

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sepuluh tahun terakhir, internet telah berkembang dengan pesat. Perkembangan ini ditandai dengan tingginya jumlah pengguna internet yang aktif melakukan aktifitasnya di dunia maya. Data dari survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menjelaskan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 menyentuh angka 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia pada tahun sebelumnya (Haryanto, 2024). Perkembangan teknologi yang pesat ini juga turut melahirkan lahan kejahatan baru yang lebih dikenal dengan sebutan *cybercrime* (Amelia, 2023, h. 15). Salah satu modus *cybercrime* yang banyak memakan korban adalah *phishing*. *Phishing* merupakan cara yang dilakukan pelaku untuk mengelabui korban dalam pencurian informasi atau data pribadi. Data yang diincar pelaku adalah data pribadi berupa nama, usia, alamat, *username*, *password*, dan beberapa data yang berkaitan dengan finansial korban Sutarli & Kurniawan, hlm. (2023, h. 4210).

Hasil pengumpulan data yang ada pada Indonesia Data Abuse Exchange (2024) pada kuartal pertama dan kedua tahun 2024 menjelaskan bahwa *phishing* adalah kasus terbanyak yang dilaporkan dengan total 85% dari 3.487 laporan mengenai *domain abuse*. Modus yang dilakukan pelaku adalah berpura-pura menjadi lembaga atau perusahaan yang berwenang dengan mengirimkan *E-mail* palsu yang dibuat mirip dengan perusahaan yang ditiru (Fanasafa, 2022). Selain melalui *E-mail*, modus *phishing* yang dilakukan pelaku juga disebar melalui *platform* komunikasi dengan mengirimkan *file-file* yang berpotensi mengandung *malware* dan virus dengan judul bukti pengiriman paket, foto undangan nikah, surat tilang palsu, hingga pengumuman resmi dari bank (Yanwardhana, 2024).

Salah satu faktor tingginya korban *phishing* di Indonesia adalah kurangnya tingkat pengetahuan dalam penggunaan teknologi digital. Ekonom senior INDEF, Aviliani mengungkapkan tingkat literasi digital di Indonesia ada pada angka 62%. Indonesia menjadi yang terendah diantara negara-negara ASEAN dengan rata-rata sebesar 70% (Anam, 2023). Blibli bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, Badan Siber dan Sandi Negara, melakukan eksperimen situs palsu yang melibatkan 63.196 pengguna terjebak ke situs dalam kurun waktu satu bulan. Sebanyak 71% korban sudah paham dan mengetahui bahaya penipuan tersebut, tetapi mereka tetap melakukan transaksi hingga selesai. Kalangan muda pada rentang usia 25-34 tahun menduduki posisi teratas dalam hal mudah terpancing untuk mengunjungi situs mencurigakan sebesar 19%, diikuti dengan anak muda dengan usia 18-24 tahun sebanyak 16% (Wicaksono, 2023). Berdasarkan data tersebut, masyarakat terutama anak muda tidak memiliki pengetahuan yang cukup dalam menangani fenomena *phishing*. Penelitian yang dilakukan oleh Nunu Vadila dan Ahmad R. Pratama menyimpulkan diperlukannya bentuk edukasi untuk meningkatkan kesadaran mengenai ancaman *phishing* (Vadila & Pratama, 2021).

Dengan tingkat pemahaman mengenai isu dan jumlah persentase korban yang ada, dapat disimpulkan bahwa kegiatan penanggulangan yang sudah pernah dilakukan masih kurang efektif dalam menekan angka korban *phishing*. Roger dan Storey menjelaskan adanya kaitan antara komunikasi dan kampanye yang dapat menciptakan efek tertentu pada seseorang atau kelompok yang dilakukan secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu (Pangestu, 2019, h. 160). Karena itu, diperlukan adanya kegiatan persuasi yang dapat mengedukasi isu *phishing* dan cara menghadapinya untuk menekan ancaman *phishing* pada generasi muda dalam rangka mengurangi jumlah korban yang dirugikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijabarkan, penulis merumuskan masalah yang ditemukan:

1. Berdasarkan data dari eksperimen sosial yang dilakukan oleh Blibli bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, pengetahuan mengenai keamanan dan literasi digital masih terbilang kurang.
2. Kurangnya media penyuluhan dan edukasi mengenai pencegahan dan ancaman *phishing* pada generasi muda.

Dengan adanya kedua masalah tersebut, maka penulis menuliskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan *website* kampanye ancaman *phishing* pada platform digital?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan kampanye interaktif ini ditujukan kepada masyarakat Indonesia yang berada di usia 18-23 tahun, berdomisili di Jabodetabek. Kegiatan persuasi yang akan dilakukan melingkupi kegiatan kampanye melalui media *online* dan *offline* yang akan fokus dengan konten pencegahan agar tidak menjadi korban modus *phishing* pada media sosial.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, penulis bertujuan untuk membuat perancangan *website* kampanye ancaman *phishing* pada platform digital.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan harapan untuk meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan masyarakat terhadap ancaman *phishing*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi saluran ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual sebagai referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan media interaktif di masa depan.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti dan dosen maupun pengajar lain mengenai salah satu pilar DKV yaitu persuasi, dikhususkan dalam topik kampanye interaktif. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang sedang atau tertarik dalam merancang kampanye interaktif dengan topik ancaman *phishing*. Penelitian ini dapat menjadi dokumen arsip untuk Universitas Multimedia Nusantara dalam pelaksanaan Tugas Akhir.

