

POLA KOMUNIKASI DALAM *CYBERCRIME* (KASUS *LOVE SCAMS*)

COMMUNICATION PATTERNS IN CYBERCRIME (LOVE SCAMS CASE)

Christiany Juditha

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI)
Makassar Jl. Prof.Dr. Abdurahman Basalamah II No. 25 Makassar, 90123. Telp/Fax
:0411-4460084, email: christiany.juditha@kominfo.go.id

Naskah diterima, 12 Oktober 2015, diedit 20 Oktober 2015, disetujui 29 Oktober 2015

Abstract

The development of information technology and communications gave rise to a new phenomenon as cybercrime. Based on the report of the State of The Internet in 2013 concluded that Indonesia has many records of crimes largest internet world and was second ranked the criminal case of cybercrime in the world's. One of the most widely experienced cybercrime cases of Indonesian women is love scams (relationship of love by the internet). Communication patterns waged performer of cybercrime (scammers) who had known the victim was more credible than the direct communication of a person who has been known to be close. The purpose of this study was to describe the patterns of communication in the cybercrime. The method used is qualitative content analysis using Computer Mediated Communication (CMC) Models consisting of impersonal, interpersonal and hyperpersonal. This study concludes three patterns awoke in the case of love scams. The message source (scammers) have great control over they self and is in communication settings with the victims who did not know who they are. Because the scammers usually to convey the elements themselves are best personality, achievement, and appearance (photo) by internet channel. Message recipients (victims) who are lonely and looking for a mate usually flattered directly with messages of love and use feedback. Intense communication was established that the victim is tricked and lost hundreds of millions of rupiahs.

Keywords: *Communication patterns, cybercrime, love scams, scammers, Computer Mediated Communication (CMC).*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memunculkan fenomena baru yang dikenal dengan *cybercrime*. Berdasarkan laporan dari *State of The Internet* 2013 menyimpulkan bahwa Indonesia memiliki banyak catatan kasus kejahatan dunia internet terbesar dan masuk peringkat kedua dunia untuk kasus kejahatan *cybercrime*. Salah satu kasus *cybercrime* yang banyak dialami perempuan Indonesia adalah *love scams* (penipuan hubungan cinta melalui internet). Pola komunikasi yang dilancarkan pelaku *cybercrime* (*scammers*) yang baru dikenal korban justru lebih dipercaya, dibanding komunikasi langsung dari orang yang telah dikenal dekat. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pola komunikasi dalam kasus *cybercrime*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan menggunakan *Computer Mediated Communication (CMC) Models* yang terdiri dari impersonal, interpersonal dan *hyperpersonal*. Penelitian ini menyimpulkan ketiga pola ini terbangun dalam kasus *love scam*. Faktor sumber pesan (*scammers*) memiliki kontrol yang besar terhadap dirinya sendiri dan berada dalam pengaturan komunikasi dengan korban-korbannya yang sama sekali tidak tahu siapa sebenarnya mereka. Karena itu *scammers* umumnya mencoba menyampaikan unsur-unsur diri yang terbaik, termasuk kepribadian, prestasi, dan bahkan penampilan (foto) melalui saluran komunikasi internet. Penerima pesan (korban) yang sedang kesepian dan mencari jodoh biasanya langsung tersanjung dengan pesan cinta dan tanpa pikir panjang melakukan umpan balik. Komunikasi secara intens pun terjalin hingga korban terjerumus dan masuk perangkap penipuan dan kehilangan uang hingga ratusan juta rupiah.

Kata-kata Kunci: *Pola komunikasi, cybercrime, love scams, scammers, Computer Mediated Communication (CMC).*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat, menciptakan peluang sekaligus tantangan. Akses terhadap arus informasi yang luas dan tidak terbatas telah merubah pola-pola kehidupan masyarakat modern yang semakin bergantung pada perangkat teknologi informasi dan komunikasi. Kondisi ini tentu saja memunculkan respon baik dari pelaku usaha, pemerintah, organisasi kemasyarakatan, pendidik, maupun masyarakat umum. Semua pihak seakan tidak ingin tertinggal dalam memanfaatkan kesempatan yang ditawarkan oleh teknologi informasi, terutama dengan kehadiran internet yang menciptakan budaya partisipatoris. Namun seperti mata uang yang memiliki dua sisi, internet tidak hanya berdampak positif, tetapi juga negatif. Kenyataan inilah yang memunculkan sebuah fenomena baru yang dikenal dengan *cybercrime*.

Maraknya kriminalitas baru, yaitu *cybercrime* di era perkembangan teknologi komunikasi sangat meresahkan masyarakat. Berbagai macam kejahatan bisa ditimbulkan dengan menggunakan teknologi komunikasi diantara pencemaran nama baik melalui internet, perjudian, terorisme, penipuan kartu kredit, pornografi dan kejahatan lainnya. Selain itu ada juga kejahatan dengan tujuan dan sasaran teknologi informasi komunikasi seperti *hacking* dan penyebaran kode jahat. Akibat adanya kejahatan tersebut bisa menimbulkan kerugian baik material diantaranya biaya perbaikan, terambilnya dana oleh orang yang tidak berhak (*carding*), serta hilangnya potensi dana pembangunan. Sedangkan kerugian non material adalah kepercayaan dunia usaha terhadap Indonesia menjadi negatif, penolakan transaksi *e-commerce* dari Indonesia, pelaku usaha selalu was-was melakukan transaksi melalui dunia *cyber*. Hayes (2010) mengklasifikasi empat bagian kejahatan dunia maya terhadap individu yaitu 1. Pencurian identitas; 2. Predasi seksual; 3. Penipuan dan trik; serta 4. Predasi keuangan. Ini semua disebut sebagai *cyber to crime* atau kejahatan yang menyerang perangkat-perangkat teknologi.

Menurut perusahaan keamanan *Symantec* dalam *Internet Security Threat Report* volume 17, Indonesia menempati peringkat 10 sebagai negara dengan aktivitas kejahatan *cyber* terbanyak sepanjang tahun 2011. Indonesia menyumbang 2,4% kejahatan *cyber* di dunia. Angka ini naik 1,7% dibanding tahun 2010 lalu di mana Indonesia menempati peringkat 28. Hal ini tak lain disebabkan oleh terus meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Apalagi Indonesia masuk lima besar pengguna jejaring sosial terbanyak di dunia. Penjahat *cyber* kini mulai melirik situs jejaring sosial untuk aksi kejahatan. Dengan modal 'pertemanan' dalam jejaring sosial membuat pengguna percaya begitu saja atas *link* atau konten yang mereka terima dari sesama teman (Teknokompas, 2012).

Sedangkan laporan dari *State of The Internet* 2013 menyimpulkan bahwa Indonesia memiliki banyak catatan kasus kejahatan dunia internet terbesar. Hal tersebut terlihat dengan keberadaan Indonesia pada peringkat dua dunia kasus kejahatan *cybercrime*. Wakil Direktur Tindak Pidana Ekonomi khusus Bareskrim Polri Kombespol Agung

Setya mengatakan dalam tiga tahun terakhir ini Indonesia mencatatkan sebanyak 36,6 juta serangan *cybercrime* yang terjadi di Indonesia. Pernyataan Kombespol Agung Setya juga hampir sama dengan data *Security Threat* 2013 yang menyatakan jika Indonesia merupakan negara yang memiliki risiko tinggi terhadap serangan kejahatan *cybercrime* (Iberita, 2015).

Salah satu modus *cybercrime* yang paling banyak memakan korban khususnya perempuan adalah *love scams*. Modus ini adalah mencari jodoh di dunia maya. Orang-orang yang belum memiliki jodoh atau yang kesepian mencoba mencari pasangan lewat internet. Tapi tidak sedikit dari mereka yang kemudian mengalami kerugian akibat penipuan tersebut. Para korban biasanya tidak mengindahkan peringatan tentang resiko ditipu karena biasanya pelaku penipuan selama berbulan-bulan berusaha meyakinkan bahwa mereka bisa menjalin hubungan lewat internet. Setelah berhasil meyakinkan, mulailah si penipu meminta uang (Tribunnews, 2014).

Jika diperhatikan dalam kurun 20 tahun terakhir ini, perubahan terbesar akibat penemuan dan pertumbuhan internet adalah pola-pola interaksi komunikasi. Hal ini telah mengubah tatanan komunikasi antarmanusia, yang tadinya lebih mengandalkan interaksi tatap muka, kini bergeser ke arah penggunaan media, khususnya internet dan telepon seluler. Internet memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia mana pun untuk saling berkomunikasi dengan cepat, mudah dan murah. Fasilitas internet yang paling populer adalah e-mail, yang bisa dipakai oleh pengguna internet untuk bertukar pesan dengan orang lain yang memiliki alamat e-mail, dan *world wide web* (*www*) yang merupakan sebuah sistem komputer yang sangat luas yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program *browser* dan dengan menyambungkan komputer pada internet. *Www* mulai tumbuh pesat setelah *browser-browser* seperti *Mosaic*, *Netscape*, dan *Explorer* muncul yang kemudian dapat diakses oleh siapa saja. Bahkan selanjutnya *browser-browser* ini semakin banyak jenisnya yang memungkinkan orang semakin mudah melakukan komunikasi dalam dunia maya.

Tidak sampai disitu saja, aktivitas komunikasi di dunia maya kini makin luas dengan hadirnya jejaring sosial seperti *Yahoo Messenger*, *Tagged*, *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Instagram* dan lain sebagainya yang semakin memudahkan setiap orang untuk saling berkomunikasi secara personal melalui internet. Apalagi media komunikasi personal seperti telepon seluler menyediakan fasilitas untuk hal tersebut. Realitas komunikasi personal melalui internet saat ini sudah merupakan aktivitas rutin sehari-hari kebanyakan orang, terutama di kota-kota dan kawasan lain di mana jaringan internet dapat digunakan. Namun semakin maraknya penggunaan internet untuk berkomunikasi secara personal, juga melahirkan cara berinteraksi dan berkomunikasi yang baru. Orang-orang yang jauh secara fisik akan menjadi dekat hanya dengan berkomunikasi dengan orang lain melalui internet. Tetapi sebaliknya justru orang yang terdekat secara fisik mulai jarang terlibat komunikasi. Di satu sisi, komunikasi personal melalui internet ini diakui banyak manfaatnya tetapi di sisi lainnya mengakibatkan semakin menurunnya interaksi fisik antar

Pola Komunikasi Dalam *Cybercrime* (Kasus *Love Scams*)

Christiany Juditha

individu yang juga mengakibatkan semakin berkurangnya tingkat keakraban dan kepekaan antar personal pada para pelakunya.

Komunikasi cenderung lebih banyak berlangsung dan dipersepsi secara verbal, sedangkan isyarat-isyarat nonverbal yang selama ini dipercaya lebih merepresentasikan kejujuran komunikasi semakin ditinggalkan. Bahkan yang kemudian juga terjadi, orang asing yang hanya dikenal melalui internet (jejaring sosial, email, dan sebagainya) begitu mudah dipercaya sehingga tanpa sadar banyak pengguna diperdaya oleh pelaku kejahatan di dunia maya. Pola-pola komunikasi yang dilancarkan oleh pelaku *cybercrime* ini yang lebih dipercaya oleh para korbannya, dibanding orang dikenal dekat yang berkomunikasi secara langsung.

Hal ini kemudian menarik untuk diteliti, bagaimana pola komunikasi yang dilakukan oleh para pelaku kejahatan (*scammers*) dan korban pada kasus *love scam*? Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan pola komunikasi yang dilakukan oleh para pelaku kejahatan (*scammers*) dan korban pada kasus *lovescam*.

Tinjauan Pustaka

Penelitian-penelitian tentang *cybercrime* di Indonesia sudah banyak dilakukan, tetapi kebanyakan penelitian-penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada tinjauan hukum. Salah satu diantaranya yang dilakukan oleh Suroso (2007) dengan judul "Kebijakan Kriminal *Cyber Crime* terhadap Anak (Tinjauan dalam Prespektif Hukum dan Pendidikan Moral)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis *cybercrime* apa saja yang berdampak negatif terhadap pendidikan moral anak dan bagaimana kebijakan kriminal saat ini dan yang akan datang terhadap *cybercrime* yang berdampak negatif terhadap pendidikan moral anak.

Martini Puji Astuti (2013) juga pernah melakukan penelitian dengan judul "Penentuan Tempus Dan *Locus Delicti* Dalam Kejahatan *Cyber Crime* (Studi Kasus Di Reskrimsus Polda Jateng)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penentuan *tempus* dan *locus delicti* dalam *cybercrime*, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan kewenangan pengadilan yang berhak untuk mengadili kejahatan *cybercrime*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa aparat penegak hukum dalam penentuan tempus dan *locus delicti cybercrime* menggunakan empat teori pidana yaitu teori perbuatan materiil, teori perbuatan akibat, dan teori perbuatan instrument, dan pengaturan kewenangan dalam mengadili kejahatan *cybercrime* diatur dalam Pasal 84, 85, dan 86 KUHAP.

Penelitian lain dilakukan oleh Rege (2009) dengan judul "*What's Love Got to Do with It? Exploring Online Dating Scams and Identity Fraud*". Penelitian ini menggambarkan bahwa jaringan *e-love* (e-cinta) telah menjamur sejak pertengahan 1990-an dan diharapkan untuk menghasilkan \$ 1.900.000.000 pada 2012. Namun, industri global ini sukses menempatkan kejahatan *cyber*, yang menimbulkan

masalah serius untuk layanan perjodohan dan *daters* di seluruh dunia. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa ada tiga dimensi yaitu teknologi, dunia maya, dan langkah-langkah melawan yang kolektif mempengaruhi organisasi kriminal dan operasi di dunia maya.

Hamsi dkk (2015) juga melakukan penelitian dengan judul "*Cybercrime over Internet Love Scams in Malaysia: A Discussion on the Theoretical Perspectives, Connecting Factors and Keys to the Problem*". Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara keseluruhan, dilihat dari empat teori; kantianisme, undang-undang dan peraturan utilitarianisme, dan kontrak sosial yang disepakati aksi *love scammers* tidak hanya melanggar hukum, tapi juga moral. Sangat penting untuk memiliki kerangka kemitraan kolaborasi yang menghubungkan kantor kedutaan dengan polisi dan departemen imigrasi untuk memerangi disalahgunakan visa pelajar. Solusi biometrik dan perusahaan anti-penipuan lainnya untuk memberlakukan sistem yang lebih ketat untuk mengamankan proses keuangan daripada untuk memudahkan pelanggan sementara mengabaikan aspek keamanan. Yang lebih penting juga adalah individu itu sendiri untuk dilengkapi diri dengan pengetahuan untuk tidak pernah berbagi informasi pribadi mereka dengan siapapun juga dengan berlatih beberapa langkah pencegahan sebelum ditipu. Dan pemerintah malaysia akan mempertimbangkan mengikuti pemerintah Burma, Kuba, China dan Korea Utara yang telah membuat akses internet mereka terbatas dengan memiliki kontrol atas mereka.

Penelitian yang dilakukan saat ini lebih memfokuskan diri pada sisi komunikasi yaitu bagaimana pola komunikasi yang terbangun dalam dunia maya. Penelitian ini sekaligus yang membedakan antara penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yaitu pada sisi hukum dan kriminalnya saja. Sedangkan penelitian ini mengkhususkan kajian pada pola komunikasi kasus *love scams* atau penipuan hubungan cinta melalui dunia maya yang dikaji secara lebih mendalam. Inilah yang menyebabkan mengapa penelitian ini penting untuk dilakukan. Karena salah satu alasannya belum pernah dilakukan sebelumnya.

Perkembangan teknologi jaringan komputer global atau internet telah menciptakan dunia baru yang dinamakan *cyberspace*, sebuah dunia komunikasi berbasis komputer yang menawarkan realitas yang baru, yaitu realitas virtual. Istilah *cyberspace* muncul pertama kali dari novel William Gibson berjudul *Neuromancer* pada tahun 1984 (Gibson, 1984 : 51). Istilah *cyberspace* pertama kali digunakan oleh Jhon Perry Barlow tahun 1990 untuk menjelaskan dunia yang terhubung langsung (*online*) ke internet. Pengertian *cyberspace* tidak terbatas pada dunia yang tercipta ketika terjadi hubungan melalui internet. Bruce Sterling (1990) mendefinisikan *cyberspace* sebagai "*the place where a telephone conversation appears to occur*" (tempat di mana percakapan telepon tampaknya terjadi). Kemudahan mengakses segala informasi dan berkomunikasi melalui

cyberspace ini melahirkan berbagai bentuk kejahatan yang dikenal dengan nama *cybercrime*. Collin Barry C. (1996) mengatakan *cybercrime* terdiri dari 2 kata yaitu *cyber* dan *crime*. *Cyber* adalah (maya) sedangkan *crime* adalah kejahatan. Sehingga jika disimpulkan mengandung arti kejahatan di dunia maya.

The U.S. Department of Justice memberikan pengertian *cybercrime* sebagai setiap tindakan ilegal yang membutuhkan pengetahuan teknologi komputer untuk melakukan berbagai, penyidikan, atau penuntutan. Sementara *Organization of European Community Development*, menyebut *cybercrime* sebagai setiap perbuatan ilegal, perilaku yang tidak etis atau tidak sah berkaitan dengan pemrosesan otomatis dan/atau transmisi data. Hampir sama dengan definisi sebelumnya, Hamzah (1989) mengartikan *cybercrime* sebagai kejahatan di bidang komputer secara umum dapat diartikan sebagai penggunaan komputer secara ilegal.

Modus *cybercrime* melalui dunia maya sangat beragam, diantaranya jika seseorang tiba-tiba mendapatkan email tentang menang lotere. Dalam praktiknya mereka biasa mencatat nama perusahaan terkenal seperti Microsoft, Coca Cola, BMW, Yahoo, bahkan Oprah Winfrey. Ada juga yang mendapat email tentang mendapatkan warisan atau proposal kerja sama/lowongan kerja/tawaran amal. Biasanya mengusung nama sebagai perusahaan berkembang dan mengajak kerjasama (Hacques, 2007).

Munculnya *cyberspace* berimplikasi pada munculnya ruang *chatting*, *e-mail*, *milis*, dan kelompok-kelompok diskusi via elektronik untuk saling berkomunikasi. Orang-orang yang tinggal di berbagai penjuru dunia yang memiliki ketertarikan yang sama dapat berkumpul untuk membicarakan topik yang menarik perhatian bersama tersebut dalam dunia maya. Fitur internet tertentu memungkinkan kita melakukan interaksi dengan cara-cara baru dan menarik. *Chat-room* atau ruang ngobrol memungkinkan kita berkomunikasi langsung dengan orang lain yang belum kita kenal. Realitas inilah yang dikenal dengan istilah hiper realitas (*hyper-reality*) atau realitas semu.

Fenomena komunikasi melalui internet sekarang ini bagi sebagian orang tampaknya lebih menarik daripada berkomunikasi secara langsung tatap muka. Gejala inilah yang oleh Walther (1996) disebut sebagai komunikasi hiperpersonal, yakni *Computer Mediated Communication* (CMC) atau komunikasi dengan perantara komputer/internet yang secara sosial lebih menarik daripada komunikasi langsung.

Perspektif CMC menurut Walther terdiri dari 3 bagian, yaitu: 1. *Impersonal* di mana masing-masing media memunculkan perbedaan derajat penerimaan substansi pesan dalam sebuah interaksi. Derajat penerimaan ditentukan oleh jumlah petunjuk informasi nonverbal yang tersedia melalui media. Artinya derajat dimana kita sebagai seorang individu memandang orang lain sebagai pribadi individu dan interaksi diantara keduanya sebagai hubungan timbal balik. 2. *Interpersonal* yaitu penanda konteks sosial berperan selaku indikator dari perilaku yang bisa diterima secara sosial, yang berasumsi bahwa terdapat aturan yang mengontrol pelaku komunikasi, baik

disadari atau tidak mengarahkan informasi yang pantas disampaikan dan pada siapa informasi disampaikan atau dalam berkomunikasi kita menyesuaikan dengan faktor sekeliling kita. Perspektif ini mengacu adanya inovasi metode menyampaikan konten emosi dalam pesan mereka dengan menggunakan simbol-simbol *emoticon* seperti deskripsi aktifitas fisik, stres, tersenyum dan lain-lain. 3. *Hyperpersonal* terjadi ketika individu menemukan bahwa mereka lebih baik mengekspresikan diri mereka sendiri pada lingkungan mediasi dimana mereka berhadapan-hadapan secara langsung dalam berinteraksi. Komunikasi *hyperpersonal* didasarkan pada empat faktor yaitu faktor Sumber Pesan (memiliki kontrol yang besar terhadap dirinya sendiri); Penerima (penerima dapat langsung menerima *feedback* yang tergantung pada pesan yang disampaikan); Saluran yang digunakan; serta *Feedback* (timbal balik yang berlangsung secara kontinu atau terus menerus dalam waktu yang lama).

CMC merupakan cara-cara di mana komunikasi melalui komputer/internet dapat lebih impersonal daripada komunikasi tatap muka (*face to face*). Walther berpendapat bahwa perspektif *hyperpersonal* dari CMC mengacu bahwa cara ini lebih pribadi bahkan (melebihi tingkat kasih sayang dan emosi) daripada komunikasi tatap muka. Ia menyatakan bahwa umumnya orang lebih menginginkan komunikasi melalui internet/komputer (CMC) daripada tatap muka. Namun pola komunikasi ini masih saja sama dengan pola dalam komunikasi konvensional (tatap muka) yang dalam prosesnya terdiri dari empat elemen yang berbeda yaitu pengirim pesan, penerima pesan, karakteristik saluran dan proses umpan balik (Barrow, 2010). Individu mengeksploitasi fitur media ini karena dapat membuat kesan terbaik mereka yang dapat menarik perhatian. Atau sebaliknya mereka dapat menangkal apa yang diinginkan oleh kontak yang berhubungan dengan mereka (Tong & Walther, 2011: 488-506). Dalam teori, Walther juga menunjukkan bahwa CMC mampu memanipulasi pesan dan informasi (*self-sensor*), serta dapat memberi kontrol yang lebih besar atas isyarat apa yang dikirim.

Selanjutnya diungkapkan, ada tiga faktor yang cenderung menjadikan *partner* komunikasi via komputer lebih menarik: (1) E-mail dan jenis komunikasi lainnya memungkinkan presentasi diri yang sangat selektif, dengan lebih sedikit penampilan atau perilaku yang tidak diinginkan dibandingkan komunikasi langsung. Dengan kata lain, individu tidak perlu repot menata perilaku visual ketika berkomunikasi melalui internet. (2) Orang yang terlibat dalam komunikasi via komputer kadang kala mengalami atribusi yang berlebihan yang di dalamnya mereka membangun kesan *stereotype* tentang *partner* mereka. Kesan-kesan ini sering mengabaikan informasi negatif, seperti kesalahan cetak, kesalahan ketik, dan sebagainya. (3) Ikatan intensifikasi bisa terjadi yang di dalamnya pesan-pesan positif dari seorang *partner* akan membangkitkan pesan-pesan positif dari rekan komunikasinya.

Walther berpendapat dalam konsep komunikasi *hyperpersonal*, CMC dapat benar-benar melebihi interaksi tatap muka (*face to face*) dalam hal itu memberi keuntungan

Pola Komunikasi Dalam *Cybercrime* (Kasus *Love Scams*)

Christiany Juditha

komunikatif tertentu termasuk dapat mengatur presentasi diri, kesatuan (kesamaan persepsi pengguna) dan berpendapat bahwa tingkat yang lebih besar dari keintiman dapat dicapai. Keuntungan dari berkomunikasi melalui CMC di situs kencan jelas juga berasal dari perspektif *hyperpersonal*. Presentasi diri dapat diedit dalam berbagai aspek baik tampilan visual (foto), serta kepribadian (pesan yang dikirim tentang diri dapat dipikirkan dengan hati-hati). Oleh karena itu kesan pertama individu membentuk orang lain melalui CMC sebenarnya mungkin lebih positif dibandingkan jika bertemu langsung. Sehingga akhirnya mendorong kemajuan hubungan lebih cepat dan berhasil daripada komunikasi tatap muka. Berkomunikasi dengan cara *hyperpersonal* sementara menggunakan situs kencan tampaknya sangat mungkin, meskipun persepsi yang awalnya mendorong hubungan mungkin memiliki konsekuensi yang tak terduga ketika orang memutuskan untuk benar-benar bertemu.

Apa yang terjadi dalam CMC juga membentuk pola baru dalam berkomunikasi. Pola komunikasi menurut Djamarah, (2004:1) diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Paparan konsep-konsep di atas mengerucut menjadi suatu kerangka konsep yang disusun dalam kategorisasi pola komunikasi CMC yang akan digunakan dalam penelitian ini (tabel 1).

Tabel 1.
Kategori Pola Komunikasi *Computer Mediated Communication* (CMC)

N	Kategori Pola Komunikasi	Keterangan
0	CMC	
1.	Impersonal	Impersonal merupakan hubungan antar pribadi yang awalnya belum mengenal satu sama lain dengan baik. Komunikasi ini merupakan interaksi orang ke orang, dua arah, verbal dan non verbal. Saling berbagi informasi dan perasaan antar individu. Ciri pola ini adalah dilakukan 2 orang; bermaksud menjadikan hubungan yang impersonal menjadi intim (memiliki kedekatan, lebih terbuka, seperti sepasang kekasih, sahabat, keluarga, suami-istri, dan lain-lain); Berkaitan dengan kualitas interaksi; Pesan yang dipertukarkan merupakan hal-hal yang pribadi sehingga menimbulkan kedalaman hubungan antar keduanya.

2. Interpersonal Komunikasi ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Saat komunikasi berlangsung, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidak serta dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

3. *Hyperpersonal* *Hyperpersonal* terjadi ketika individu menemukan bahwa mereka lebih baik dapat mengekspresikan diri mereka sendiri pada lingkungan mediasi dimana mereka berhadapan secara langsung dalam berinteraksi. Komunikasi *hyperpersonal* didasarkan pada empat faktor yaitu komunikator (memiliki kontrol yang besar terhadap dirinya sendiri), Penerima (penerima dapat langsung menerima *feedback* yang tergantung pada pesan yang disampaikan), Saluran yang digunakan serta *feedback* (umpan balik yang berlangsung secara kontinu atau terus menerus dalam waktu yang lama).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif. Analisis ini memfokuskan pada isi komunikasi yang tersurat (tampak atau *manifest*). Altheide (Kriyantono, 2009:250) mengatakan bahwa analisis isi kualitatif disebut pula sebagai *Ethnographic Content Analysis* (ECA), yaitu perpaduan analisis isi objektif dengan observasi partisipan. Periset berinteraksi dengan material-material dokumentasi atau bahkan melakukan wawancara sehingga pertanyaan-pertanyaan yang spesifik dapat diletakkan pada konteks yang tepat untuk di analisis. Dalam ECA yang harus diperhatikan adalah isi (*content*) atau situasi sosial seputar dokumen (pesan/teks) yang diriset. Proses atau bagaimana suatu isi pesan dikreasi secara aktual dan diorganisasikan secara bersama. Dan *Emergence*, yakni pembentukan secara gradual/bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi.

Salah satu yang menjadi pencatatan dan analisis dari metode analisis isi kualitatif material-material dokumentasi adalah unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah beberapa surat elektronik yang dikirimkan oleh *scammer* dan dokumentasi hasil *chatting* ataupun SMS antara *scammer* dari sejumlah korban *love scam*. Adapun pemilihan kasus *love scam* dilakukan secara acak dengan pertimbangan modus ini hampir sama. Di mana para *scammers* awalnya mengirimkan email kepada calon korban baik melalui alamat email maupun situs jejaring sosial dan lain sebagainya.

Jika hubungan ini mendapat tanggapan dan mulai akrab, *scammers* mula menjanjikan akan mengirimkan barang-barang berharga disertai bukti-bukti pengiriman. Setelah mengaku telah mengirimkan barang yang dimaksud, sang penipu bekerja sama dengan sindikatnya memperdaya korban dengan mengatakan barang sedang tertahan di bandara, bea cukai dan lain sebagainya. Korban pun disuruh untuk menebus pajak barang tersebut agar bisa segera sampai ke tujuan pengiriman. Disinilah banyak para korban yang tertipu dan merugi hingga ratusan juta rupiah. Karena uang telah dibayarkan, sementara barang yang dimaksud tidak kunjung diterima.

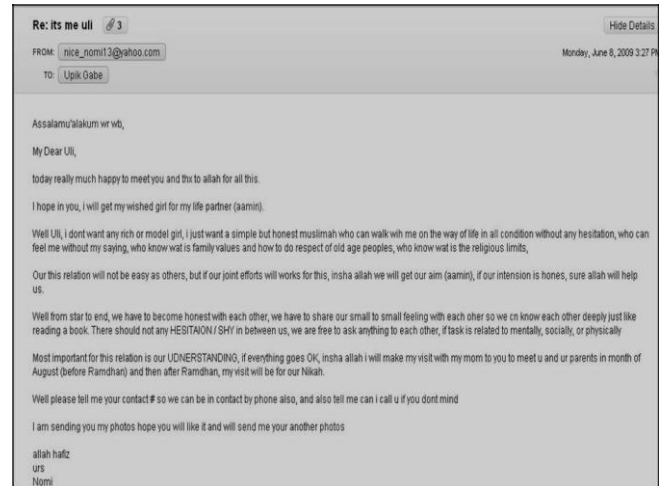
Adapun teknik pengumpulan data penelitian analisis isi kualitatif ini dengan menggunakan *codingsheet* (lembar koding) dan membuat daftar beberapa item/kategori untuk meng-*guide* periset dalam melakukan pengujian kategori dengan beberapa data dari dokumen-dokumen yang dijadikan unit analisis dan beberapa tanggapan dari sejumlah korban. Dari hasil pengumpulan data tersebut kemudian dilakukan analisis secara deskriptif dengan dilengkapi berbagai perbandingan dan kombinasi antar data yang telah ada.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil mengumpulkan data adalah beberapa surat elektronik yang dikirimkan oleh *scammer* kepada calon korban dan dokumentasi hasil *chatting* antara *scammer* dan korbannya dalam beberapa kasus *love scams*. Adapun dokumentasi teks ini dipilih beberapa kasus secara acak. Dari kasus-kasus ini kemudian disesuaikan serta dihubungkan dengan kategori pola komunikasi CMC yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *Impersonal*, *Interpersonal* dan *Hyperpersonal*.

Impersonal merupakan hubungan antar pribadi yang awalnya belum mengenal satu sama lain dengan baik. Komunikasi ini merupakan interaksi orang ke orang, dua arah, verbal dan non verbal. Saling berbagi informasi dan perasaan antar individu. Dalam kasus *love scams*, para *scammers'* awalnya mulai mengirimkan email atau pun pesan melalui *inbox* media sosial dengan kalimat-kalimat yang membuat penerimanya (khususnya perempuan) menjadi tersanjung. Dipastikan bahwa penerima pesan adalah orang yang sama sekali belum pernah dikenalnya. Memang kebanyakan para penipu ini berasal dari luar negeri. Polda Metro Jaya banyak mencokok pelaku penipuan via internet yang merupakan komplotan pria dari Afrika. Mereka umumnya warga negara Nigeria, Liberia, dan Kamerun. Dalam menjalankan tindak kejahatan penipuan itu, komplotan ini tidak bekerja sendiri. Mereka biasanya mengajak serta beberapa perempuan asli Indonesia untuk membantu memuluskan penipuan (Tempo.co, 2013). Berikut beberapa contoh pesan *scammers* yang dikirimkan melalui email kepada calon korbannya:

Hello, My name is John Walter, i look through your profile and I must say it really set an attraction to me, I would like to get to know you more better, You may write back to me as soon as possible if you wish to be my friend. Thanks Walter. (Sumber: Fey Down, Kompasiana, 2013)



Gambar 1. Surat Cinta dari pria India

(Sumber: Ulihape, Kompasiana, 2012)

Dua surat cinta di atas dikirim oleh seseorang yang mengaku bernama John Warter dan seorang lagi merupakan pria India. Surat ini ditujukan kepada calon korban yang merupakan perempuan Indonesia melalui pesan email dan satunya lagi melalui www.tagged.com, sebuah situs yang menawarkan untuk mendapatkan kenalan dan perjodohan. Saat menerima pesan seperti ini tidak sedikit para korbannya mulai menanggapi dengan membalas pesan tersebut yang ingin menjadi temannya. Karena tersanjung dengan pujian dan kata-kata manis sang *scammers*. Seperti yang diakui oleh Jelita Melati, salah seorang korban *love scam*:

Suatu waktu, saya mendapatkan email perkenalan dari seseorang bernama Alfredo dan mengaku berasal dari salah satu negeri di Eropa. Dari awal Alfredo sudah mendesak saya untuk meminta alamat YM (Yahoo Messenger) saya walau saya tidak mau karena inginnya lewat fasilitas situs dulu. Tapi Alfredo bilang dia sangat serius ingin mengenal saya dan tak ingin membuang banyak waktu. Jika saya serius pasti tidak keberatan kita untuk berchatting satu sama lain. Akhirnya karena melihat keseriusan Alfredo, saya memberikan id ym saya. (Sumber: Jelita Melati, wikimu.com, 2010).

Setelah mendapat pesan balasan dari komunikan (calon korban), pesan kedua dari si *scammer* akan dikirim dengan lebih romantis dan mulai masuk pada tahap yang lebih intim dengan bertanya apa kerjaan dan asal dari mana. Dia juga mulai memperkenalkan diri secara lebih mendalam, seperti menyebut umur, pekerjaan, dan kehidupan pribadinya.

Scammers lainnya mengaku bernama Jackson Burner yang mengajak berkenalan seorang perempuan. Ini contoh pesan-pesan si *scammer* yang mengaku seorang tentara Amerika (Sumber: Fey Down, Kompasiana, 2013).

Pesan 1 - 21 September 2013 :

Jackson Burner : "Hello Dear, How are you today, hope you are fine My Name Is Jackson Bergner. Please can we be friend? "

Pola Komunikasi Dalam *Cybercrime* (Kasus *Love Scams*)

Christiany Juditha

Saya balas : “ Sure, I like to be your friend, why not? “

Pesan 2 – 22 September 2013 :

Jackson Burner : “Thank you so much for kind of respond to me,I do appreciate your reply.how are you today hope you are fine, Please if you don't mind my dearest,I will like you to tell me more about you self. how old are you,what is your work,are you single or marry,where are you from?I wish to hear from you soon.Thanks

Saya balas : Saya balas lagi saat itu juga sambil ngibul, bahwa saya janda , pengusaha besar yang duitnya cukup buat keliling dunia.

Pesan ke 3 – 23 September 2013 :

Jackson Burner : My Dearest,

Actually I enter face book because I am searching for a wife and because of the nature of my job I cannot get the chance and time to meet people out side so I decided to use this media because I have promise my self that i will get a wife this year. As I told you I am looking for a wife, I sincerely want to tell you that since I saw your picture in the face book my heart never go out from you and it may be crazy to tell you this but honestly I think I am in love with you and would want to have you as my wife because I needed somebody to be around me now when I go back to my country. Please let me know if you will be ready to spend the rest of your life with me and if you think it cannot work for us that will not be any problem we can just be very close friends ok.

I wait for your reply.Take care and may the almighty bless you. Love you

Jika pesan-pesan di atas dikaitkan dengan pola CMC impersonal, maka memang pola ini memiliki ciri dilakukan dua orang dan tujuannya untuk menjadikan hubungan menjadi lebih intim, dan lebih terbuka seperti, dicontohkan sebagai hubungan sepasang kekasih, sahabat, keluarga, ataupun suami-istri. Dalam kasus *love scam*, pola ini juga terjadi disaat komunikasi (calon korban) terpengaruh untuk membalas pesan-pesan awal dari si *scammer*.

Setelah hubungan mulai terjalin maka pola ini mulai diarahkan pada kualitas interaksi. Dimana komunikator mulai memasang jeratan penipuannya dengan permainan kata-kata romantis. Pesan yang dipertukarkan pun mulai merupakan hal-hal yang pribadi sehingga menimbulkan kedalaman hubungan antar keduanya. Seperti nama lengkap, jenis pekerjaan, penghasilan, jumlah anak, kehidupan rumah tangga yang gagal, dan lain sebagainya. Seperti yang disebutkan Tong & Walther (2011) bahwa dalam CMC, individu mengeksplorasi fitur media ini untuk membuat kesan terbaik mereka dan menarik perhatian seperti yang diharapkan oleh keduanya sehingga terjadi hubungan timbal balik diantara keduanya.

Mengapa hubungan *scammers* dan calon korbannya kemudian menjadi begitu cepat akrab atau intim? Karena CMC merupakan cara di mana komunikasi melalui dunia maya (komputer/internet) terkesan lebih impersonal (sangat pribadi) daripada komunikasi tatap muka (*face to face*). Seperti yang diungkapkan Walther (2011) bahwa cara ini lebih pribadi bahkan (melebihi tingkat kasih sayang dan emosi) daripada komunikasi tatap muka. Sehingga umumnya orang lebih menginginkan komunikasi melalui internet/komputer daripada tatap muka.

Setiap orang mempersepsi stimuli sesuai dengan karakteristik personalnya dalam komunikasi impersonal, maka dalam ilmu komunikasi, pesan diberi makna berlainan oleh orang yang berbeda. Kata-kata tidak mempunyai makna, oranglah yang memberi makna. Komunikasi impersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Sensasi adalah proses menangkap stimuli. Persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain, persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori adalah proses menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Berfikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons.

Ketika seseorang sedang berkomunikasi dengan seorang yang tidak dikenalnya melalui dunia maya/internet seperti *yahoo messenger* maupun di *chat room* media sosial dan lainnya, seseorang itu dapat membuat sebuah persepsi mengenai lawan bicaranya dari segi tata bahasa, model tulisan, isi pembicaraan, dan lain-lain. Apabila lawan bicaranya cerdas, asik, dan nyambung, maka terbentuklah komunikasi yang efektif begitu pun sebaliknya. Selanjutnya keduanya akan terlibat interaksi yang sangat intim, bahkan sang penerima pesan tidak tahu dan tidak akan percaya kalau dia sedang masuk dalam perangkap penipuan.

Komunikasi interpersonal dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis. Umpan baliknya bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikasi ketika itu juga. Saat komunikasi berlangsung, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidak serta dapat memberikan kesempatan pada komunikasi untuk bertanya seluas-luasnya.

Pola interpersonal juga terjadi dalam kasus *love scam*. Di mana lambat laun komunikasi mulai terpengaruh dengan apa yang dikatakan oleh *scammers* (komunikator). Selain terpengaruh, sikap, pendapat dan perilaku komunikasi (calon korban) perlahan-lahan mulai berubah mengikuti apa yang dikatakan oleh *scammers*. Seperti yang dialami oleh Jelita.

Singkat kata, sudah tiga minggu kami chatting. Afredo bilang Afredo sudah merasa cocok dengan saya dan menyatakan akan menikahi saya 3 bulanan lagi. Januari tahun depan Afredo akan datang ke Indonesia dan akan tinggal selama 2-3 bulan sambil mengenal lebih jauh keluarga saya. Afredo juga meminta saya untuk memperkenalkan Afredo dengan orang tua saya. Dan akhirnya, saya berikan horn telephone saya pada orang tua saya untuk memperkenalkan Afredo setelah

sebelumnya saya ajari Afredo beberapa kata dalam bahasa Indonesia. Dari situlah saya merasa bahwa dia benar-benar serius untuk menikah dan seorang yang bertanggung jawab. (Sumber: Jelita Melati, wikimu.com, 2010).

Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik. Kegagalan komunikasi sekunder terjadi, bila isi pesan kita dipahami, tetapi hubungan di antara komunikator menjadi rusak. Anita Taylor (1997:187) mengatakan komunikasi interpersonal yang efektif meliputi banyak unsur, tetapi hubungan interpersonal adalah yang paling penting. Sehingga untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal, perlu meningkatkan kualitas komunikasi. CMC merupakan salah satu sumber dalam meningkatkan kualitas komunikasi. Apalagi komunikasi interpersonal semakin berkembang dengan adanya internet dengan berbagai fasilitas yang memungkinkan pengguna dapat berhubungan langsung. Seperti yang dialami Jelita, selain melakukan *chatting*, dia dan Alfredo (*scammers*) saling memperlihatkan diri mereka melalui *webcam*.

Seusai Afredo memperlihatkan webcame dirinya, tiba giliran saya untuk mengundang Afredo melihat webcame saya. Dan entah kenapa, mendadak internet saya langsung down. Dan ini terulang setiap kali saya usai mengundang Afredo berwebcame. Kalaupun tidak bermasalah, maksimal kurang dari 1 menit saya mau memperlihatkan webcame saya. That's it. Kami juga bertukar telephone dan Afredo meminta ijin untuk menelfon saya kapan Afredo mau. Satu hal yang selalu Afredo tekankan dari awal, Afredo selalu meminta kami jujur satu sama lain dan tidak berbohong. Afredo benar-benar seperti seorang yang serius mencari seorang pendamping hidup.

(Sumber: Jelita Melati, wikimu.com, 2010).

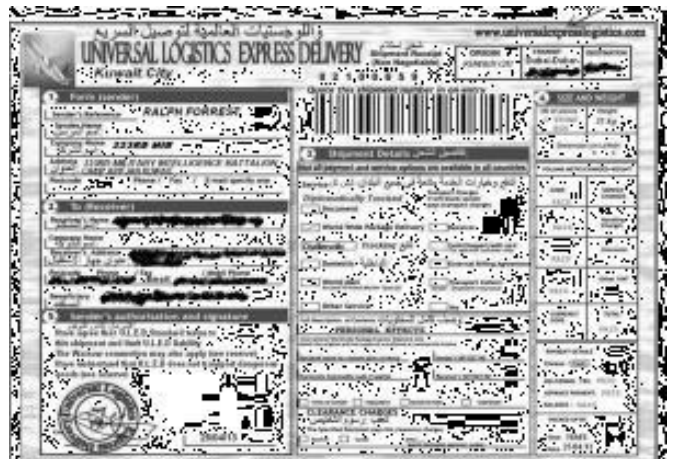
Menurut pemerhati kasus *cybercrime* Fay Down, untuk kasus-kasus *love scam*, perempuan-perempuan yang menjadi korban, tidak hanya disuguhkan surat-surat cinta tetapi juga dijanjikan hadiah-hadiah yang mengesankan seperti uang, perhiasan, rumah, barang-barang elektronik dan lain sebagainya.

Wanita mana yang tidak suka dikasih hadiah? Pasti kita semua suka dapat hadiah baik dari keluarga atau pasangan tercinta. Hal tersebut rasanya wajar saja. Sebaliknya sungguh tidak wajar kalau seorang wanita ke GR an mau dikasih hadiah mewah oleh "bule maya". Kenal cuma lewat dunia maya tapi koq mudah jatuh cinta hanya karena si pria pasang photo bule super gaaanteng yang mengaku pengusaha besar atau US Army berpangkat Jenderal.

(Sumber: Fey Down, Kompasiana, 2013).

Kasus Jackson Burner yang mengaku tentara Amerika, si *scammer* kemudian mengirim foto-foto hadiah dan tanda terima pengiriman paket yang ditujukan kepada korban seperti berlian, *iphone 5*, dan laptop. Pengiriman barang ini disertai tanda pengiriman paket yang di-*scan* pelaku kemudian dikirim melalui email atau media sosial korban. Bukti-bukti ini semakin menguatkan kepercayaan para korban untuk tidak meragukan semua yang dikatakan dan dijanjikan oleh *scammers*.

Setelah itu akan mengomunikasikan lagi kepada korban bahwa paket sudah dikirim. Namun tiba-tiba para korban mendapat email atau telpon dari orang yang mengaku petugas bea cukai, bisa dari Malaysia atau dari Indonesia yang mengatakan bahwa paket tersebut terpaksa ditahan karena belum membayar pajak. Biasanya mereka minta uang sebesar 10 juta rupiah bahkan lebih. Lalu uang minta dikirim lewat *Western Union* atau bank *account* berikut nama penerima. Biasanya sampai tahap ini si korban belum sadar jika sudah mulai masuk perangkap penipuan. Korban pun menelfon sang kekasih untuk memberi tahu soal pajak itu. Dan si dia dengan enteng akan mengatakan bayarkan saja, nanti akan diganti. Korbanpun segera mengirim uang seperti yang diminta mereka. Kadang hingga berkali-kali korban mengirimkan uang tebusan tidak hanya untuk pajak tapi juga untuk biaya asuransi dan *affidavit* (semua disertai form palsu yang dikirim via email korban), sementara paket yang dijanjikan tidak pernah sampai ke tangan korban.



Gambar 2. Tanda pengiriman paket untuk korban *love scam*

(Sumber: Fey Down, Kompasiana, 2013)

Terlihat jelas bahwa korban mulai diperdaya dalam tahap ini, dan tetap percaya kalau kekasih yang baru dikenalnya dari dunia maya masih bisa dipercaya. Apalagi bukti-bukti pendukung tetap ada. Hal ini seperti yang diungkapkan Walther (2011) di mana CMC mampu memanipulasi pesan dan informasi (*self-sensor*), serta dapat memberi kontrol yang lebih besar atas isyarat apa yang dikirim. Ini terlihat bahwa para *scammers* mampu mengendalikan keadaan dengan semua pesan manipulasinya hingga para korban terperdaya.

Lambat laun komunikasi mulai terpengaruh serta sering kali mengabaikan informasi negatif, seperti kesalahan cetak, kesalahan ketik, dan sebagainya.

Seperti beberapa bukti yang dikirimkan *scammers* untuk menguatkan tindakan 'perhatian' mereka kepada korban jika dicermati akan ditemukan kesalahan ketik dan lain sebagainya. Tetapi oleh penerima tetap diabaikan. Pola komunikasi yang terjalinpun lambat laun menjadi suatu ikatan intensifikasi, dimana bisa terjadi yang di dalamnya pesan-pesan positif dari seorang komunikan akan membangkitkan pesan-pesan positif dari rekan komunikasinya. Meski hal tersebut merupakan perangkap penipuan.

Komunikasi *hyperpersonal* terjadi ketika individu menemukan bahwa mereka lebih baik mengekspresikan diri mereka sendiri pada lingkungan mediasi dimana mereka berhadapan-hadapan secara langsung dalam berinteraksi. Komunikasi *hyperpersonal* didasarkan pada 4 faktor yaitu sumber pesan, penerima pesan, saluran dan umpan balik. Faktor sumber pesan memiliki kontrol yang besar terhadap dirinya sendiri. Pengirim pesan memiliki kemampuan lebih besar untuk mengembangkan strategis dan mengedit presentasi diri, memungkinkan presentasi selektif dan dioptimalkan dari diri sendiri kepada orang lain. Ketika *scammers* berada dalam pengaturan komunikasi dengan korban-korbannya yang sama sekali tidak tahu siapa sebenarnya mereka. Karena itu mereka umumnya mencoba dan menyampaikan unsur-unsur diri yang terbaik, termasuk kepribadian, prestasi, dan bahkan penampilan. Melalui dunia maya seperti email dan jenis komunikasi lainnya, memungkinkan presentasi diri yang sangat selektif, dengan lebih sedikit penampilan atau perilaku yang tidak diinginkan dibandingkan komunikasi langsung. Dengan kata lain, individu tidak perlu repot menata perilaku visual ketika berkomunikasi melalui internet. Dalam kasus *love scams*, tentu semua kesan yang terbaik ditampilkan oleh pelaku penipuan. Mulai kata-kata serta kalimat-kalimat yang menarik, sanjungan, pujian (memanggil *dear*, *honey*, *darling* atau *baby*) hingga perilaku yang sangat baik karena perhatian mendalam dengan mengirimkan barang-barang berharga, dilakukan oleh komunikator.

Hal ini terlihat juga dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Theda (2013) yang berjudul "*Online Dating Site Scam Modes*". Subjek dalam penelitian ini adalah X dan Y. Subjek X adalah seorang janda yang bekerja sebagai manajer di sebuah bank swasta nasional dan memiliki dua anak dan membangun hubungan dengan *scammers* sejak 2 tahun lalu. Sedangkan Y adalah seorang janda dengan dua anak dan bekerja sebagai kepala kasir di sebuah perusahaan multinasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mode yang terbentuk adalah untuk mendekati korban, pelaku menggunakan situs kencan *online*. Pertama, mereka mengenal dan ada komunikasi yang intens antara mereka. Kemudian mereka berjanji untuk saling bertemu dan menikahinya. *Scammer* mengirim dan email atau *chatting* menggunakan web untuk membuat korbannya percaya padanya. *Scammers* biasanya menghubungi korban hampir setiap hari dengan nomor telepon yang terus berubah. Biasanya memakai kode internasional Inggris (44...). Mereka juga sangat baik merayu perempuan Indonesia dengan mengatakan aku mencintaimu, aku merindukanmu. *Scammers* memanggil korban dengan berbagai nama seperti, cinta, sayang, bayi, sinar matahari, putri, ratu saya, madu, dan boneka.

Mereka juga memasang foto-foto pria bule ganteng dan mengaku bekerja di tempat-tempat yang terkesan sangat baik (seperti mengenakan seragam jenderal atau militer USA, dokter, *engineer*, marinir, general, *staff* di UN, NATO atau *businessman* biar kelihatan kaya raya dan lain sebagainya). Mereka juga membicarakan masa depan bersama, mau investasi dengan membeli rumah mewah di Indonesia. Mengajak hidup di luar negeri dengan segala kemewahan yang dijanjikan. Kemudian mulai bercerita dengan mengaku sebagai duda mengurus anak dua karena istrinya selingkuh dan seterusnya. (Sumber: Fey Down, Kompasiana, 2013).

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Whitty (2013) dengan judul "*Anatomy of the Online Dating Romance Scam*" yang menyimpulkan bahwa ada lima tahap yang berbeda dari kejahatan ini. Pada tahap pertama kriminal menciptakan profil yang menarik untuk menarik korban, di tahap 2 kriminal calon pengantin pria, meminta korban untuk mengirim uang, di tahap 3 kriminal mulai menagih dana dari korban dan di tahap 4, beberapa korban mengalami pelecehan seksual melalui *cybersex*, dan akhirnya tahap 5 adalah terjadilah penipuan tersebut dan pelaku menghilang. Penerima pesan dapat langsung menerima *feedback* yang tergantung pada pesan yang disampaikan. Saluran yang digunakan serta *feedback* (umpan balik yang berlangsung secara kontinyu atau terus menerus dalam waktu yang lama).

Penerima pesan yang sedang kesepian dan memang mencari jodoh dalam kasus *love scam*, biasanya langsung tersanjung dengan pesan tersebut dan tanpa pikir panjang biasanya melakukan umpan balik. Komunikasi secara intens pun terjalin hingga korban benar-benar terjerumus dan masuk perangkap. Seperti yang dialami oleh Latifah (nama samaran). Ketika ia mulai mengirimkan sejumlah uang tetapi paket yang dijanjikan Rashid (*scammer*) tidak pernah ia terima, Latifah tidak mau lagi mengirim uang dan mengatakan pada mereka. Hingga pada tahap di mana korban sudah tertipu sekalipun, komunikasi timbal balik masih saja berlangsung.

"Jika saya tidak bisa memiliki paket itu, silahkan kembalikan pada keluarganya. Saya sudah tidak peduli lagi dengan barang itu dan hanya ingin keluarga saya kembali seperti dulu." (Sumber: Fey Down, Kompasiana, 2013).

Pesan Latifah kemudian dibalas oleh komplotan Rashid:

"Tidak bisa nyonya! karena barang ini milik anda dan Rashid sudah membayar semuanya. Percayalah, ini tinggal satu-satunya dokumen yang harus anda tanda tangani. Jika anda tidak menerima barangnya, silahkan anda datang ke alamat ini: Irish Agency Tour 101 B, Jl. Sungai Baharu 50300 Kuala Lumpur Malaysia. Contact person Jackson William +60166471875." (Sumber: Fey Down, Kompasiana, 2013).

Saluran yang digunakan dalam media baru seperti *yahoo messenger*, *chatting room*, email dan lain-lain semakin memudahkan individu untuk melakukan komunikasi timbal balik yang berlangsung secara kontinyu. Pola *hyperpersonal* CMC mengemukakan bahwa berbagai

fitur teknologi yang ditawarkan untuk memudahkan penggunaannya membangun hubungan yang diinginkan melalui pesan-pesan yang disampaikan.

Para *scammers'* tidak ketinggalan dalam memanfaatkan saluran-saluran pesan ini untuk memuluskan aksi mereka. Ini terlihat dari tahapan yang mereka gunakan, awalnya hanya menggunakan email atau *chatting room*, setelah akrab dengan calon korban, saling menukarkan nomor telepon untuk lebih meningkatkan hubungan mereka hingga tujuan penipuan tercapai.

Saluran yang tersedia secara *online* ini menciptakan kemudahan berhubungan dengan banyak orang di berbagai belahan dunia. Meski pun kesempatan ini juga digunakan oleh para penipu dalam melancarkan aksinya. Seperti yang tergambar dalam konsep Gibson yang dikemukakan oleh Benedikt (1991:122-123) bahwa *cyberspace* adalah realita yang terhubung secara global, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artifisial, atau virtual. Setiap komputer dalam realita ini, adalah jendela, di mana akan terlihat atau terdengar objek-objek yang bukan bersifat fisik dan bukan representasi objek-objek fisik, namun lebih merupakan gaya, karakter, dan aksi pembuatan data, pembuatan informasi murni. Dalam pengertian umum sekarang ini, *cyberspace* adalah istilah komprehensif untuk *world wide web*, internet, milis elektronik, kelompok-kelompok dan forum diskusi, ruang ngobrol (*chatting*), permainan interaktif *multi-player*, dan bahkan *e-mail* (Turkle, 1995).

Feedback atau umpan balik merupakan elemen penting dalam CMC, dan kurangnya isyarat sosial dapat meningkatkan arti penting dalam pertukaran komunikasi. Tanpa umpan balik, CMC berakhir karena pengirim dan penerima harus memiliki konfirmasi perilaku dalam proses komunikasi. Selain itu, media dengan saluran komunikasi terbatas dapat menjunjung tinggi penerima interpretasi dari sebuah pesan. CMC dapat menghasilkan umpan balik intensif karena secara selektif pesan yang dikirim dan diterima secara selektif sering dipahami sebagai umpan balik positif. Kurangnya isyarat sosial dikombinasikan dengan pertukaran interaktif pesan dapat menyebabkan pembentukan kesan positif. Umpan balik yang terjadi melalui pertukaran pesan interaktif, adalah karakteristik utama dari CMC.

Apa yang terjadi dalam kasus *love scam* dengan banyaknya perempuan-perempuan Indonesia yang menjadi korban, tidak terlepas dari pola komunikasi mereka yang terjalin baik dan positif dengan para *scammers*. Bisa jadi jika tidak ada *feedback* dari penerima pesan, maka penipuan ini tidak pernah akan terjadi. Seperti kata seorang *scammer* di status *Facebook*-nya :

"Wanita-wanita yang menjadi korban bukan karena mereka bodoh, tapi karena mereka terlalu percaya pada kata-kata romantis, photo photo ganteng dan harta yang kita tawarkan. Padahal semua hanya pancingan agar mereka kirim uang." (Sumber: Fey Down, Kompasiana, 2013).

Kemajuan teknologi dengan berbagai kemudahannya ini melahirkan pola-pola baru dalam berkomunikasi. Termasuk di dalamnya komunikasi melalui internet. Apa

yang dikaji dalam kasus *love scam* ini berhubungan erat dengan apa yang disampaikan Tubbs dan Moss (2001:26) bahwa pola komunikasi dicirikan sebagai hubungan yang komplementaris atau simetris. Dalam hubungan komplementer satu bentuk perilaku dominan dari satu partisipan mendatangkan perilaku tunduk dan lainnya. Dalam simetri, tingkatan orang berinteraksi atas dasar kesamaan.

Hingga di sini terlihat bahwa proses interaksi antara para *scammers* dan korban-korbannya menciptakan struktur sistem. Bagaimana orang merespon satu sama lain menentukan jenis hubungan yang mereka miliki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa suatu pola komunikasi adalah bentuk hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yaitu gambaran langkah-langkah pada suatu aktivitas dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia sekalipun itu untuk sebuah interaksi penipuan seperti pada kasus *love scam*.

PENUTUP

Pola komunikasi CMC atau *Computer Mediated Communication* dalam *cybercrime* terdiri dari impersonal, interpersonal dan hyperpersonal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pola komunikasi impersonal dalam kasus *love scams*, awalnya para *scammers* mulai mengirimkan email atau pun pesan melalui *inbox* media sosial dengan kalimat-kalimat cinta romantis yang membuat penerimanya (khususnya perempuan) menjadi tersanjung. Dipastikan bahwa penerima pesan adalah orang yang sama sekali belum pernah dikenal sebelumnya. Adapun tujuannya untuk menjadikan hubungan menjadi lebih intim, dan lebih terbuka seperti hubungan sepasang kekasih. Disaat komunikasi (calon korban) mulai terpengaruh dan membalas pesan-pesan awal dari si *scammer* maka pola ini mulai diarahkan pada kualitas interaksi. Pesan yang dipertukarkan pun mulai merupakan hal-hal yang pribadi sehingga menimbulkan kedalaman hubungan antar keduanya.

Pola interpersonal juga terjadi dalam kasus *love scam*, dimana lambat laun komunikasi mulai terpengaruh dengan apa yang dikatakan oleh *scammers* (komunikator) baik dalam hal sikap, pendapat dan perilaku. Dalam tahap ini, korban mulai diperdaya, dan tetap percaya kalau kekasih yang baru dikenalnya dari dunia maya masih bisa dipercaya. Apalagi *scammers* berjanji memberikan hadiah disertai bukti-bukti pendukung. Pola interaksi komunikasi menjadi semakin intensif sehingga pada tahap ini sering kali komunikasi mengabaikan informasi negatif.

Komunikasi *hyperpersonal* dalam *love scam* didasarkan pada 4 faktor, yaitu sumber pesan, penerima pesan, saluran dan umpan balik. Faktor sumber pesan memiliki kontrol yang besar terhadap dirinya sendiri. *Scammers* berada dalam pengaturan komunikasi dengan korban-korbannya yang sama sekali tidak tahu siapa sebenarnya mereka. Karena itu mereka umumnya mencoba dan menyampaikan unsur-unsur diri yang terbaik, termasuk kepribadian, prestasi, dan bahkan penampilan.

Pola Komunikasi Dalam *Cybercrime* (Kasus *Love Scams*)

Christiany Juditha

Dalam kasus *love scam*, penerima pesan yang sedang kesepian dan memang mencari jodoh biasanya langsung tersanjung dengan pesan tersebut dan tanpa pikir panjang biasanya melakukan unpan balik. Komunikasi secara intens pun terjalin hingga korban benar-benar terjerumus dan masuk perangkap. Para *scammers* tidak ketinggalan dalam memanfaatkan saluran-saluran pesan ini untuk memuluskan aksi mereka. Ini terlihat dari tahapan yang mereka gunakan, awalnya hanya menggunakan email atau *chatting room*, setelah akrab dengan calon korban, saling menukarkan nomor telepon untuk lebih meningkatkan hubungan mereka hingga tujuan penipuan tercapai. Apa yang terjadi dalam *love scam* dengan banyaknya korban, karena korban melakukan *feedback* terhadap pesan-pesan *scammers*, sehingga komunikasi mereka terjalin baik dan positif.

Hasil ini juga sekaligus memberikan rekomendasi kepada masyarakat pengguna internet, khususnya yang memiliki tujuan untuk mencari jodoh melalui dunia maya untuk tidak langsung percaya dengan model hubungan seperti ini. Jika ada yang sudah menjadi korban *cybercrime* jenis *love scam* untuk segera melaporkan kasus ini kepada polisi. Di samping itu perlu adanya literasi informasi bagi setiap pengguna internet terhadap bahaya *cybercrime* baik yang dilakukan pemerintah yang berwenang, kepolisian dan komunitas pemerhati *cybercrime*.

Tidak ada pihak manapun yang mampu menghentikan kejahatan *scammers*, karena itu diri sendiri harus tetap berhati-hati dan waspada serta saling mengingatkan dan berbagi informasi dan pengalaman agar tidak menjadi korban *cybercrime*. Langkah-langkah pencegahan yang diperlukan untuk mencegah perempuan Indonesia menjadi korban penipuan melalui jejaring sosial.

Pembatasan nomor telepon selular oleh pemerintah perlu diterapkan, mengingat kemudahan serta mudahnya memperoleh nomor telepon selular menjadi salah satu pemicu kejahatan di dunia maya tetap langgeng dan terus meningkat.

Penelitian lanjutan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif perlu juga dilakukan guna mengetahui berapa banyak perempuan yang menjadi korban penipuan *love scams*.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dapat selesai karena dukungan berbagai pihak. Karena itu ucapan terima kasih diberikan mbak Fey Down (*kompasianer*) yang telah memberikan izin untuk menggunakan data-data kasus *love scams* sebagai bahan kajian dalam penelitian ini. Juga untuk para netizen yang telah berbagi cerita tentang kasus-kasus *love scams* baik yang dialami sendiri maupun yang menimpa rekan, kerabat maupun keluarga mereka. Serta semua pihak yang mendukung terselesainya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Barrow, Tim. (2010). *Hyperpersonal*. <http://blog.timebarrow.com/2010/07/cmc-hyperpersonal-walther/>, akses 2 Februari 2014.

- Benedikt, M. (1991). *Web Developer.com: Guide to Streaming Multimedia*. New York: John Wiley. Hal. 122.123.
- Bruce Sterling. (1990). *The Hacker Crackdown, Law and Disorder on the electronic Frontier*. Massmarket Paperback, electronic version available at <http://www.lysator.liu.se/etexts/hacker> akses 2 Februari 2014..
- Collin Barry C. (1996). *The Future of CyberTerrorism. Proceedings of 11th Annual International Symposium on Criminal Justice Issues*. The University of Illinois at Chicago, dikutip dari makalah Vladimir Golubev, cyber-crime and legal problems of usage network the Internet. <http://hyperpersonalmodel.blogspot.com/Wednesday,24October2012>.
- Djamarah, Bahri, Syaiful. (2004). *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*. Jakarta : PT. Reneka Cipta.
- Fey Down. (2013). *Scammer Gagal Dapat Uang Awalnya Romantis Akhirnya Sadis*. <http://sosbud.kompasiana.com/2013/10/11/scammer-gagal-dapat-uang-awalnya-romantis-akhirnya-sadis-597855.html>, akses 15 Januari 2014.
- Fey Down. (2013). *Scammer Mengaku Pengusaha Asal Dubai Telah Menipu Wanita Lugu*. <http://sosbud.kompasiana.com/2013/10/06/scammer-mengaku-pengusaha-asal-dubai-telah-menipu-wanita-lugu-596085.html>, akses 15 Januari 2014.
- Fey Down. (2013). *Scammer Gagal Dapat Uang, Awalnya Romantis Akhirnya Sadis*. <http://sosbud.kompasiana.com/2013/10/11/scammer-gagal-dapat-uang-awalnya-romantis-akhirnya-sadis-597855.html>, akses 15 Januari 2014.
- Fey Down. (2013). *"Pacar Maya" Mau kirim Hadiah Super Mewah? Seribu persen Scammer*. <http://sosbud.kompasiana.com/2013/10/30/-bule-maya-mau-kirim-hadiah-super-mewah-itu-sih-1000-persen-scammers-603875.html>, akses 15 Januari 2014.
- Fey Down. (2013). *Hati-hati Banyak Scammers Pakai Photo "Tentara/Jenderal Bule"* <http://sosbud.kompasiana.com/2013/05/02/hati-hati-banyak-scammers-pakai-photo-tentarajenderal-bule--552419.html>, akses 15 Januari 2014.
- Fey Down. (2013). *Korban Scammer : Tabungan Dikuras, Cintapun Amblas*, <http://sosbud.kompasiana.com/2013/05/24/korban-scammer-tabungan-dikuras-cintapun-amblas-558744.html>, akses 15 Januari 2014.
- Fey Down. (2014). *Seorang Single Mother Hampir Bunuh Diri Tertipu Scammer*. <http://sosbud.kompasiana.com/2014/01/12/seorang-single-mother-hampir-bunuh-diri-tertipu-scammer-623993.html>, akses 15 Januari 2014.
- Gibson, William. (1994). *Neuromancer*. New York: Ace. 51
- Hacques. (2007). *Dangerous Cyber Love Beware of Scam Artist* <http://hacques.wordpress.com/2007/12/29/dangerous-cyber-love-beware-of-scam-artist/> akses 15 Januari 2014.
- Hamsi, Ahmad Safwan, Farrah Diana Saiful Bahry, Siti Noraini Mohd Tobi, Maslin Masrom. (2015). *Cybercrime over Internet Love Scams in Malaysia: A Discussion*

- on the Theoretical Perspectives, Connecting Factors and Keys to the Problem. *Journal of Management Research ISSN 1941-899X 2015, Vol. 7, No. 2, p.169-181*. <http://www.macrothink.org/journal/index.php/jmr/article/viewFile/6938/5810>, diakses 24 September 2015.
- Hamzah, Andi. (1989). *Aspek-aspek Pidana di Bidang Komputer*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hayes, Robert. M. (2010). Cybercrime and Its Impact on New Media and Discourse. <http://www.ebookpp.com/sa/sage-encyclopedia-ppt.html>, diakses 24 September 2015.
- Iberita.com. (12 Mei 2015). Indonesia Catatkan Cyber Crime Terbesar Hingga Duduki Peringkat Dua Dunia, <http://www.iberita.com/74053/indonesia-catatkan-cyber-crime-terbesar-hingga-duduki-peringkat-dua-dunia>, diakses 24 September 2015.
- Jelita Melati. (13 Desember 2010). Hati-hati Penipuan Check Saat Mencari Jodoh!<http://www.wikimu.com/news/displaynews.aspx?id=18277>, diakses 15 Januari 2014.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 250.
- Martini Puji Astuti. (2013). Penentuan Tempus Dan *Locus Delicti* Dalam Kejahatan *Cyber Crime* (Studi Kasus Di Reskrimsus Polda Jateng). *Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang*.
- Metro TV News. (29 November 2013). Warga Negara China Penipu Melalui Internet Ditangkap. <http://www.metrotvnews.com/metronews/read/2013/11/29/5/197934/48-Warga-Negara-China-Penipu-Melalui-Internet-Ditangkap>, diakses 15 Januari 2014.
- Polri. Sat (2014). *Cyber Crime* Ungkap Penipuan Via Online. <http://www.reskrimsus.metro.polri.go.id/info/berita/sat-cyber-crime-ungkap-penipuan-via-online>, akses 15 Januari 2014.
- Rege, Aunshul. (2009). What's Love Got to Do with It? Exploring Online Dating Scams and Identity Fraud. *International Journal of Cyber Criminology (IJCC) ISSN: 0974 – 2891 July - December 2009, Vol 3 (2): 494–512*. <http://www.cybercrimejournal.com/AunshulIJCCJuly2009.pdf>, diakses 24 September 2015.
- Suroso. (2007). Kebijakan Kriminal *Cyber Crime* terhadap Anak (Tinjauan dalam Prespektif Hukum dan Pendidikan Moral). *Tesis Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang*. <http://eprints.undip.ac.id/18708/1/SUROS0.pdf>, akses 5 Februari 2014.
- Tubbs, Stewart L & Sylvia Moss. (2001). *Human Communication*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Taylor, Anita. (1997). *Comunication*, Englewood New Delhi: Prentice Hall. 187.
- Teknokompas. (16 Mei 2012). Indonesia Masuk 10 Besar Penyumbang *Cyber Crime* Terbanyak.<http://tekno.kompas.com/read/2012/05/16/09403718/Indonesia.Masuk.10.Besar.Penyumbang.Cyber.Crime.Terbanyak>, akses 15 Januari 2013.
- Tempo.com. (24 Maret 2012). Penipuan Online Komplotan Afrika Punya Cara. <http://www.tempo.co/read/news/2013/03/24/064468992/Penipuan-Online-Komplotan-Afrika-Punya-Cara>, diakses 15 Januari 2014.
- Theda Renanita, Wiriana. (2013). Online Dating Site Scam Modes. *International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2013) Sanur, Bali – November 21-22, 2013 ISBN: 978-979-9234-49-0 238 | ICEBM 2013*
- Tong, S. T., & Walther, J. B. (2011). Just say “No thanks”: Romantic rejection in computer-mediated communication. *Journal of Social and Personal Relationships 28, 488–506*.
- Tribunnews. (21 Oktober 2013). Tim Polda Babel Ringkus Empat WNA Kasus Penipuan Lewat Internet. <http://www.tribunnews.com/regional/2013/10/21/tim-polda-babel-ringkus-empat-wna-kasus-penipuan-lewat-internet>, akses 15 Januari 2014.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
- Ulihape. (2012). Email Cinta Berselimut Penipuan. <http://teknologi.kompasiana.com/internet/2012/02/06/e-mail-cinta-berselimutkan-penipuan-433322.html>, akses 15 Januari 2014.
- Walther, Joseph B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hypersonal Interaction. *Communication Research, 3-43*.
- Walther, Joseph B. (1996). Theories of Computer Mediated Communication and Interpersonal Relations. Chapter 14. http://www.sagepub.com/upm-data/42241_14.pdf, diakses 2 Februari 2014.
- Whitty, Monica T. (2013). Anatomy of the Online Dating Romance Scam. *Preprint: Security Journal, University of Leicester Dept of Media and Communication*. http://www2.le.ac.uk/departments/media/people/monica-whitty/Anatomy%20of%20the%20romance%20scam_Whitty_Security%20Journal.pdf, diakses 24 September 2015.

