



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Doxing* merupakan bentuk tindakan kejahatan siber berupa pelacakan dan penyebaran informasi pribadi yang melanggar privasi, sehingga menyediakan ruang untuk terjadinya tindak kejahatan lebih lanjut (Chen, Cheung, dan Chan, 2019). Menurut hasil riset dan studi pustaka oleh Abu Hasan Banimal, Damar Juniarto, dan Ika Ningtyas (2020), relawan Southeast Asia Freedom of Expression Network/SAFE-net mengenai *doxing* di Indonesia tahun 2017-2020, Serangan *doxing* di tahun 2020 meningkat dua kali lipat dari tahun 2019.

Di Indonesia, perlindungan mengenai data pribadi diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28G ayat (1) “setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi.” Didukung juga dengan Pasal 2 ayat c. UU Aminduk bahwa “Setiap Penduduk mempunyai hak untuk memperoleh perlindungan atas data diri.” Dari dasar hukum berikut, perlindungan atas data pribadi tiap warga negara merupakan hal yang bersifat wajib. Dalam sistem elektronik, perlindungan data pribadi diatur dalam UU ITE Pasal 26 ayat (1) UU 19/2016 yang berbunyi “Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan Orang yang bersangkutan.” Kemudian, pengertian data diri diatur dalam Pasal 1 angka 22 UU 24/2013 yaitu “data pribadi adalah data perseorangan tertentu yang disimpan, dirawat, dan dijaga kebenaran serta dilindungi kerahasiaannya.”

Seiring dengan meningkatnya serangan *doxing*, metode *cyber criminal* juga semakin beragam. Dilansir dari [mediajabodetabek.com](http://mediajabodetabek.com) (Herfiana, 2021), ada beberapa metode yang sering digunakan untuk pengambilan dan penyebaran data pribadi. Beberapa yaitu modus penipuan dengan penyamaran identitas, penipuan berkedok *voucher* diskon, modus pengambilalihan akun dari kebocoran data kartu kredit/tabungan, dan penipuan jual beli *online*. Dalam hal ini, media sosial menjadi salah satu media yang memiliki banyak celah penyebaran dan pengambilan data pribadi karena fitur dan *traffic* yang padat. Bulan November 2021 lalu, pengguna Instagram diramaikan dengan fitur baru pada Instagram *story* yaitu stiker interaktif “*add yours*”. Fitur ini memungkinkan pengguna mengikuti tren dengan meng-*upload* foto sesuai dengan kata kunci yang telah ditentukan. Dilansir dari [finance.detik.com](http://finance.detik.com) (Laucereno, 2021), salah seorang pengguna Instagram mengikuti trend *add yours* dengan kata kunci “variasi nama panggilan kamu”. Esoknya, wanita tersebut ditelepon oleh seseorang yang meminta transfer sejumlah uang. Wanita ini percaya karena penelepon memanggil dia dengan sebutan akrabnya, lalu melakukan tranfer kepada penipu tersebut.

Menurut Ipsos, sebuah perusahaan riset pasar dunia dalam Akhtar (2020), Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara yang paling banyak melakukan perilaku berbagi semua hal di media sosial. Sebanyak 15% masyarakat membagikan semua hal, 35% hal-hal penting saja, 45% beberapa hal saja, dan 5% tidak berbagi sama sekali (Wiltfong, 2013). Konten yang paling sering dibagikan adalah gambar (53%), kemudian opini (42%), status tentang kegiatan yang saat ini sedang dilakukan (37%), *link* ke artikel (36%), hal-hal yang disukai (35%) dan tentang perasaan (33%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia suka membagikan berbagai macam hal di media sosial baik hal personal atau general. Dalam Webster’s New World College Dictionary (2008), fenomena ini disebut dengan istilah *oversharing*. *Oversharing* merupakan pemberitahuan informasi secara berlebihan atau tidak sesuai dengan kondisi tertentu. Tindakan *oversharing* dapat membuka celah tindak kejahatan lebih lanjut seperti yang dialami korban penipuan dari fitur stiker *add yours* di Instagram sebelumnya.

Akibat ketidaksadaran masyarakat mengenai berbagai macam metode pengambilan data pribadi dan kelalaian meletakkan data pribadi di internet, banyak masyarakat menjadi korban dari layanan *online* dan pihak tidak bertanggung jawab yang ada di internet dan media sosial. Menurut hasil wawancara dengan Rosyid (Kasubdit Cyber Ditreskrimsus Polda Jateng), banyak korban tidak sadar bahwa data pribadinya dapat diambil saat memasukkan data tersebut pada proses pendaftaran aplikasi *handphone*, atau *website* tertentu. Dari wawancara diketahui bahwa proses penanggulangan postingan yang berkenaan dengan tindak kejahatan siber terhitung cukup lama karena melalui proses pengesahan bukti, penyidikan, dan penyelidikan. Dari 220 perkara dalam satu tahun terakhir, baru 15 perkara yang telah selesai statusnya hingga proses penyelidikan. Hal ini kurang menguntungkan bagi pihak korban karena tidak ada tindakan langsung dari kepolisian terhadap perkara yang diajukan, sementara pelaku terus berkeliaran dan unggahan dapat dilihat semua orang. Hal ini dapat menyebabkan kesengsaraan pada korban dan berpotensi menimbulkan kejahatan fisik. *Doxing* juga dapat memicu kejahatan lebih lanjut seperti *phishing*, pencurian identitas, kartu kredit/debit, peretasan, etc (SAFEnet, 2020).

Dengan mengkaji fenomena berikut, penulis melihat masalah mengenai rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia mengenai pentingnya menjaga data pribadinya di media sosial. Dan dengan penanganan dari pihak kepolisian yang masih bersifat preventif dan bertahap, perlu diadakannya solusi permasalahan yang preventif dan juga solutif, serta dapat menangani kasus dengan cepat dan tepat. Maka dari itu, penulis berupaya merancang dalam Tugas Akhir berjudul Perancangan Kampanye Digital Edukasi Mengenai Cara Penanganan *Doxing* pada Warga Jawa Tengah dan Jawa Barat usia 25-34 Tahun.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye digital edukasi mengenai *doxing* dan bagaimana cara menanganinya?

### 1.3 Batasan Masalah

Penetapan batasan-batasan masalah berdasarkan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

#### 1.3.1 Demografis

- 1) Usia : 25-34 tahun

Menurut Statista (2020), pengguna media sosial terbanyak ada pada usia 25-34 tahun.

- 2) Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

Pengguna media sosial berumur 25-34 tahun laki-laki sebanyak 20,6% dan perempuan sebanyak 14,8%. (Statista, 2020).

- 3) Status Ekonomi Sosial : SES B, A2, A1

Berdasarkan survei APJII tahun 2017 dengan judul Penetrasi Pengguna Internet berdasar level ekonomi, posisi pertama ditempati oleh SES A dengan 93,82% , dan posisi ke-2 ditempati oleh dari SES B dengan 82,95%. Kalangan yang tergolong dalam SES A2 yaitu mereka yang memiliki pendapatan berkisar di antara Rp 7.000.000-Rp 11.000.000/bulan (PERPI dalam Medcom.id, 2020). SES ini didominasi dengan golongan dewasa muda berusia 30-34 tahun. Golongan yang disebut dengan *yuppies* ini sudah terpapar dengan gaya hidup digital dan mengikuti *trend fashion*, mengerti tentang investasi, konsep kebebasan, dan paham kesehatan (Kusumawardhani, 2017). Dan kalangan yang tergolong dalam SES A2 yaitu mereka dengan pendapatan Rp 4.250.000-Rp 7.000.000/bulan. Sedangkan golongan SES B merupakan kalangan yang memiliki pendapatan Rp 2.800.000-4.250.000/bulan (PERPI dalam Medcom.id, 2020).

4) Pendidikan Terakhir :

Pengguna internet menurut tingkat pendidikan terakhir terbanyak secara runtut yaitu S2 & S3 : 88, 24%, S1: 79,23%, SMA : 70,54%. (APJII, 2017).

### 1.3.2 Geografis

Kampanye diperuntukkan untuk warga Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah. Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah pengguna internet terbanyak yaitu 35 juta jiwa. Peringkat kedua diraih Provinsi Jawa Tengah dengan 26 juta jiwa (APJII, 2020).

### 1.3.3 Psikografis

Pengguna aktif media sosial. Mengikuti berita dan *trending topic* terkini di media sosial, baik sebagai pengamat atau sebagai partisipan. Pengamat artinya orang yang memperhatikan dengan teliti, dan partisipan artinya pihak yang turut berperan dalam kegiatan tersebut (KBBI).

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan kampanye digital edukasi mengenai cara penanganan *doxing* pada warga Jawa Tengah dan Jawa Barat usia 25-34 tahun secara komunikatif, persuasif, dan informatif.

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

- 1) Manfaat bagi Penulis
  - a) Sebagai syarat kelulusan
  - b) Memberikan pengalaman penulis dalam perancangan kampanye.
  - c) Menambah ilmu dan empati penulis pada masalah *doxing* di Indonesia.
- 2) Manfaat bagi masyarakat
  - a) Mengingatkan masyarakat untuk lebih berhati-hati membagikan informasi pribadi di internet.
  - b) Memberi pengertian dan prosedur apa yang harus dilakukan jika terkena kasus *doxing*.

- c) Menginformasikan masyarakat pentingnya menghormati privasi tiap orang di internet.
- 3) Manfaat bagi universitas  
Menjadi bahan referensi dan pustaka untuk tugas akhir dan skripsi tentang perancangan kampanye.

