

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan dua metode pengumpulan data. Seperti yang disebutkan oleh Sugiyono (2018) teknik pengumpulan data terbagi menjadi dua yaitu kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang berfokus pada memahami fenomena yang diteliti melalui deskripsi dan analisis naratif dari data yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif menggunakan metode seperti observasi dan wawancara untuk memahami situasi dan perilaku dengan lebih spesifik. Dan metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data berupa angka atau statistik untuk mengukur variabel dan menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif menggunakan metode seperti survei dan eksperimen untuk mengumpulkan data yang dapat diukur secara numerik.

3.1.1 Metode Kualitatif

Gill dkk (2018), metode kualitatif dalam penelitian memiliki pendekatan mendalam untuk memahami fenomena sosial dan perilaku manusia. Pendekatan ini meliputi berbagai teknik, seperti observasi, wawancara, *focus group*, analisis dokumen, studi kasus, analisis tekstual, dan etnografi. Penulis menggunakan metode wawancara dan *focus group discussion*. Wawancara memberikan kesempatan bagi peneliti untuk berinteraksi langsung dengan subjek penelitian dan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pandangan, pengalaman, atau persepsi mereka. Dan *focus group discussion* memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan dari sekelompok orang terkait topik yang diteliti.

3.1.1.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan kedua narasumber, yaitu seorang CEO *event organizer* bernama Ir. Eko Prabowo, M.sc.,MBA pada hari Senin, 6 Mei 2024, di Multimedia Nusantara Polytechnic. Wawancara ini diselenggarakan dengan tujuan untuk mendapatkan pandangan lebih luas dari sudut *event organizer* terkait dengan topik yang sedang diteliti. Dengan mengambil perspektif dari bidang *event organizer*, diharapkan wawasan yang diperoleh dari pak Eko Prabowo dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai aspek-aspek kerugian dari penipuan tiket konser. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan salah satu korban, yaitu Allisya Zahra Ali, pada 29 Februari 2024, melalui platform Video Call WhatsApp.

1) Wawancara kepada pak Ir.Eko Prabowo,M.sc.,MBA

Menurut Pak Eko Prabowo, penipuan tiket konser dapat berdampak pada citra dan reputasi sebuah *event organizer*. Ketika penonton menjadi korban penipuan, mereka merasa kecewa dan merasa kepercayaan mereka telah disalahgunakan, yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan dan kehilangan kepercayaan dari *event* tersebut. Selain itu, penipuan tiket juga dapat menyebabkan kerugian finansial bagi penyelenggara acara dan bahkan menghadapi konsekuensi hukum maupun sosial. Pak Eko Prabowo juga melakukan upaya pencegahan tiket konser dengan memperkuat kontrol tiket dan verifikasi identitas. Penyelenggara acara menggunakan sistem barcode, atau menerapkan sistem verifikasi identitas yang ketat pada pintu masuk dengan melakukan *double checking*. Langkah-langkah ini tidak hanya membantu mencegah penipuan tiket, tetapi juga dapat meningkatkan keamanan keseluruhan acara dengan memastikan bahwa hanya pemegang tiket yang sah yang diizinkan masuk. Sebagai *event organizer*, Pak Eko Prabowo memiliki strategi dan protokol khusus untuk menangani insiden penipuan tiket konser yang terjadi

sebelum atau selama acara. Salah satu strategi utamanya adalah bekerja sama dengan lembaga penegak hukum. Pak Eko Prabowo juga memiliki tim customer service yang tersedia selama acara untuk membantu penonton yang mengalami kendala dengan tiket atau menjadi korban penipuan tiket. Pak Eko Prabowo juga bekerja sama dengan mitra dan sponsor acara untuk menyertakan pesan kesadaran tentang penipuan tiket dalam promosi mereka. Ini dapat mencakup kampanye bersama, iklan, atau materi promosi lainnya yang disebarluaskan kepada khalayak yang lebih luas dengan membagikan informasi tentang tanda-tanda tiket palsu, risiko yang terkait dengan membeli tiket dari sumber yang tidak resmi, dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk menghindari menjadi korban penipuan.

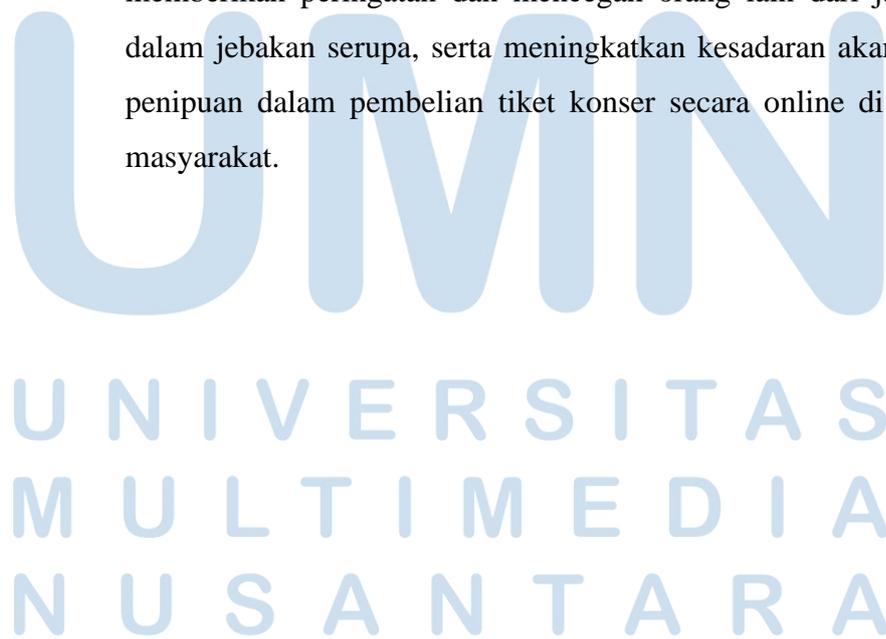


Gambar 3. 1 Wawancara dengan Ir. Eko Prabowo, M.Sc, MBA

2) **Wawancara dengan Allisya Zahra Ali**

Allisya, seorang mahasiswi yang sangat mencintai lagu Niki, menceritakan pengalamannya ketika dia menjadi korban penipuan dalam pembelian tiket konser. Dia membagikan kisah pilu yang dialaminya saat menghadiri konser Niki yang diadakan pada 27 September di JIExpo Kemayoran. Sejak lama, Allisya telah

menantikan momen tersebut untuk dapat menyaksikan secara langsung penampilan penyanyi idolanya. Namun, perasaan antusiasnya yang tinggi seketika berubah menjadi kekecewaan ketika dia menemukan bahwa tiket yang telah dibelinya melalui WTS (*want to sell*) tidak sah, meskipun dia terpaksa membeli tiket konser diluar *website* resmi dikarenakan tiket yang terjual sudah *sold out* atau habis terjual. Namun, yang membuat situasinya lebih buruk, Allisya menemukan bahwa penjual tiket langsung memblokirnya setelah dia mengetahui bahwa tiket yang diberikan tidak sah. Upaya Allisya untuk menghubungi penjual tiket tersebut sia-sia karena penjual tersebut tidak lagi dapat dihubungi. Kerugian finansial yang dideritanya cukup besar, Allisya mengalami kerugian sebesar Rp2.000.000 dikarenakan ia membeli 2 tiket konser. Kejadian ini tidak hanya meninggalkan Allisya dengan perasaan frustrasi yang besar, tetapi juga menjadi pelajaran tentang betapa pentingnya berhati-hati dan kewaspadaan dalam melakukan transaksi *online*, terutama dalam konteks pembelian tiket konser. Dengan berbagi pengalaman ini, Allisya berharap dapat memberikan peringatan dan mencegah orang lain dari jatuh ke dalam jebakan serupa, serta meningkatkan kesadaran akan risiko penipuan dalam pembelian tiket konser secara online di tengah masyarakat.



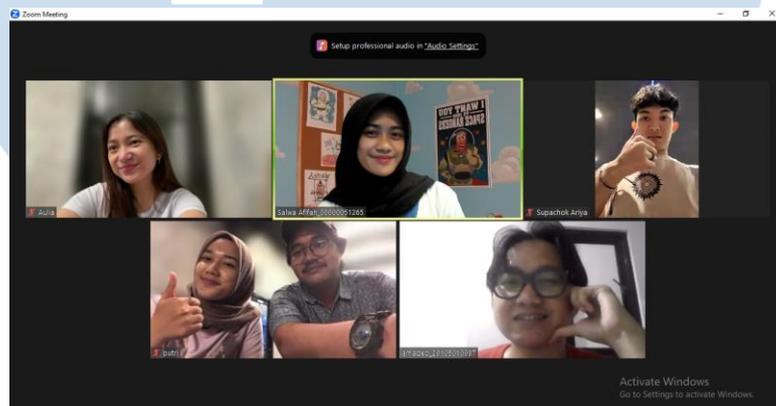


Gambar 3. 2 Wawancara dengan Allisya Zahra

3.1.1.2 *Focus Group Discussion*

Pada hari Jumat, 1 Maret 2024, penulis menyelenggarakan *focus group discussion* dengan empat narasumber, yaitu Aulia Putri, Ruhaida, Aryaduta, dan Amadeo Alhamdi, melalui aplikasi Zoom. *Focus group discussion* ini diadakan dengan tujuan untuk mendapatkan berbagai perspektif dari sudut pandang orang lain. Dalam *focus group discussion* tersebut, Ruhaida secara pribadi berbagi pengalaman tentang menjadi korban penipuan tiket konser. Ia mengungkapkan bahwa dalam pengalaman pribadinya, ia pernah terjerat dalam penipuan di mana pelaku menggunakan pemalsuan KTP untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Pihak penipu memberikan tiket palsu bersama dengan identitas palsu, membuatnya percaya bahwa transaksi tersebut sah. Namun, saat tiba di tempat konser, ia mengetahui bahwa tiket yang diberikan adalah palsu, saat ingin melacak penjualnya, identitas penjual tersebut juga merupakan identitas palsu. Hal ini menyebabkan kerugian finansial dan emosional baginya. Aulia Putri juga memberikan pandangan tentang dampak finansial dan emosional dari menjadi korban penipuan tiket konser. Dia menyampaikan bahwa kerugian finansial dapat berupa uang yang hilang akibat pembelian tiket palsu, sementara dampak emosionalnya meliputi kekecewaan, rasa frustrasi, dan

hilangnya kepercayaan terhadap industri hnan. Hal ini dapat mempengaruhi kesejahteraan mental dan finansial seseorang dalam jangka panjang. Diskusi ini dilanjutkan dengan Amadeo dan Aryaduta yang memberikan saran-saran untuk pencegahan penipuan tiket konser. Dia menekankan pentingnya untuk mengecek sumber resmi, memverifikasi keaslian tiket dengan memeriksa nomor seri atau fitur keamanan lainnya yang diberikan oleh penyelenggara konser. Dan mengetahui tanda-tanda penipuan seperti ketidakjelasan dalam informasi, kesalahan ejaan, atau permintaan pembayaran melalui metode yang tidak biasa.



Gambar 3. 3 Focus Group Discussion

3.1.1.3 Kesimpulan

Berdasarkan *event organizer*, mereka menyadari bahwa penipuan tiket konser dapat merusak citra dan reputasi acara. Oleh karena itu, mereka mengambil langkah-langkah pencegahan yang meliputi kerja sama dengan lembaga penegak hukum, pelayanan pelanggan yang sudah tersedia selama acara konser berlangsung, dan kampanye kesadaran melalui media sosial, situs web, dan pesan pada tiket. Upaya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang penipuan tiket konser di antara para pengunjung dan penonton acara, sehingga mereka dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk melindungi diri mereka sendiri dan menghindari menjadi korban penipuan. Melalui

pengalaman pribadi Allisya Zahra Ali, kita dapat melihat betapa besar kerugian finansial yang dialami oleh korban penipuan tiket konser. *Focus group discussion* juga memberikan wawasan tambahan tentang cara pelaku penipuan menggunakan pemalsuan identitas dan tiket palsu serta dampak finansial yang dialami korban. Sementara itu, saran-saran dari peserta *focus group discussion* menekankan pentingnya untuk memverifikasi keaslian tiket dan mengetahui tanda-tanda penipuan sebagai langkah pencegahan yang efektif. Dengan demikian, kesadaran akan risiko penipuan dalam pembelian tiket konser perlu ditingkatkan melalui pendidikan dan media informasi untuk melindungi remaja dari kerugian yang serupa di masa depan.

3.1.2 Kuesioner

Penulis membagikan kuesioner untuk mengumpulkan pandangan dari berbagai responden, termasuk mereka yang pernah menjadi korban penipuan tiket konser dan yang belum pernah mengalaminya, serta menganalisis sejauh mana kesadaran masyarakat tentang penipuan tiket konser, dan persepsi mereka terhadap risiko yang terlibat. Kuesioner ini dibagikan sesuai dengan batasan masalah yang telah ditentukan. Penulis menyebarkan kuesioner ke beberapa *platform* yaitu Instagram, X, Line, dan juga Whatsapp. Penulis menggunakan rumus slovin dalam menyebarkan kuesioner ini, berikut merupakan penjabarannya:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

N= Jumlah seluruh populasi

10,560,000

$$n = \frac{10,560,000}{1 + 10,560,000 \cdot (0,01)}$$

n = 99.908.

Setelah mengumpulkan data, hasil reset yang diperoleh adalah 99,908. Angka ini kemudian dlatkan menjadi 100 responden oleh penulis.

Tabel 3. 1 Tabel Demografis

Keterangan	Kategori	Persentase
Usia	16-20 Tahun	17,8%
	21-25 Tahun	65,3%
	26-30 Tahun	16,8%
Jenis Kelamin	Perempuan	72,3%
	Laki-laki	27,7%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	59,4%
	Karyawan	35,6%
	Wiraswasta	3%
	Lainnya	2%

Dari 101 responden yang telah dikumpulkan, mayoritas dari responden, sebanyak 66 orang berusia 21-25 tahun, diikuti oleh kelompok usia 16-20 tahun yang sebanyak 18 orang, dan usia 26-30 tahun sebanyak 17 orang. Dari segi jenis kelamin, perempuan mendominasi dengan 73 orang dari total responden, sementara laki-laki hanya sebesar 28 orang. Dalam hal pekerjaan, mayoritas responden yaitu 60 orang adalah pelajar/mahasiswa, diikuti oleh 36 karyawan dan sebagian kecil adalah wiraswasta yaitu 3 orang dan lainnya 2 orang yaitu merupakan rumah tangga.

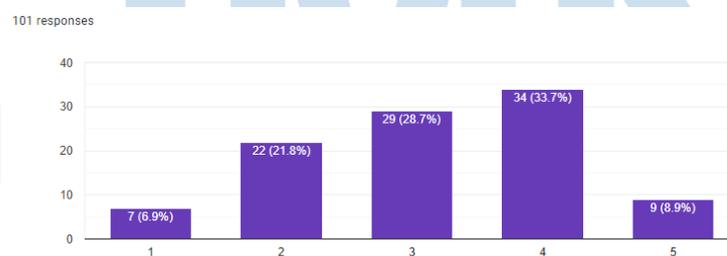
Tabel 3. 2 Tabel Data Mengenai Konser

Keterangan	Kategori	Persentase
Mendatangi sebuah konser	Ya	98%
	Tidak	2%
Alasan mengikuti sebuah konser	Menikmati penampilan langsung dari artis atau band favorit	88,1%
	Update di sosial media	3%
	Menciptakan kenangan berharga bersama teman atau keluarga	7,9%
	Lainnya (mengamati perilaku sekitar)	1%
Merasa tergoda untuk membeli tiket konser secara impulsif karena merasa takut	Sangat sering	16,8%
	Terkadang	64,4%
	Tidak pernah	18,8%

ketinggalan oleh orang lain		
-----------------------------	--	--

Dari 101 responden pada table diatas, Sebagian besar responden, sebanyak 99 orang (98%), telah menghadiri sebuah konser, sementara hanya 2 orang (2%) yang tidak pernah melakukannya. Alasan utama mengikuti sebuah konser adalah untuk menikmati penampilan langsung dari artis atau band favorit, yang disebutkan oleh 89 orang (88,1%) dari total responden. Hanya sebagian kecil yang mengikuti konser karena ingin update di media sosial yaitu sebesar 3 orang (3%), sedangkan menciptakan kenangan berharga bersama teman atau keluarga sebanyak 8 orang (7,9%), atau alasan lainnya seperti mengamati perilaku sekitar yaitu 1 orang (1%).

Sehubungan dengan kecenderungan membeli tiket konser secara impulsif, sebagian besar responden yaitu 65 orang mengaku terkadang merasa tergoda untuk melakukannya, diikuti oleh yang mengaku sangat sering merasa tergoda sebesar 17 orang (16,8%), sementara 19 orang (18,8%) menyatakan bahwa mereka tidak pernah merasa tergoda untuk membeli tiket konser secara impulsif.



Gambar 3. 4 Diagram Pengaruh FOMO

Diagram ini menunjukkan bahwa 6,9% responden menyatakan bahwa mereka tidak terpengaruh oleh FOMO saat melihat teman-teman atau orang lain menghadiri konser atau acara musik yang sedang populer. Hal ini

menunjukkan bahwa mereka memiliki tingkat kemandirian yang tinggi dan tidak terlalu dipengaruhi oleh tekanan sosial. Ini menunjukkan bahwa meskipun mereka tidak sepenuhnya tergoda oleh tekanan sosial untuk mengikuti tren, namun mereka masih merasa sedikit tertarik atau ingin memperhatikan apa yang sedang terjadi. Sebanyak 21,8% responden merasa sedikit terpengaruh, Hal ini mengindikasikan bahwa mereka merasa cukup dipengaruhi oleh kebutuhan untuk ikut serta dalam apa yang sedang tren atau populer, meskipun mungkin mereka tidak selalu bertindak sesuai dengan dorongan tersebut. Sementara 28,7% menyatakan bahwa mereka lumayan terpengaruh, Hal ini mengindikasikan bahwa mereka merasa cukup dipengaruhi oleh kebutuhan untuk ikut serta dalam apa yang sedang tren atau populer, meskipun mungkin mereka tidak selalu bertindak sesuai dengan dorongan tersebut. Sebanyak 33,7% responden mengaku terpengaruh, menunjukkan bahwa mereka cenderung lebih sensitif terhadap tekanan sosial untuk ikut serta dalam acara-acara populer atau konser yang sedang tren. sementara 8,9% lainnya menyatakan bahwa mereka sangat terpengaruh oleh FOMO dalam situasi tersebut. Ini menandakan bahwa mereka mungkin merasa sangat tertekan atau tidak nyaman ketika merasa tertinggal dari apa yang sedang menjadi perbincangan atau tren di antara teman-teman mereka.

Tabel 3. 3 Tabel Pembelian Tiket Konser

Keterangan	Kategori	Persentase
Membeli tiket konser dari sumber atau platform penjualan yang tidak resmi	Ya, beberapa kali	13,9%
	Pernah, sekali atau dua kali	67,3%
	Tidak pernah	18,8%

Dari data yang diperoleh, terlihat bahwa 14 orang (13,9%) dari responden telah membeli tiket konser dari sumber atau platform penjualan

yang tidak resmi beberapa kali dalam masa lalu. Mayoritas responden, sebanyak 68 orang (67,3%), mengaku pernah melakukan pembelian semacam itu, meskipun hanya sekali atau dua kali. Sementara itu, sebanyak 19 orang (18,8%) dari responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah membeli tiket konser dari sumber atau platform penjualan yang tidak resmi. Hal ini menunjukkan adanya pola perilaku yang bervariasi di antara responden terkait dengan kepercayaan mereka terhadap sumber pembelian tiket konser.

Tabel 3. 4 Tabel Alasan Membeli Tiket Konser Diluar Situs Resmi

Keterangan	Kategori	Persentase
Alasan membeli tiket konser dari sumber atau platform yang tidak resmi?	Harga lebih murah	15,8%
	Tiket dari sumber resmi sudah habis terjual	47,5%
	Kemudahan akses atau transaksi	15,8%
	Dorongan impulsif atau FOMO	5,9%
	Dibelikan oleh teman	1%
	Alasan lain (tidak pernah)	14%

Sebagian responden memiliki alasan yang beragam untuk membeli tiket konser dari sumber atau platform yang tidak resmi. Sebanyak 15,8% dari mereka melakukannya karena harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan tiket dari sumber resmi. Sementara itu, mayoritas responden, sebanyak 47,5%, memilih untuk membeli tiket dari sumber tidak resmi karena tiket dari sumber resmi sudah habis terjual. Kemudahan akses atau transaksi juga menjadi pertimbangan bagi sekitar 15,8% dari responden. Selain itu, sebagian kecil responden, sekitar 5,9%, mengakui bahwa dorongan

impulsif atau FOMO mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli tiket dari sumber tidak resmi. Sedangkan hanya sekitar 1% responden yang membeli tiket konser karena dibelikan oleh teman mereka. Ada juga sebagian responden, sekitar 14%, yang menyebutkan alasan lain untuk membeli tiket dari sumber tidak resmi atau menyatakan bahwa mereka tidak pernah melakukannya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain, yang mungkin belum tercakup dalam pilihan yang diberikan, juga memengaruhi keputusan pembelian tiket konser dari sumber yang tidak resmi bagi sebagian orang.

Tabel 3. 5 Tabel Jenis Penipuan Tiket Konser

Keterangan	Kategori	Persentase
Mengalami penipuan atau masalah terkait pembelian tiket konser dari sumber yang tidak resmi?	Ya	57,4%
	Tidak	42,6%
Jenis penipuan atau masalah yang dialami	Tiket palsu atau tidak valid	9,9%
	Tidak mendapatkan tiket setelah pembayaran	31,7%
	Tidak pernah	52,5%
	Masalah lain	5,9%

Mayoritas responden, sebanyak 57,4%, mengalami penipuan atau menghadapi masalah terkait dengan pembelian tiket konser dari sumber yang tidak resmi. Dari responden yang mengalami masalah tersebut, sebanyak 9,9% menyatakan bahwa mereka mendapatkan tiket palsu atau tidak valid

setelah pembelian. Sementara itu, 31,7% dari mereka tidak mendapatkan tiket sama sekali setelah melakukan pembayaran. Sedangkan sebagian besar, sekitar 52,5% dari responden yang mengalami masalah, menyatakan bahwa mereka tidak pernah mengalami masalah terkait pembelian tiket konser dari sumber yang tidak resmi. Hanya sekitar 5,9% dari responden yang menghadapi masalah tersebut mengungkapkan bahwa mereka mengalami masalah lain seperti tiket tidak sesuai dengan konser yang diadakan, pengambilan tiket dari sumber tak resminya lama dan penjual yang kabur.

Tabel 3. 6 Tabel Pembelian Tiket Resmi dan Tiket Sumber Tidak Resmi

Keterangan	Kategori	Persentase
Jika semisal kalian sangat mengidolakan band dan ternyata band tersebut mengadakan konser di Indonesia, lalu kalian tidak mendapatkan tiket dari sumber resmi, apakah kalian akan mencari tiket dari sumber tidak resmi?	Ya, saya akan mencari tiket dari sumber tidak resmi demi kesempatan untuk menyaksikan penampilan langsung band idola saya.	28,7%
	Tidak, saya akan menunggu atau mencari alternatif lain untuk mendapatkan tiket dari sumber resmi, meskipun itu berarti harus menunggu untuk konser selanjutnya.	13,9%
	Tergantung pada seberapa pentingnya bagi saya untuk menghadiri	41,6%

	<p>konser tersebut, saya mungkin akan mencari tiket dari sumber tidak resmi jika tidak ada pilihan lain yang tersedia.</p>	
	<p>Saya tidak yakin, saya akan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum membuat keputusan, seperti keamanan dan keandalan tiket dari sumber tidak resmi, serta nilai etis dari tindakan tersebut.</p>	15,8%
<p>Seberapa sering anda mencari informasi tentang keamanan atau reputasi penjual tiket konser sebelum memutuskan untuk membeli dari mereka?</p>	<p>Selalu, saya selalu mencari informasi sebanyak mungkin</p>	53,5%
	<p>Kadang-kadang, tergantung pada situasi dan waktu</p>	29,7%%
	<p>Jarang, saya hanya melakukannya jika saya merasa perlu</p>	15,8%
	<p>Tidak pernah, saya tidak pernah</p>	1%

	memperhatikan hal tersebut	
Apakah anda merasa risiko pembelian tiket di luar situs resmi sepadan dengan potensi keuntungan atau penghematan yang mungkin Anda dapatkan?	Ya, risikonya sepadan dengan manfaatnya	22,8%
	Mungkin, tapi terkadang risikonya masih terlalu besar	57,4%
	Tidak, risiko terlalu besar dibandingkan dengan manfaatnya	19,8%
Jika tidak, apakah anda pernah melihat kasus seseorang membeli tiket konser dari sumber yang tidak resmi?	Ya	95%
	Tidak	5%
Darimana anda melihat kasus tersebut?	Social media (Instagram, Youtube, X, Tiktok, dll)	89,1%
	Televisi	5,9%
	Berita	1%
	Dari teman	3%
	Langsung didepan mata	1%
Menurut anda, mengapa penipuan tiket bisa atau banyak terjadi di kalangan masyarakat?	Karena tingginya permintaan tiket untuk acara-acara populer, yang menciptakan peluang bagi penipu	66,3%

	untuk memanfaatkan situasi tersebut.	
	Karena kurangnya kesadaran dan pendidikan masyarakat tentang cara mengidentifikasi sumber penjualan tiket yang resmi dan aman.	17,8%
	Karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang cara mengenali sumber penjualan tiket yang sah, hal ini meningkatkan kerentanan terhadap penipuan tiket di kalangan mereka.	15,8%

Berdasarkan hasil survei, terlihat bahwa sebagian besar responden (41,6%) akan cenderung mencari tiket dari sumber tidak resmi jika mereka tidak mendapatkannya dari sumber resmi untuk menghadiri konser band idola mereka. Hal ini menunjukkan seberapa besar hasrat dan keinginan mereka untuk menyaksikan penampilan langsung dari band yang mereka kagumi. Meskipun demikian, sebagian responden (15,8%) juga menyatakan bahwa mereka akan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti keamanan dan keandalan tiket, serta nilai etis dari tindakan tersebut, sebelum membuat keputusan.

Terkait dengan pertanyaan tentang pencarian informasi terkait keamanan atau reputasi penjual tiket konser sebelum membeli dari mereka, mayoritas responden (53,5%) mengaku selalu mencari informasi sebanyak mungkin sebelum melakukan pembelian. Sementara sebagian lainnya (29,7%) mengatakan bahwa mereka hanya melakukannya kadang-kadang, tergantung pada situasi dan waktu.

Meskipun banyak yang tertarik untuk mencari tiket dari sumber tidak resmi untuk menghadiri konser, sebagian besar responden (57,4%) menganggap bahwa risiko pembelian di luar situs resmi terkadang masih terlalu besar dibandingkan dengan manfaatnya. Hanya sebagian kecil (22,8%) yang menganggap bahwa risiko tersebut sepadan dengan potensi keuntungan atau penghematan yang mungkin mereka dapatkan.

Selanjutnya, sebagian besar kasus pembelian tiket dari sumber tidak resmi terdeteksi melalui media sosial (89,1%), menunjukkan peran dari platform-platform ini dalam menyebarkan informasi terkait dengan penjualan tiket konser. Hal ini menegaskan pentingnya untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi masyarakat tentang risiko penipuan tiket serta cara mengenali sumber penjualan tiket yang resmi dan aman.

Menurut responden, salah satu alasan utama mengapa penipuan tiket sering terjadi di kalangan masyarakat adalah karena tingginya permintaan tiket untuk acara-acara populer, yang menciptakan peluang bagi penipu untuk memanfaatkan situasi tersebut (66,3%). Selain itu, kurangnya kesadaran dan pendidikan masyarakat tentang cara mengidentifikasi sumber penjualan tiket yang resmi dan aman juga dianggap sebagai faktor penyebab (17,8%). Kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang cara mengenali sumber penjualan tiket yang sah juga dianggap sebagai faktor penting dalam meningkatkan kerentanan terhadap penipuan tiket di kalangan mereka (15,8%).

Tabel 3. 7 Tabel Media Informasi

Keterangan	Kategori	Persentase
Bagaimana menurut anda media informasi secara spesifik dapat memberikan dampak positif dalam mengurangi insiden penipuan tiket dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pembelian tiket dari sumber yang sah dalam konser musik?	Media informasi dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang tanda-tanda penipuan tiket dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk menghindari risiko tersebut.	47,5%
	Media informasi dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sumber penjualan tiket yang sah dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya memverifikasi keabsahan tiket sebelum pembelian.	21,8%
	Media informasi dapat mengubah perilaku pembelian masyarakat, mendorong mereka untuk lebih berhati-hati dan bijaksana dalam memilih sumber pembelian tiket.	20,8%

	Media informasi dapat membantu dalam menciptakan lingkungan yang lebih aman dan transparan dalam industri hnan, serta meningkatkan perlindungan konsumen terhadap penipuan tiket.	9,9%
Apakah anda merasa perlu adanya edukasi atau informasi lebih lanjut tentang cara melindungi diri dari penipuan dalam pembelian tiket konser di luar situs resmi?	Sangat setuju, saya merasa perlu mendapatkan informasi lebih lanjut	62,4%
	Setuju, saya akan menghargai tambahan informasi tersebut	35,6%
	Tidak setuju, saya merasa sudah cukup mengerti dan tidak perlu informasi tambahan	2%

Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa media informasi memiliki potensi besar dalam mengurangi insiden penipuan tiket dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pembelian tiket dari sumber yang sah dalam konser musik. Mayoritas responden (47,5%) percaya bahwa media informasi dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang

tanda-tanda penipuan tiket dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk menghindari risiko tersebut. Selain itu, 21,8% responden menganggap bahwa media informasi dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sumber penjualan tiket yang sah, sedangkan 20,8% responden menyatakan bahwa media informasi dapat mengubah perilaku pembelian masyarakat menjadi lebih berhati-hati dan bijaksana.

Selain itu, mayoritas responden (62,4%) merasa perlu mendapatkan informasi lebih lanjut tentang cara melindungi diri dari penipuan dalam pembelian tiket konser di luar situs resmi, sementara 35,6% responden mengatakan bahwa mereka akan menghargai tambahan informasi tersebut.

Dari hasil ini, dapat dilihat bahwa terdapat dukungan yang kuat untuk media informasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penipuan tiket dan pentingnya membeli tiket dari sumber yang sah. Selain itu, mayoritas masyarakat juga merasa perlu mendapatkan edukasi atau informasi lebih lanjut tentang cara melindungi diri dari penipuan dalam pembelian tiket konser di luar situs resmi. Oleh karena itu, media informasi yang efektif dan menyeluruh dapat berperan penting dalam menciptakan lingkungan yang lebih aman dan transparan dalam industri hrn serta meningkatkan perlindungan konsumen terhadap penipuan tiket.

3.1.2.1 Kesimpulan Kuesioner

Dari hasil survei, dapat disimpulkan bahwa alasan utama orang membeli tiket konser dari sumber atau platform yang tidak resmi adalah karena tiket dari sumber resmi sudah habis terjual, yang mencapai 47,5% dari responden. Selain itu, harga lebih murah juga menjadi faktor yang signifikan dengan 15,8% responden memilihnya sebagai alasan utama. Kemudahan akses atau transaksi juga memiliki pengaruh dengan persentase yang sama, yaitu 15,8%.

Alasan lain seperti dorongan impulsif atau FOMO, dibelikan oleh teman, dan alasan lainnya memiliki dampak yang lebih rendah dengan masing-masing 5,9%, 1%, dan 14% dari responden.

Dari kesimpulan ini, dapat dilihat bahwa kehabisan tiket dari sumber resmi menjadi penyebab utama orang membeli dari platform tidak resmi, diikuti oleh faktor kemudahan akses. Meskipun demikian, penting untuk diingat bahwa pembelian dari platform tidak resmi memiliki risiko tertentu dan mungkin tidak selalu menjadi pilihan terbaik bagi konsumen.

3.1.3 Studi Eksisting

Dalam mengerjakan Tugas Akhir, penulis juga melakukan studi eksisting terkait waspada penipuan tiket konser. Studi ini melibatkan penelusuran dan analisis terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan dalam domain yang sama. Selama proses penelitian, penulis menemukan beberapa kampanye yang telah dilakukan sebelumnya dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang risiko penipuan tiket konser. Kampanye-kampanye tersebut memberikan wawasan yang berharga tentang strategi yang efektif dalam menyampaikan pesan waspada kepada masyarakat serta potensi dampaknya dalam mengurangi insiden penipuan tiket konser.

3.1.3.1 Kampanye Sheffield City Hall: Spot the Signs of Ticket Fraud

Kampanye ini dilakukan oleh Sheffield City Hall, Konten kampanye Sheffield City Hall menyediakan informasi tentang tanda-tanda penipuan tiket konser yang harus diperhatikan oleh pengunjung. Ini termasuk pembahasan tentang cara mengidentifikasi situs web palsu, cara memeriksa keaslian tiket, dan langkah-langkah pencegahan yang dapat diambil.



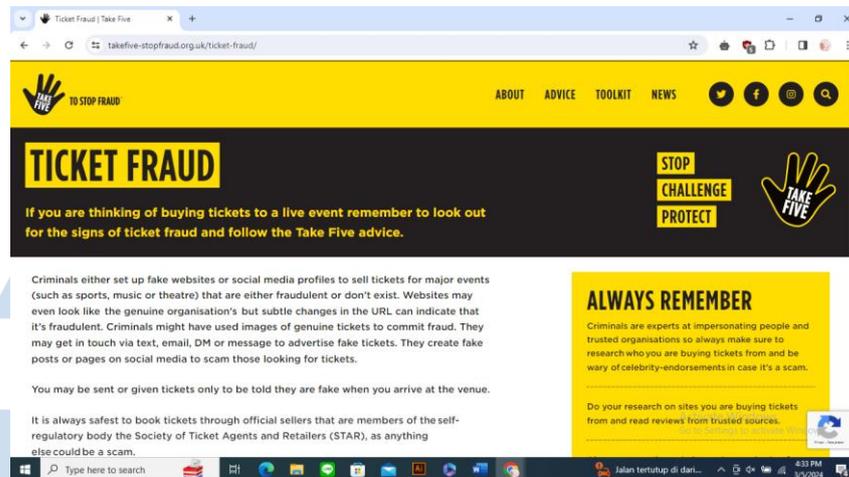
Gambar 3. 5 Kampanye Sheffield City Hall

Sumber: <https://www.sheffieldcityhall.co.uk/latest-news/spot-the-signs-of-ticket-fraud>

Kampanye ini disampaikan melalui halaman khusus di *website* Sheffield City Hall. Halaman ini memberikan akses mudah bagi pengunjung untuk mengetahui informasi lebih lanjut tentang penipuan tiket konser dan bagaimana menghindarinya. Bahasa yang digunakan dalam kampanye ini bersifat informatif dan edukatif. Konten disusun secara jelas dan mudah dimengerti, tanpa menggunakan bahasa teknis yang sulit dipahami oleh pengunjung umum. Kampanye ini mempertahankan konsistensi dengan branding Sheffield City Hall dalam hal desain, logo, dan warna yang digunakan. Hal ini memungkinkan pengunjung untuk mengidentifikasi kampanye sebagai bagian dari sumber informasi resmi Sheffield City Hall.

3.1.3.2 Kampanye TICKET FRAUD

Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penipuan tiket dan memberikan informasi yang diperlukan untuk menghindarinya. Tujuannya adalah untuk melindungi masyarakat dari menjadi korban penipuan tiket, terutama dalam konteks pembelian tiket untuk acara olahraga, konser, dan acara huan lainnya.



Gambar 3. 6 Kampanye Ticket Fraud
 Sumber: <https://www.takefive-stopfraud.org.uk/ticket-fraud/>

Kampanye ini menyoroti isu penipuan tiket yang terjadi secara online, dengan fokus pada bahaya dan konsekuensi dari membeli tiket dari sumber yang tidak resmi atau tidak sah. Mereka menyoroti risiko penipuan yang dihadapi oleh masyarakat dan memberikan contoh kasus-kasus penipuan yang dapat terjadi. Kampanye ini memiliki potensi untuk memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penipuan tiket dan membantu mereka menghindarinya. Informasi yang disediakan dapat membantu mengedukasi pengguna internet tentang bahaya penipuan tiket dan membantu mereka membuat keputusan yang lebih cerdas dan aman saat membeli tiket secara online.

3.1.4 Studi Referensi

Penulis juga melakukan studi referensi mengenai waspada penipuan tiket konser yang pernah ada sebelumnya.

3.1.4.1 *Together againts fraud*

Poster "*Together Against Fraud 2020 National Fraud Awareness Campaign - BNP Paribas Middle East & Africa*" adalah sebuah inisiatif dari BNP Paribas yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran

masyarakat tentang pentingnya berkolaborasi dalam melawan penipuan. Pesan utama poster ini jelas, yaitu "Together Against Fraud", yang ditempatkan dengan teks yang besar dan mencolok di tengah-tengah poster. Hal ini menunjukkan fokus kampanye untuk mendorong kolaborasi dalam melawan penipuan, menekankan pentingnya peran bersama dalam melindungi diri dari ancaman kejahatan keuangan. Poster ini juga menyediakan informasi kontak yang jelas, termasuk situs web dan nomor telepon, yang memungkinkan masyarakat untuk mengakses sumber daya dan bantuan lebih lanjut dalam melaporkan atau menghindari penipuan.



Gambar 3. 7 Kampanye Together Against Fraud

Sumber: <https://mea.bnpparibas.com/en/notice-to-clients/united-arab-emirates/new-amendment-to-the-commercial-transactions-law-5/>

3.1.4.2 Waspada penipuan tiket konser

Infografis ini diposting pada *website* antara news. Infografis ini menggunakan desain yang menarik dan informatif. Dengan penggunaan gambar-gambar yang jelas dan ikon-ikon yang relevan, infografis ini berhasil menarik perhatian pembaca dan menyampaikan pesan dengan efektif. Pesan utama dari infografis ini jelas terlihat, yaitu pentingnya waspada terhadap penipuan tiket konser. Pesan tersebut disampaikan dengan jelas melalui judul yang mencolok dan poin-poin utama yang disorot dengan teks berwarna yang berbeda. Infografis ini memberikan

informasi yang lengkap tentang cara-cara mengenali penipuan tiket konser, termasuk tanda-tanda yang perlu diwaspadai dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk menghindari jebakan penipuan. Hal ini memberikan nilai tambah bagi pembaca dengan memberikan wawasan yang berguna.



Gambar 3. 8 Kampanye Waspada Penipuan Tiket Konser
Sumber: <https://www.antaraneews.com/infografik/3548901/waspada-penipuan-tiket-konser/>

3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan menurut Hasso Plattner dalam buku Institute of Design at Stanford, proses perancangan melibatkan enam fase pengerjaan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Dalam konteks perancangan *website* mengenai waspada penipuan tiket konser, setiap fase dapat dijabarkan sebagai berikut:

3.2.1. *Empathize*

Tahap *empathize* merupakan tahap pertama yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan pemahaman melalui riset terkait permasalahan penipuan

penjualan tiket konser. Tahapan ini sangatlah penting untuk proses desain agar dapat memahami kebutuhan audiens, seperti keinginan, kebutuhan, perasaan, tingkah laku, dan cara berpikir mereka mengenai penipuan tiket konser. Dalam proses mewujudkan perancangan media informasi berbasis *website*, penulis menyebarkan kuesioner kepada penggemar konser berusia 16-25 tahun di Indonesia untuk mengumpulkan data terkait pengalaman dan kekhawatiran mereka mengenai penipuan tiket konser, melakukan wawancara dan FGD dengan beberapa narasumber untuk mendapatkan wawasan, perspektif, serta sharing pengalaman yang lebih mendalam tentang pengalaman pribadi mereka dengan penipuan tiket, melakukan studi referensi terkait kasus-kasus penipuan tiket konser yang pernah terjadi, dan Melakukan studi eksisting terhadap *website* atau platform lain yang sudah menyediakan informasi mengenai penipuan tiket.

3.2.2. Define

Setelah melalui tahapan *empathize*, penulis menganalisis data yang telah didapatkan untuk menentukan *problem statement* sebagai awal dari titik permasalahan. *Problem statement* yang dihasilkan adalah "Banyaknya calon penonton konser yang menjadi korban penipuan penjualan tiket konser online." Dari sini, penulis juga merumuskan solusi atas permasalahan tersebut. Selanjutnya, penulis menyusun strategi perancangan dengan membuat alur skenario pengguna saat menggunakan *website* mengenai waspada penipuan penjualan tiket konser.

3.2.3. Ideate

Dalam tahapan *ideate*, penulis fokus pada pengembangan konsep *website*. Melalui sesi *brainstorming*, penulis mengembangkan berbagai ide desain *website* yang bertujuan untuk memberikan edukasi dan peringatan kepada pengguna mengenai penipuan tiket konser. Beberapa ide yang dihasilkan antara lain:

- Konten edukatif mengenai cara membeli tiket konser yang aman.
- Fitur berita terbaru tentang konser mendatang.
- Panduan mengenali tanda-tanda penipuan tiket konser.
- Panduan mengenali macam-macam modus penipuan konser.
- Panduan dan langkah-langkah melaporkan penjualan tiket gelap.

3.2.4. *Protoype*

Pada tahapan prototype, penulis merealisasikan ide-ide yang telah dat dari tahapan ideate dengan merancang desain *website* secara menyeluruh. Prototype perancangan dat menggunakan Figma. Desain prototype mempertimbangkan kenyamanan dan kepuasan pengguna yang telah penulis observasi sebelumnya. Penulis memastikan bahwa prototype tersebut memiliki navigasi yang mudah, tampilan yang menarik, dan informasi yang jelas serta akurat.

3.2.5. *Test*

Setelah prototype selesai dat, penulis melakukan pengujian terhadap prototype melalui alpha test dan beta test. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh para pengguna saat menjelajahi *website* yang telah dirancang. Dalam pengujian ini, penulis mengundang sekelompok pengguna untuk mencoba prototype dan memberikan feedback. Setelah mendapatkan feedback, penulis melakukan perubahan dan penyempurnaan lebih lanjut berdasarkan hasil test yang didasarkan pada pengalaman pengguna. Tujuan akhirnya adalah untuk menyempurnakan *website* agar dapat memberikan solusi terbaik dalam mencegah penipuan penjualan tiket konser.