

## E-MARKETING: MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE UNTUK MEMULAI BISNIS BAGI KORBAN ONLINE LOVE SCAM DI INDONESIA

Diah Agung Esfandari<sup>1,\*</sup>, Berlian Primadani Satria Putri<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Dept. Dari penulis ke1, Fakultas, Komunikasi dan Bisnis

<sup>2</sup> Dept. Dari penulis ke2, Fakultas, Komunikasi dan Bisnis

\* esfandari@telkomuniversity.ac.id

### INFO ARTIKEL

Diterima 16 September 2021

Direvisi 15 Oktober 2021

Disetujui 15 Oktober 2021

Tersedia Online 20 November 2021

### ABSTRAK

Korban *online love scam* yang berasal dari Indonesia, semakin hari semakin banyak jumlahnya. Berdasarkan data tiga tahun terakhir yang dikumpulkan oleh Komunitas Waspada Scammer Cinta (WSC), lonjakan dari tahun 2019 ke tahun 2020 adalah yang paling signifikan. Korban *online love scam* yang berasal dari Indonesia tertipu karena mereka memberikan hati dan kepercayaan kepada orang yang salah, yaitu: orang-orang yang baru dikenal secara *online*. Akibatnya, para korban bukan hanya terkuras emosinya tetapi juga harga diri dan tabungan mereka. Oleh karena itu, untuk membantu memulihkan kembali kestabilan emosi, harga diri dan keuangan para korban *scammer cinta*, pengabdian masyarakat secara mandiri dilaksanakan untuk memberi tahu bagaimana memanfaatkan dan memaksimalkan media sosial dalam membangun bisnis baru lewat *e-marketing*.

**Keyword:** *Online love scam, penipuan cinta online, scammer cinta, korban penipuan online, media sosial, dan e-marketing*

Korespondensi:

Diah Agung Esfandari

Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu, Bandung, 40257)

Indonesia.

E-mail : esfandari@telkomuniversity.ac.id

ORCID ID:

Penulis Pertama: Diah Agung Esfandari

<https://10.25124/charity.v4i2a>

Paper\_reg\_number xxx © The Authors. Published by Directorate of Research and Community Service, Telkom University.

This is an open access article under the xxx license (<https://creativecommons.org/licenses/xxx>)

## 1. PENDAHULUAN

*Online love scam* atau penipuan cinta secara *online* adalah jenis penipuan yang menghancurkan para korbannya secara emosional dan finansial karena *scammer* membuat korban mereka percaya bahwa mereka memiliki perasaan yang kuat untuk mereka (Baker, 2018; Whitty Buchanan, 2012; Rege, 2009). Mereka menggunakan elemen cinta dan romansa sebagai umpan untuk memikat korban (Baker, 2018; Arms, 2010), identitas palsu dan strategi pemasaran (Whitty, 2015). Mereka sering mengatakan bahwa mereka bekerja di rig minyak atau di organisasi internasional; dan bahwa mereka berprofesi sebagai tentara / dokter / seorang eksekutif perusahaan (Miranda, 2020). Umumnya, mereka meminta uang kepada korban untuk membayar biaya perjalanan, biaya pengobatan, membayar biaya bea cukai untuk mengambil barang atau hadiah, dan dokumen perjalanan (Suseno, 2019; Cross et al, 2018; Whitty, 2015).

Retnowati (2015) menjelaskan bahwa pada tahun 2011 penipuan cinta online menjadi fenomena di Indonesia. Salah satu cara yang dilakukan oleh para *scammer* cinta adalah dengan kloning profil dari Facebook atau Instagram di mana mereka menggunakan gambar dan identitas orang lain (Suseno, 2019b). Menurut Esfandari & Ridhayani (2019) pelaku memilih profil orang-orang yang cantik dan rupawan serta orang-orang yang memiliki profesi berpenghasilan tinggi.

Tidak seperti beberapa negara (seperti Australia dan Singapura) pihak berwenang menyediakan saluran bantuan, buku pedoman serta konselor yang dapat dengan mudah dijangkau oleh korban penipuan cinta online (Cross, 2019), Unit Kejahatan Cyber Indonesia masih mengabaikan keberadaan penipuan cinta online sampai saat ini. Di bawah ini adalah jenis kejahatan dunia maya yang diakui di situs webnya dibandingkan dengan yang dari Australia dan Singapura:

<b>TOP 10 SCAM CATEGORY</b>						
<b>July 2019 – August 2020</b>						
	<b>Indonesia<sup>1</sup></b>	<b>Reports</b>	<b>Singapore<sup>2</sup></b>	<b>Total Amount (SGD)</b>	<b>Australia<sup>3</sup></b>	<b>Total Amount (AUD)</b>
<b>1</b>	Fraud	8.541	Investment Ruse	27.3 M	Investment Scam	30.490.348
<b>2</b>	Provocative Content	7.640	Business Email	25.8 M	Dating & Romance	19.777.569
<b>3</b>	Pornography	1.308	Internet Love	17.1 M	Threats to Life, Arrest or Other	6.548.726
<b>4</b>	Illegal Access	1.056	China Officials Impersonation	7.1. M	False Billing	4.383.423
<b>5</b>	Data Theft	386	Loan	2.2 M	Online	3.363.041

					Shopping Scams	
6	Data Manipulation	331	E-Commerce	1.2 M	Remote Access Scams	2.530.618
7	Hacking	244	Credit-For-Sex	1.1 M	Classified Scams	2.433.580
8	Blackmail	244	Facebook Impersonation	752 K	Identity Theft	1.653.109
9	Gambling	168	Lucky Draw	486 K	Hacking	1.085.044
10	Ddos Attack	139	ICA Impersonation	139 K	Unexpected Prize & Lottery Scams	795.167

Tabel 1.

Sumber: Polri (2020); SPF (2019); ACCC (2020)

Seperti yang terlihat pada table. 1, baik Singapura dan Australia mengakui adanya penipuan cinta sementara Indonesia masih mengabaikan kehadirannya. Alasan pengabaian total bukan karena tidak ada laporan dari para korban, tetapi karena para korban tidak dapat memilih kategori penipuan cinta. Akibatnya, mereka memilih jenis kejahatan dunia maya lain yang berkorelasi (paling dekat) dengan cobaan mereka seperti pencurian data dan pemerasan (Suseno, 2019a). Dengan demikian, hanya diharapkan bahwa pengguna internet Indonesia dan / atau korban cinta online belum pernah mendengar tentang 'penipuan cinta' sebelum kesulitan mereka.

Selain itu, tabel 1. Juga menunjukkan perbedaan tentang bagaimana laporan tersebut ditampilkan kepada publik. Baik dari Singapura dan Australia memiliki total laporan kasus serta jumlah total kerugian. Indonesia, di sisi lain, hanya memiliki total laporan dari para korban. Kurangnya informasi menunjukkan bahwa Indonesia (masih) tidak mempertimbangkan pentingnya dampak ekonomi akibat kejahatan meskipun total kerugian yang ditimbulkan mencapai \$ 1,5 triliun setiap tahun, di Indonesia (Fahlevi et al., 2019), serta pentingnya membantu para korban (Machmuddin Pratama, 2017).

Dari tahun ke tahun, jumlah korban dan kerugian dari kejahatan ini semakin meningkat (Down, 2019) karena salah satu alasannya adalah penanganan kasus kejahatan siber yang masih rendah di Indonesia (Irfan, 2018). Selain itu, informasi terkait penipuan cinta secara *online* masih sangat jarang atau beredar di kalangan masyarakat (Down, 2019). Bahkan Melati (2018) menjelaskan, bahwa respons dan bantuan dari pemerintah atau aparat kepolisian terkait kejahatan siber ini, masih sangat lambat. Berikut adalah contoh dari sebuah yang di edit untuk digunakan *online love scammers* dalam melaksanakan aksinya:



Gambar 1.

Profil asli yang diedit dengan muka *scammer* untuk mengelabui korban

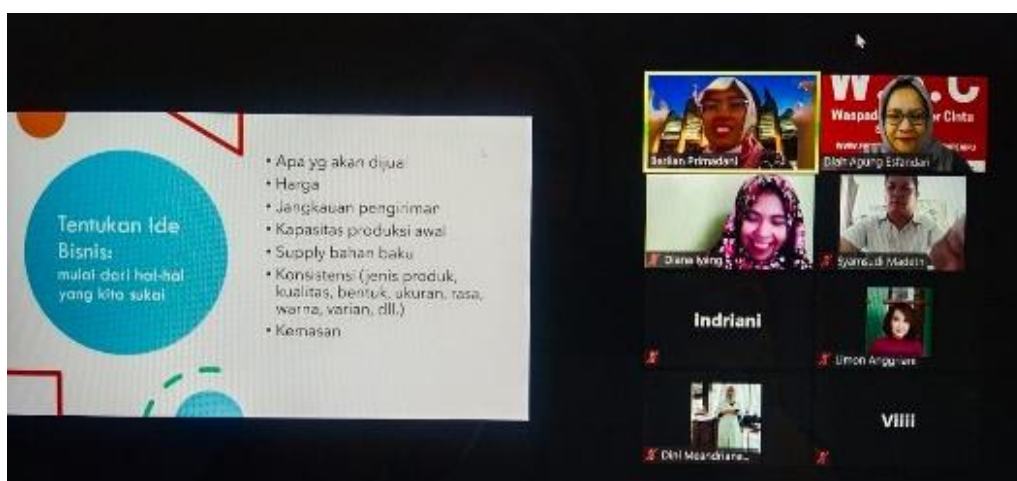
Berdasarkan data yang telah di himpun oleh Komunitas Anti-Scam: Waspada Scammer Cinta (WSC), pada tahun 2019 terdapat 74 korban yang mengadu telah tertipu *online love scam* dan total kerugian dari para korban tersebut adalah sebesar Rp. 3,6 Milyar. Sedangkan, pada tahun 2020, terdapat 199 korban yang mengadu dan total kerugiannya adalah Rp. 14 Milyar. Jumlah korban yang semakin meningkat dan kerugian yang semakin membesar, membuat para pengurus Komunitas WSC untuk membantu para korban sebisa mungkin, yaitu dengan memberi pelatihan bagaimana menggunakan sosial media sebagai ajang untuk memulai bisnis baru yang dapat membantu kebutuhan finansial para korban *scammer* cinta. Diharapkan, pelatihan tersebut bukan hanya membantu korban secara finansial, tetapi juga membuat mereka menjadi lebih cerdas dalam menggunakan sosial media dan percaya diri lagi.

## 2. KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT DAN PEMBAHASAN

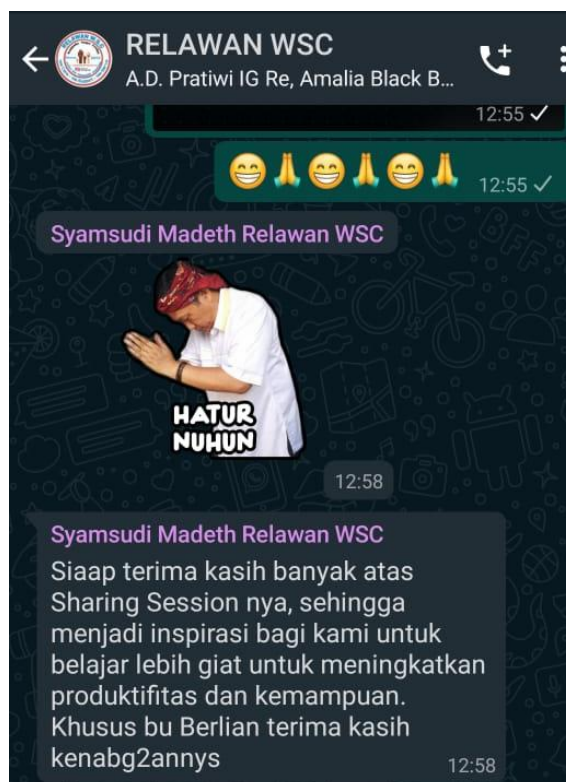
Pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 13 Februari 2021, lewat aplikasi *zoom* bagi anggota dari Komunitas Waspada Scammer Cinta (WSC) yang berjumlah 165 orang. Latar belakang kegiatan ini adalah: (1) untuk membantu para korban *online love scam* (atau korban *scammer* cinta) dalam membangun kembali kepercayaan diri mereka bermedia sosial akibat tertipu oleh *scammer* di media sosial seperti *instagram* dan *facebook*; dan (2) membantu dalam membangun bisnis baru dengan modal kecil agar dapat ‘bertahan hidup’ setelah uangnya terkuras oleh *scammers*.



Gambar 2.  
*Zoom meeting* dari pelaksanaan Pengabdian Masyarakat



Gambar 3.  
Contoh materi yang disampaikan saat Pengabdian Masyarakat berlangsung



Gambar 3.  
Bukti *feedback* dari salah satu peserta

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, adalah beberapa bisnis baru yang diciptakan oleh anggota Komunitas yang menghadirinya. Contoh yang terbaru adalah bisnis gelang hasil karya anggota Komunitas dari Solo, yang siap untuk dipasarkan dan diiklankan di sosial medianya. Hubungan antara narasumber dan para peserta pengabdian masyarakat masih terus terjalin sampai dengan saat ini. Hal itu sangat membantu untuk memantau progress para peserta yang ingin memulai bisnis baru.



Gambar 5.  
Gelang karya salah satu anggota Komunitas yang mengikuti kegiatan Pengabdian Masyarakat

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa masih banya para korban yang belum bisa terlepas dari pengalaman traumatis mereka. Sehingga mereka masih perlu didukung dan dibantu untuk memulihkan bukan saja finansial mereka, tetapi juga



kebutuhan psikologis mereka. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya yang membantu para anggota korban *scammer* cinta dalam memulihkan kepercayaan mereka secara lebih mendalam sehingga mereka berani untuk menggunakan aplikasi-aplikasi sosial secara aman dan tepat sasaran. Contoh dari kegiatan selanjutnya adalah *step by step* yang bisa dilakukan mentor secara lebih personal lagi, atau *one on one*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- ACCC. (2020). Romance Scammers Move to New Apps, Costing Aussies More Than \$ 28.6 Million. <https://scamwatch.gov.au/news-alerts/romance-scammers-move-to-new-apps-costing-aussies-more-than-286-million>. Feb 9. (diakses 7 Oktober, 2021).
- Arms, S. (2010). Romance Scam: Scammers Feign Affection to Commit Fraud. [https://crime.stuite101.com/article.cfm/romance\\_scam](https://crime.stuite101.com/article.cfm/romance_scam).
- Baker, S. (2018). Online Romance Scams: A Better Business Bureau Study on How Scammers Use Impersonation, Blackmail and Trickery to Steal from Unsuspecting Daters. *BBB International Investigations Initiative*. February 2018. [www.bbb.org](http://www.bbb.org).
- Cross, C. (2019). "You're Not Alone": The Use of Peer Support Groups for Fraud Victims. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*. Doi: 10.1080/10911359.2019.1590279.
- Down, F. (2019). *Prediksi Kejahatan Love Scam di Indonesia: Meningkatkan dan Perempuan Paling Banyak Jadi Korban*. Desember 31. <https://www.kompasiana.com/feyfey/5e0b4516097f3676334acf22/prediksi-kejahatan-love-scam-di-indonesia-tahun-2020?page=all#sectionall>.
- Esfandari, D.A. & Ridhayani, R. (2019). Analisis Deskriptif Profile Cloning Pada Akun Instagram @feydown Waspada Love Scammer. Prosiding ISBI Bandung. Vol. 1, No. 1.
- Fahlevi, M., Saparudin, M., Maemunah, S., Irma, D. & Ekhsan, M. (2019). Cybercrime Business Digital in Indonesia. E3S Web of Conference 125, 21001. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20191252210001>.
- Ifan, M., Ramadhani, M.A., Darmalaksana, W., & Utomo, R.G. (2018). Analyzes of Cybercrime Expansion in Indonesia and Preventive Actions. *3<sup>rd</sup> Annual Applied Science and Engineering Conference (AASEDC)*. Doi: 10.1088/1757899x/434/1/01225.
- Machmuddin, D.D., & Pratama, B. (2017). Some of Indonesian Cyber Law Problems. *Journal of Physics: Conference Series*. 801 012089.

- Melati, N.K. (2018). Bagaimana Memahami Kejahatan Seksual Siber dan Jika Terlanjur Jadi Korbannya? <https://p.dw.com/p/31027>.
- Miranda, C. (2020). It's Not True Love If They Ask for Money. <http://www.consumer.ftc.gov>.
- Polisi Republik Indonesia (Polri). (2019). Cybersecurity Awareness Pengguna Internet Masih Minim. <https://patrolisiber.id>. (diakses October 6, 2021).
- 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, Vol. 3 (2): 494 – 512.
- Retnowati, Y. (2015). Love Scammer: Komodifikasi Cinta dan Kesepian di Dunia Maya. *Jurnal Komunikologi*, Vol. 12 (2), 65-77.
- Singapore Police Force (SPF). (2019). Mid-Year Crime Statistics for January to June 2019. *Police News Release*. <https://www.statista.com/statistics/979209/internet-love-scam-cases-singapore>. (diakses, 7 Oktober 2021).
- Suseno, Bayu. (2019). Konsep Facebook Policing Sebagai Pencegahan Kejahatan Sekunder *Profiling Cloning Crime: Multi Analisis Kejahatan Profile Cloning Dengan Pelaku Narapidana di Lapas Kelas I Rajabasa dan Rutan Kelas I Way Hui Bandar Lampung*.
- Suseno, B. (2019b). Kejahatan Penggandaan Profil di Facebook oleh Narapidana Sebagai Sebuah Proses Belajar. *Antropologi Indonesia*, Vol. 40 (1), 49-66
- Whitty, M.T. & Buchanan, T. (2012). The Online Dating Romance Scam: A Serious Crime. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*. Vol. 15: 181-183.
- Whitty, M. T. (2015). Anatomy of the Online Dating Romance Scam. *Security Journal* Vol. 28, 4, 443–455. Macmillan Publishers Ltd. 0955–1662. [www.palgrave-journals.com/sj](http://www.palgrave-journals.com/sj).