

ANALISIS DESKRIPTIF PROFILE CLONING PADA AKUN INSTAGRAM @FEYDOWN WASPADA LOVE SCAMMER

Diah Agung Esfandari¹, Rizqi Ridhayani²

Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi No. 1 Terusan Buah Batu, Bandung

¹esfandari@telkomuniversity.ac.id, ²rir427ridhayani@gmail.com

Abstrak

Perkembangan media baru (*new media*) yang semakin pesat kini telah mengubah cara berkomunikasi masyarakat. Salah satu ciri khas yang dimiliki oleh masyarakat di era media baru adalah keberagaman media. Instagram merupakan media sosial dengan berbagai macam fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk melakukan proses mengunggah, memberi efek pada foto yang akan diunggah, memberi tanda suka (*likes*) hingga memberikan komentar dengan saling memberikan *feedback* pada pengguna lain yang aktif berpartisipasi terhadap unggahan yang dinilai menarik. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi internet juga membawa dampak negatif yang tidak kalah banyaknya dengan manfaat yang ada. Internet membuat kejahatan yang semula bersifat konvensional berkembang menjadi sebuah kejahatan modern dengan tingkat kerugian yang lebih besar dengan dampak yang luas. Salah satu kejahatan melalui internet (*Cybercrime*) adalah pencurian identitas (*profile cloning*). Peneliti memiliki ketertarikan untuk analisis deskriptif *Profile Cloning* pada akun instagram @feydown Waspada Love Scammer. Aspek-aspek yang akan diteliti berupa foto-foto pelaku *profile cloning* yang digunakan untuk melakukan kejahatan. Terdapat delapan foto beserta teks yang dianalisis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma post-positivisme. Hasil dari penelitian: pelaku *profile cloning* memilih profil orang-orang yang rupawan baik itu laki-laki maupun perempuan serta orang-orang yang memiliki profesi berpenghasilan tinggi atau profesi yang dikagumi orang.

Abstract

The development of new media which grew rapidly now has changed the way people communicate. One of the characteristics possessed by the people in the new media era is the diversity of the media. Instagram is a social media that allow users to perform many things such as: giving effects to photos, giving 'likes' as well as leaving comments to give feedbacks to other users. Despite its benefits, it undeniable that the internet also brings negative impacts. Internet makes conventional crime developed into a modern crime with a greater level of losses and impacts. Crime via the internet is known as Cybercrime which consist of spreading viruses, denial of access and profile of identity theft or cloning. Based on that phenomenon, researchers are interested in conducting a research on descriptive analysis profile cloning on Instagram, more specifically at @feydown Love Scammer Alert. The aspect being studied is pictures from @feydown that are indicated profile-cloning offenders who use the photos for cybercrime. A total of eight photographs and texts are being analyzed. The method used by researchers is a qualitative method using post-positivism paradigm. Results from this study is that the perpetrator cloning profile to choose the profile handsome people, either men or women, and those who have a high- income professions or professions considered to be admired by many.

Keywords: Instagram, Cybercrime, Profile Cloning, Descriptive Analysis

PENDAHULUAN

Perkembangan media baru (*new media*) yang semakin pesat kini telah mengubah cara berkomunikasi masyarakat. Salah satu ciri khas yang dimiliki oleh masyarakat di era media baru adalah keberagaman media. Menurut Mc Namus (dalam Severin dan Tankard, 2005:4) bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media yang melimpah (Nasrullah, 2013:1). Keberagaman media ini menyebabkan perkembangan informasi yang semakin mudah dalam jangkauan yang luas.

Dalam era perkembangan media yang semakin cepat tersebut, masyarakat tak lagi membutuhkan waktu yang lama untuk bertukar pesan dan informasi dengan kerabatnya di daerah lain dengan jarak yang jauh. Seiring dengan perkembangan tersebut, industri media sebagai pusat penyebaran informasi kepada masyarakat pun turut melakukan peranan penting sebagai sarana untuk berkomunikasi di dalam masyarakat. Karakteristik utama dalam media baru adalah interaktivitas. Interaktivitas (*Interactivity*) merupakan konsep yang sering digunakan untuk membedakan antara media baru yang digital dengan media tradisional yang menggunakan analog (McQuail 2010 dalam Nasrullah, 2013:89). Sedangkan *Interactivity* bagi Graham merupakan salah satu cara yang berjalan di antara pengguna dan mesin (teknologi) dengan memungkinkan para pengguna maupun perangkat yang saling terhubung secara interaktif (Graham 2004, dalam Nasrullah, 2013:89).

Media baru yang menerapkan prinsip interaktivitas tersebut salah satunya adalah media sosial. Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial (*social media*) seperti facebook, twitter, skype dan sebagainya

merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring media sosial di ruang siber (Nasrullah, 2013:43). Berdasarkan data yang diolah oleh Aliansi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018, konten media sosial yang paling banyak dikunjungi adalah Facebook sebesar 50,7% dan urutan kedua adalah Instagram sebesar 17,8%.

IDENTIFIKASI MASALAH

Profile cloning merupakan kejahatan yang sering kali terjadi di dunia siber, dimana seseorang berusaha mencuri identitas sosial dengan memalsukan akun seseorang untuk melakukan tindak penipuan atau kejahatan lainnya. Pelaku profile cloning biasanya menggunakan foto, nama dan identitas lain untuk membuat seolah akun tersebut adalah milik pengguna asli. Bahayanya bila akun palsu ini disalahgunakan, pemilik foto dan nama yang dipalsukan jadi ikut tercemar. Sudah banyak kasus seperti ini terjadi di media sosial manapun, salah satu media sosial yang paling sering dijadikan wadah pelaku profile cloning adalah Instagram dan Facebook.

Kasus profile cloning ini menjadi pembahasan yang serius dan menjadi perhatian bagi komunitas anti scam activist waspada scammers cinta yang akhirnya membentuk akun Instagram @feydown untuk mengumpulkan kasus-kasus serta informasi mengenai pelaku profile cloning, yang bertujuan mencari korban melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Akun Instagram ini dibentuk pada tanggal 21 April 2013 dan akun ini berisi kumpulan bukti screenshot percakapan (*chat*), foto, akun media sosial atau identitas

asli para pelaku profile cloning, akun asli orang yang dicuri identitasnya, dan bukti-bukti lain yang mendukung bahwa benar telah terjadi kasus penipuan yang dilakukan para scammer ini. Mayoritas dari para scammer ini menggunakan modus tentang cinta atau disebut dengan istilah love scamm, kepada korbannya agar korban mau melakukan apa saja demi dirinya termasuk mengirimkan sejumlah uang atau bentuk harta lainnya.

Kasus love scammer sendiri bukanlah hal yang baru dijumpai dalam dunia siber maupun dunia konvensional. Hal ini dapat dilihat dari laporan artikel yang ditulis oleh pendiri anti scammer cinta, dimana kerugian korban scammer di Indonesia pada tahun 2017 mencapai Rp. 1.990.604.000 dari jumlah korban 55 orang dan semuanya wanita. 5 di antara korban merupakan hasil dari pelaku orang Nigeria dan 50 korban lainnya hasil dari pelaku warga lokal atau orang Indonesia itu sendiri. Sedangkan pada tahun 2016 tercatat ada 19 orang wanita dengan total kerugian Rp 2.680.000.000.

Para pelaku love scam ini kerap kali menggunakan foto dan profil seseorang yang good looking dan kebanyakan dari mereka berprofesi sebagai abdi negara (TNI/POLISI), pilot, pramugari/a, pelaut, serta pegawai perusahaan besar di Indonesia yang memiliki akreditasi tinggi. Sedangkan mayoritas para korban terdiri dari berbagai kalangan seperti guru, sarjana, pengusaha, pegawai perusahaan, ibu rumah tangga dan lain sebagainya. Usia dan status para korban juga beragam, ada yang berusia muda hingga setengah baya serta memiliki status single, janda/duda maupun istri/suami orang.

Berdasarkan fenomena yang disebutkan di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk

melakukan penelitian tentang analisis deskriptif Profile Cloning pada akun instagram @feydown Waspada Love Scammer. Dalam penelitian ini peneliti memilih media sosial Instagram sebagai objek penelitian dan menggunakan beberapa tinjauan teori seperti New media atau media baru, Media siber, Cybercrime, dan Profile cloning.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah Metode kualitatif yang diambil adalah kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menemukan teori di lapangan yang menafsirkan suatu realitas atau fenomena sosial dengan menggunakan metode berpikir induktif, dimana suatu realitas atau fenomena tersebut terjadi sebagai sebab atas sebuah peristiwa. Oleh karena penelitian bersifat induktif, maka penyajian data yang dilakukan adalah berupa kata-kata maupun gambar, bukan angka. Data diperoleh dari hasil dokumentasi yang berupa naskah, foto dokumentasi, maupun catatan pribadi (Bogdan dan Taylor dalam Moleong, 2014:4). Aspek-aspek yang akan diteliti berupa foto-foto yang diunggah oleh @feydown dimana foto foto tersebut hasil dari pelaku profile cloning yang menggunakan identitas foto foto tersebut untuk penipuan atau cybercrime. Terdapat total delapan foto beserta teks yang akan dianalisis dan penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Media Baru

Media baru didefinisikan memiliki jangkauan yang luas dan dalam proses

perubahan konstan. Banyak orang yang terlibat dalam produksi maupun konsumsi media baru. Siapapun dengan komputer dan program multimedia dapat menjadi produsen. Perubahan yang cepat dari teknologi telah memengaruhi produksi media dan konsumsi lebih dari bidang lain dalam masyarakat yang mana memiliki beberapa karakteristik, yaitu (Collin Stewart dan Adam Kowaltzke, 2008:2): *Digitality, Interactivity, Hypertext Hyper, Dispersal, Shared, Social, Virtuality, Global and Local, dan Everywhere at once*. McQuail (2010) menguraikan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama atau konvensional berdasarkan perspektif pengguna yaitu: *Interactivity, Social Presence, Autonomy, Playfulness, Privacy, dan Personalization*.

Media Siber

Ruang virtual menjadi lokasi di mana interaksi sosial berjalan dan virtual society itu ada. Media sosial tidak sekadar medium untuk mengunggah konten (teks, audio, atau video), namun juga arena tempat pemaknaan sebuah realitas virtual yang seiring berjalannya waktu menjadi semacam budaya di internet (Nasrullah, 2015:57).

Dalam pandangan Luke (dalam Bell, 2001:17), ruang siber ibarat hyperreal state di mana ruang ini dimiliki, diatur, sampai dikontrol, baik melalui sistem jaringan kabel maupun nirkabel (wireless), dengan menggunakan perangkat teknologi.

Berbicara tentang teks di media siber, ada dua term yang bisa digunakan, yaitu netspeak dan netlingo. Netspeak diartikan pembicaraan yang seolah-olah adalah bahasa tertulis. Netspeak terjadi tatkala para pengguna melakukan interaksi langsung (synchronous), seperti di MUDs, online chat atau instant

messaging (Thurlow et al., 2004:125). Mediasi teks dalam media sosial yang memberi fasilitas pesan instan kemudian mewakili bahasa bicara. Teks yang dimunculkan yang menimbulkan netspeak tersebut diimajinasikan seolah-olah sedang berbicara.

Sedangkan netlingo sebagai penulisan teks yang seolah-olah sedang berbicara. Teks yang ditulis di media siber menjadi bahasa seolah-olah mewakili ungkapan ketika berbicara. Oleh karena itu, setiap kata atau kalimat yang ditulis dalam media siber seolah-olah adalah ucapan atau suara beserta intonasinya dalam percakapan keseharian (Nasrullah, 2014; Thurlow et al., 2004:124).

Interaktivitas dalam Media Siber

John Vivian (2008:262-264) mengungkapkan bahwa keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola-pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi, mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara real time. Nicholas Gane dan David Beer (dalam Nasrullah, 2013: 17) memaparkan karakteristik media baru dengan terminologi *network, interactivity, information, interface, archive, dan simulation*.

Interaktivitas adalah salah satu term yang mewakili keberadaan media baru. Holmes (2005:10) membagi media dalam perspektif historis yang menjadi era media pertama (*first media age*) dengan pola broadcast dan era media kedua (*second media age*) dengan pola interactivity, dimana pada era media kedua ini, pesan yang disampaikan berasal dari banyak sumber ke banyak khalayak, komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah, tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber, media memfasilitasi

setiap khalayak (warga negara), khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing, serta media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu (Nasrullah, 2013:17-18).

Interaktivitas yang terjadi pada era media baru ini menandakan bahwa khalayak tidak sekedar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbaharui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan tersebut. Beranjak dari definisi atau lebih tepatnya karakter dari media baru, Meyrowitz (1999:51) mengungkapkan bahwa lingkungan media baru atau yang dikenal dengan cyberspace telah membawa tawaran pemikiran baru terhadap riset-riset media yang tidak hanya berfokus pada pesan semata, melainkan mulai melibatkan teknologi komunikasi itu sendiri yang secara langsung maupun tidak memberikan fakta bahwa perangkat komunikasi berteknologi tersebut merupakan salah satu bentuk atau tipe dari lingkungan sosial. Tidak hanya bisa dilihat sebagai media dalam makna teknologi semata, melainkan juga makna-makna lain yang muncul seperti budaya, politik, ekonomi, dan sebagainya (Nasrullah, 2013:18-19).

Media Sosial

Media sosial menurut Treadaway & Smith (2010:24) merujuk pada teknologi yang memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi dan berbagi konten dari individu dan teman-temannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah teknologi yang menggabungkan unsur-unsur komunikasi dan konten untuk menghubungkan seorang individu dengan

individu lainnya. Sedangkan pengertian media sosial menurut Utari (2011:51) adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dalam suatu hal.

Saat ini media massa dapat berkembang dengan pesat. Hal ini dikarenakan hampir semua orang telah memiliki media sosialnya sendiri. Untuk memiliki media sosial, seseorang tidak membutuhkan modal besar seperti jika untuk memiliki media tradisional. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal besar dan banyak sumber daya manusia. Seorang pengguna media sosial hanya memerlukan jaringan internet untuk mengakses media sosial. Dalam media sosial, kita dapat melakukan berbagai aktivitas dua arah seperti berkenalan, kolaborasi, dan berbagai bentuk pertukaran baik secara tulisan, visual maupun audiovisual (Puntoadi, 2011:2).

Profile cloning

Profile Cloning merupakan kejahatan yang sering kali terjadi di dunia siber, dimana seseorang berusaha mencuri identitas sosial dengan memalsukan akun orang tersebut untuk melakukan tindak penipuan atau kejahatan lainnya. Pelaku *profile cloning* biasanya menggunakan foto, nama dan identitas lain untuk membuat seolah akun tersebut adalah milik pengguna asli. Bahayanya jika akun palsu ini disalahgunakan, pemilik foto dan nama yang dipalsukan jadi ikut tercemar. Sudah banyak kasus seperti ini terjadi di media sosial manapun, salah satu media sosial yang paling sering adalah Instagram dan Facebook.

PEMBAHASAN

Pelaku *profile cloning* memilih profil orang-orang yang rupawan baik itu laki-laki maupun perempuan untuk melakukan *love scam* kepada korbannya. Hal ini dapat

disimpulkan dari delapan kasus yang diteliti Peneliti, tujuh diantaranya para korban tertarik karena tampang rupawan yang ditampilkan oleh pelaku.

Pelaku *profile cloning* memilih profil orang-orang yang memiliki profesi berpenghasilan tinggi atau profesi yang dianggap dikagumi orang banyak. Hal ini dapat disimpulkan dari delapan kasus yang diteliti Peneliti, bahwa profesi yang dipilih adalah; Polisi, Pramugara maskapai penerbangan Lion Air, ANT-II Pelaut lulusan Sekolah Tinggi Ilmu Maritim, Pegawai SKK MIGAS, Pramugari maskapai penerbangan Lion Air, Selebgram, Hydrographic Suveyor di perusahaan pertambangan Offshore Energy, dan Karyawan pengeboran minyak di Florida.

Pelaku *profile cloning* memilih membuat akun palsu di media sosial yang tidak dimiliki oleh pemilik profil aslinya. Hal ini dapat disimpulkan dari delapan kasus yang diteliti Peneliti, lima diantaranya tidak memiliki akun media sosial *facebook*, dimana para pelaku beraksi melakukan aksi *love scam* di media sosial tersebut.

Pelaku *profile cloning* memilih teknik penipuan yang cenderung sama atau berulang. Dari delapan kasus yang diteliti Peneliti, dapat disimpulkan ada tiga teknik yang paling sering dilakukan oleh pelaku yaitu, Pemalsuan kartu tanda penduduk (KTP), Pemalsuan deposito gaji, dan meminta pertemanan dengan korban di media sosial sebelum mengirimkan pesan.

Pelaku *profile cloning* memiliki ciri-ciri yang sama. Dari delapan hasil penelitian Peneliti, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri tersebut berupa, Nama pemilik rekening bank yang diberikan berbeda dengan nama yang digunakan pelaku untuk berkenalan dengan

korban, Memiliki lebih dari satu rekening bank yang setiap nama kepemilikannya berbeda-beda, dan yang terakhir adalah pelaku akan berusaha membangun hubungan yang akrab dengan korban baik itu hubungan pertemanan ataupun hubungan asmara.

PENUTUP

Peneliti menyimpulkan bahwa kasus seperti ini berawal dari 'kepolosan' korban yang mudah menerima pertemanan di media sosial dari orang yang tidak dikenalnya. Mengingat usia korban yang sudah tidak muda lagi, maka disarankan untuk diberikan arahan atau pengawasan dari anak-anak korban agar ia tidak mudah tertipu saat menggunakan sosial media.

Kurangnya pemahaman korban terkait sosial media, terbukti dengan mudahnya mempercayai semua cerita pelaku tanpa memeriksa secara seksama. Korban juga dengan mudahnya mengisi data pribadi di alamat website dengan tidak memastikan terlebih dahulu kredibilitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, Patrick R and Newman, Donald J. (2003). *Introduction to Criminal Justice*. McGraw-Hill, Inc: Fifth Edition.

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Bell, David. (2001). *An Introduction to Cyberculture*. London: Routledge.

Disertasi Bayu Suseno yang berjudul Konsep Facebook Policing Sebagai Pencegahan Kejahatan Sekunder Profile Cloning Crime.

Holmes, David. (2005). *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Igor, Bernik. (2014). *Cybercrime and Cyberwarfare*. London, UK: ISTE ; Hoboken, NJ : Wiley

Joshua B. Hill. Nancy E. Marion. (2016). *Introduction to Cybercrime: Computer Crimes, Laws, and Policing in the 21st Century*. Westport, United States: ABC-CLIO.

Karuppanan. Jaishankar. (2008). *Cyber Criminology and Space transition theory: Contribution and Impact*. India: Pearson

McQuail, Denis. (2010). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.

Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. 2014. Bandung: Rosda.

Nasrullah, Rulli. (2013). *Cybermedia*. Yogyakarta: IDEA Press.

Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Newman, G. R. Clarke, R. V. G. (2003). *Superhighway Robbery: Preventing E-commerce Crime*. Cullompton: Willan.

Puntoadi, Danis. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. ElexGamedia.

Poerwandari, K. (2007). *Pendekatan kualitatif dalam penelitian psikologi*. Jakarta: PSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing

Rakhmat, Djalaludin. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Stewart, Collin. Kowaltzke, Adam. (2008). *Media New Ways and Meanings 3rd Edition*. English: Milton.

Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication, Social Interaction and The Internet*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Ltd.

Utari, Prahastiwi. (2011). *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.

Vivian John. (2008). *Teori Komunikasi edisi kedelapan*. Jakarta: Prenanda Media Grup.

Werner J. Severin & James W. Tankard, Jr. (2014). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa - Edisi Kelima*. Jakarta: Kencana.