prosedur, dan teknologi yang bertujuan melindungi asset digital Perusahaan dari akses yang tidak sah, modifikasi, maupun penyalahgunaan. Perusahaan perlu menerapkan kerangka kerja keamanan informasi yang komprehensif, seperti ISO/IEC, yang

memungkinkan pendekatan sistematis terhadap manajemen risiko keamanan informasi (ISO/IEC, 2013).

Aspek keamanan media sosial mencakup beberapa komponen:

- Control Akses dan Autentikasi Ganda (2FA): Untuk mencegah akses ilegal
- Audit dan Monitoring Aktivitas Akun: Deteksi dini terhadap aktivitas mencurigakan.
- Pelatihan Kesadaran Siber untuk Karyawan: Upaya preventif terhadap human error.
- Kebijakan Media Sosial Sosial Perusahaan: Aturan tertulis mengenai penggunaan, pembatasan, dan tanggung jawab akun resmi Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah proses penelitian yang berupaya memahami fenomena sosial atau manusia dengan menciptakan gambaran komprehensif dan kompleks yang dapat disajikan secara lisan, melaporkan perspektif rinci yang diperoleh dari sumber informan, dan dilakukan dalam latar setting yang alamiah. Penelitian ini menerapkan teknik pengambilan sampel *non-probability* sampling dengan jenis sampel *purposive sampling*.

Sumber data dalam penelitian ini adalah wawancara yang diperoleh dari sejumlah responden dan menggunakan metode wawancara terstruktur. Teknik pengambilan data primer pada penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk pengambilan data sekunder berasal dari literatur maupun sumber tertulis seperti buku, penelitian terdahulu, dan artikel jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan dimulai pada bulan Maret 2025 sampai dengan bulan Agustus 2025. Peneliti melakukan observasi di PT. R.N yang beralamat di Jl. Raya Pos Pengumben, Kebon Jeruk Jakarta Selatan 11560 PT. R.N merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan ruang kerja bersama (*coworking space*) dan kantor virtual (*virtual office*) yang berlokasi di Jakarta Barat. Didirikan pada tahun 2019, R.N menawarkan berbagai fasilitas seperti ruang kerja individu dan kelompok, ruang rapat, ruang acara, serta layanan konsultasi hukum dan asisten pribadi. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan mendukung kolaborasi antar profesional, termasuk pengacara, mahasiswa hukum, pelaku UMKM, startup, dan pekerja

Sistem Keamanan Akun Sosial Media

Sistem keamanan akun sosial media pada suatu Perusahaan merupakan seperangkat kebijakan prosedur terstruktur yang mengatur penggunaan, pengelolaan, serta keamanan akun-akun resmi Perusahaan diberbagai platform digital gunanya untuk memastikan konsistensi merek, efektivitas komunikasi, dan mitigasi risiko reputasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan empat partisipan dari divisi yang berbeda di PT R.N, ditemukan bahwa pemahaman dan penerapan sistem keamanan sosial media masih belum optimal. Meski terdapat usaha untuk menerapkan autentikasi dua faktor dan pengaturan privasi, masih ditemukan kelalaian dari beberapa karyawan, terutama terkait password yang mudah ditebak dan penggunaan perangkat pribadi yang tidak aman untuk mengakses akun perusahaan.

Hambatan Yang Ada Pada Sistem Keamanan Akun

Hambatan utama dalam sistem keamanan akun media sosial pada Perusahaan ini mencakup kurangnya kebijakan keamanan siber yang terstandarisasi, lemahnya control akses terhadap kredensial akun, serta minimnya kesadaran dan pelatihan karyawan terhadap potensi serangan siber. Berdasarkan hasil dari wawancara Partisipan lain dari divisi Content Marketing mengungkapkan bahwa sebagian besar fokus tim masih berorientasi pada konten dan engagement, bukan pada aspek keamanan digital. Divisi Email juga menyebutkan bahwa pengiriman link promosi sering kali tanpa pengecekan ulang, yang membuka potensi terhadap phishing. Terakhir, dari divisi PPC, partisipan menyatakan pernah terjadi insiden spam link akibat akses pihak luar ke akun sosial media.

Solusi Dan Cara Mengatasi Hambatan Dalam Sistem Keamanan Akun Sosial Media

Untuk mengatasi Solusi dan hambatan dalam sistem keamanan akun media sosial Perusahaan sangatlah penting, diperlukan penerapan autentikasi multi-faktor (MFA), kebijakan pengelolaan kata sandi yang kuat dan berkala, serta pelatihan rutin bagi karyawan mengenai kesadaran keamanan siber. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk menerapkan sistem pemantauan aktivitas yang proaktif, melakukan audit keamanan secara berkala, dan menggunakan perangkat lunak manajemen akses guna membatasi hak pengguna sesuai kebutuhan operasional." Pada penelitian ini dalam sistem keamanan akun sosial media di PT. R.N memiliki hambatan yang disertai dengan solusi dan cara mengatasinya. Berdasarkan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa karyawan IT merekomendasikan penggunaan sistem autentikasi ganda serta audit berkala terhadap

akun yang digunakan dalam aktivitas digital perusahaan. Dari hasil pengumpulan data, diketahui beberapa ancaman umum yang dihadapi oleh PT R.N, di antaranya adalah phishing, peretasan akun, dan penyebaran tautan mencurigakan melalui pesan langsung (DM).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Divisi Tim Media Sosial, PT R.N dapat disintesis bahwa pelanggaran keamanan sosial media berdampak signifikan terhadap kepercayaan pembaca, karena hal tersebut berpotensi menyebabkan penyebaran informasi yang salah serta menurunkan citra profesionalisme perusahaan. PT R.N telah memiliki kebijakan keamanan digital dasar, seperti penggunaan autentikasi dua faktor dan pembatasan akses akun. Namun implementasinya belum maksimal di seluruh lini karena kurangnya pengawasan dan edukasi internal. Ancaman yang sering dihadapi berupa phishing, upaya login ilegal, dan penyebaran tautan berbahaya, yang muncul karena rendahnya kewaspadaan individu serta kurangnya pemahaman tentang keamanan digital. Kesadaran karyawan terhadap pentingnya keamanan media sosial masih tergolong rendah, karena sebagian besar lebih fokus pada konten dan engagement daripada perlindungan data. Dokumentasi yang ada menunjukkan adanya SOP dan kebijakan tertulis, tetapi belum sepenuhnya diterapkan secara efektif. Ini menunjukkan perlunya integrasi antara sistem keamanan dan budaya kerja harian.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis keamanan akun media sosial yang telah dilakukan, saya memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peningkatan Literasi Digital Pengguna Pengguna media sosial disarankan untuk meningkatkan pemahaman mengenai ancaman siber, seperti *phishing*, rekayasa sosial (*social engineering*), dan penggunaan kata sandi yang lemah. Kampanye literasi digital secara berkala, baik oleh instansi pemerintah maupun swasta, perlu digalakkan agar pengguna lebih waspada dan proaktif dalam menjaga keamanan akun mereka.
2. Penerapan Otentikasi Dua Faktor (2FA) Platform media sosial sebaiknya mewajibkan atau minimal merekomendasikan penggunaan *Two-Factor Authentication (2FA)* sebagai lapisan keamanan tambahan. Hal ini terbukti secara empiris dapat menurunkan risiko pembobolan akun secara signifikan.

3. Pengembangan Sistem Deteksi Ancaman Berbasis AI Perusahaan media sosial perlu mengembangkan sistem keamanan adaptif berbasis kecerdasan buatan untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan, seperti login dari lokasi tidak biasa, perubahan perilaku pengguna, atau upaya akses tidak sah yang berulang.
4. Audit Keamanan Secara Berkala Pengguna disarankan untuk melakukan audit keamanan akun pribadi secara berkala, seperti meninjau perangkat yang terhubung, aplikasi pihak ketiga yang diberi izin akses, dan riwayat aktivitas login. Hal ini sejalan dengan prinsip *security hygiene* dalam praktik keamanan digital.
5. Kolaborasi Antar-Pihak dalam Menangani Kejahatan Siber Pemerintah, penyedia platform, dan lembaga penegak hukum perlu menjalin kerja sama yang erat untuk merespons laporan pelanggaran keamanan secara cepat dan efektif. Pembuatan pusat aduan siber yang terintegrasi dapat mempercepat proses mitigasi dan pemulihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Wardhana, Aditya, et al. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2009, Cet. Ke 8, h. 137. 49 Muhamad, loc.cit., Hlm. 162
- Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., ... & Judijanto, L. (2023). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Revilia, D. (2020). Irwansyah. 2020. "Literasi Media Sosial: Kesadaran Keamanan Dan Privasi Dalam Perspektif Generasi Milenial.". Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, 24(1), 1-15.
- Aprilia, T., Pitoyo, B. S., Fauzi, A., Ramadhanti, R. G., Nurazizah, R. T. D., Wanti, E. T., ... & Prasetyo, A. R. (2024). Pengaruh Keamanan Two Factor Authentication Terhadap Pencurian Data (Cyber Crime) Pada Media Sosial. Pengaruh Keamanan Two Factor, 2(5), 449-458.
- Astuti, N. F. (2021). Mengenal Fungsi Media Sosial, Berikut Pengertian dan Jenisnya. Retrieved from merdeka. com: <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-kln.html>.

- Tyasara, L. (2021). Pengertian Media Sosial adalah Laman dalam Jaringan Sosial, Ini Fungsi dan Jenis-Jenisnya.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). MEDIA SOSIAL (DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713-2724.
- Zhang, Z., & Gupta, B. B. (2018). Social media security and trustworthiness: overview and new direction. *Future Generation Computer Systems*, 86, 914-925.
- Rahman, R., & Kuncahya, F. D. (2024). Analisis Keamanan Jaringan Sosial Media. *Technology Sciences Insights Journal*, 1(1), 1-9.
- Hidayat, W., Musdira, N., Rasyid, N., Khairi, M., & Juharman, M. (2023). Analisis Ancaman Terhadap Keamanan Data Pribadi pada Email. *Jurnal Pendidikan Terapan*, 7-12.