

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap individu pastinya ingin memiliki hubungan positif dengan orang disekitarnya, teknologi informasi di era globalisasi saat ini sangat berkembang pesat termasuk teknologi dalam aplikasi kencan. Dikutip Nurdin (2021), Sensor Tower pada tahun 2017, Indonesia menduduki peringkat ke-7 negara terbesar pengguna aplikasi. Finkel menjelaskan bahwa banyak sekali manfaat yang didapat dengan bermain aplikasi kencan, salah satunya untuk bertemu dengan orang baru guna mempersingkat proses pencarian calon pasangan sesuai dengan kriteria yang kita inginkan (Anzani et al, 2018). Namun, sangat disayangkan masih sering ditemukannya tindakan *catfishing* yang dilakukan oleh pengguna pada aplikasi kencan. Tindakan penipuan jati diri pengguna (*catfishing*), merupakan salah satu kejahatan siber yang memakan banyak korban di aplikasi kencan, dengan alibi mendapatkan teman kencan, para pelaku biasanya menipu uang dan harta para korban, hingga terjadinya pelecehan seksual dengan iming-iming soal percintaan (Putri, 2022).

Dilansir dari Kemenkominfo ditahun 2022, sebanyak 51% penduduk dunia termasuk Indonesia masih terjebak dalam kasus catfising, dimana tindakan ini menjadi modus nomor satu, hal ini membuat sebagian masyarakat memandang negatif dan tidak percaya pada aplikasi kencan. KBGO (Kekerasan Berbasis Gender Online) pada tahun 2021, menyatakan menerima sebanyak 940 kasus dari Komnas Perempuan mengenai pemalsuan identitas, hal ini meningkat 3 kali lipat dari tahun sebelumnya.

Penulis telah melakukan wawancara pendahuluan pada tanggal 5-7 Februari 2024 dengan tiga pelaku dan korban di aplikasi kencan. Dalam wawancara ini ditemukan beberapa alasan mengapa pengguna menutupi identitas atau memalsukannya, antara lain menjaga keamanan identitas dari hal-hal yang tidak

diinginkan, malu jika terlihat lingkungan pertemanan sekitarnya, serta mempermudah menarik perhatian calon pasangan. Meskipun terdapat sisi positif dalam menjaga keamanan pengguna, menurut korban yang pernah terkena kasus *catfishing* fenomena ini nyatanya dianggap tidak sah menurut hukum yang ada, serta dapat menimbulkan rasa khawatir hingga *trust issue* saat melakukan pengenalan lebih dalam. Kasus penipuan menjadi salah satu faktor banyaknya orang berfikir bahwa aplikasi kencan hanyalah tempat untuk oknum yang sedang mencari korban dengan menyalahgunakan aplikasi kencan (Junior, 2021).

Dengan adanya aplikasi kencan, sejatinya pengguna dapat bijak menggunakan aplikasi sebagaimana mestinya aplikasi tersebut dibuat, yaitu media yang diharapkan untuk membantu menyelesaikan masalah mengenai perjodohan, pengguna dapat memaksimalkan tingkat kepercayaan pada aplikasi melalui pengekspresian diri sebebas-bebasnya dengan menonjolkan sisi positif melalui minat, hobi, keahlian, dan karakteristik (Andhika, 2021). Hal ini merupakan awal bagi hubungan positif, dimana dalam aplikasi kencan ditandai dengan adanya jalinan komunikasi yang berlandaskan keterbukaan dan kejujuran pengguna saat memasang profil mereka, guna mendapatkan kriteria dengan kecocokan tinggi dalam upaya melanjutkan pengenalan lebih dalam (Fadilla, 2023).

Melalui data permasalahan dan hasil penelitian pendahuluan dengan wawancara di media sosial, penulis berfokus untuk memberi *awareness* kembali kepada pengguna untuk dengan bijak menggunakan aplikasi kencan, hal ini meliputi pencegahan dan ajakan untuk menghindari pelaku *catfishing*. Hal ini penting untuk ditingkatkan, karena tingginya pengguna aplikasi kencan dikhawatirkan dapat meningkatnya jumlah korban penipuan. Media informasi yang ada dimasyarakat mengenai *catfishing* sudah sedemikian rupa dibuat oleh Lembaga pemerintah dan sosial seperti, Kemenkominfo, KBGO, SiberKreasi dan lainnya untuk menjadi acuan pengguna, namun hingga saat pengguna masih kurang sadar mengenai pencegahan *catfishing*. Hingga saat ini belum dijumpai kampanye sosial dengan topik *catfishing* pada aplikasi kencan, dengan adanya tindakan persuasi sosial ini diharapkan dapat mengurangi korban serta pelaku *catfishing*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Adanya fenomena penipuan profil atau identitas diri oleh pengguna pada aplikasi kencan.
- b. Pandangan negatif dan ketidakpercayaan pengguna aplikasi kencan dilandaskan dari terjadinya kasus penipuan.
- c. Belum adanya kampanye yang mengajak pengguna secara bijak dan cermat dalam penggunaan aplikasi kencan sebagai pencegahan kasus *catfishing*.

Bagaimana perancangan kampanye sosial untuk mengatasi tindakan *catfishing* di aplikasi kencan?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, maka batasan masalah yang dibuat adalah sebagai berikut:

- a. Aplikasi Bumble

Menurut data dari similarweb.com (diakses pada 31 Januari 2024) memperlihatkan Bumble merupakan aplikasi kencan populer yang banyak diunduh di Indonesia. Hal ini diperkuat pada *app store* dan *playstore* yang memperlihatkan Bumble ada diperingkat teratas pada pencarian *top grossing in dating*. Hal ini menjadi fokus penulis dalam memilih Bumble sebagai target karena, sedang melambung tinggi dalam aplikasi kencan hal ini dikhawatirkan menjadi potensi akan munculnya kejahatan penipuan.

- b. Target sasaran

Dikutip Pangestina (2023), melalui survey IDN Times pada bulan Juli-September 2021, berdasarkan pengguna aplikasi kencan terbanyak di Indonesia berasal dari kota Jakarta sebanyak 35,8%, Jawa Barat 17,6%, Jawa Timur 14,1%, Jawa Tengah 8,6% Yogyakarta 7,1% dan lainnya sebesar 9,8%. Hasil survey IDN Times tersebut juga menunjukkan bahwa

55,4% pengguna ingin mencari pasangan dan 44,6% lainnya ingin mencari teman. Dilansir dari Goodstats.id (diakses pada 1 Desember 2023), di Indonesia sendiri persentase seringnya masyarakat menggunakan aplikasi kencan dengan mayoritas pengguna perempuan, dijelaskan dari total 3.113 orang, 32% diantaranya menggunakan aplikasi kencan beberapa kali dalam seminggu, dengan responden golongan berumur 25-34 sebanyak 32%, 16-24 sebanyak 31%, 35-44 sebanyak 25%, 45-54 sebanyak 19%, dan diatas 55 sebanyak 13%. Maka dari itu target sasaran dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Jenis kelamin: Perempuan (primer), Pria (sekunder)
- b. Usia: 20-30 tahun
- c. Pendidikan: S1
- d. Golongan: Semua ras, suku, dan agama
- e. Status ekonomi: SES A-B

2. Geografis

Kota: Jabodetabek

3. Psikografis

- a. Pengguna aktif aplikasi kencan, terutama dengan tujuan untuk mencari pasangan yang serius
- b. Non – pengguna yang memiliki kepedulian akan isu sosial seperti penipuan pada aplikasi kencan.
- c. Generasi yang memiliki kepercayaan akan teknologi dan informasi terbaru dalam penggunaan aplikasi kencan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang kampanye sosial untuk menginformasikan dan mengajak pengguna aplikasi kencan dalam mengatasi tindakan *catfishing*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang didapatkan dari perancangan kampanye sosial untuk mengatasi tindakan *catfishing* di aplikasi kencan, sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Memberi kesempatan penulis atau mahasiswa untuk memanfaatkan ilmu pengetahuan yang telah diberikan semasa perkuliahan dan sebagai media untuk mengasah *soft skill* serta keterampilan yang dimiliki.

b. Bagi Pengguna Aplikasi Bumble

Dengan perancangan kampanye ini diharapkan bisa mengurangi serta mengajak pengguna aplikasi kencan lebih *aware* dan bijak terhadap tindakan *catfishing* dengan tindakan cepat tanggap dalam mencegah melalui *report* dan *block* pelaku, serta menerapkan sebuah hubungan positif sebagai indikator dalam bermain aplikasi kencan yang berlandaskan keterbukaan dan kepercayaan.

c. Bagi Universitas

Dengan adanya laporan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi hasil karya yang dapat menjadi referensi terkait kampanye dan menjadi patokan dalam tugas akhir angkatan berikutnya.