

Persepsi Korban Love Scamming Di Media Sosial

Novema Kumalasari¹, Sri Herwindya Baskara Wijaya^{2*}

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Abstract

Love scamming that occurs through social media is increasingly troubling, especially for women who are vulnerable to forms of violence. This study aims to determine the perceptions of love scamming victims about the information manipulation tactics applied by the perpetrators in Semarang City through social media. This research uses descriptive qualitative method, with sampling technique using purposive sampling. The theory used in this research is Interpersonal Deception Theory (IDT). The results of the study found that based on the overall perception of the victim, the perpetrator applied various kinds of information manipulation tactics to influence the emotional side and trust of the victim. This finding shows the importance of understanding the social interaction between the perpetrator and the victim during the love scam, to see what manipulation tactics the perpetrator usually uses until the scam is successful.

Keywords:

Interpersonal Communication, Interpersonal Deception Theory, Love Scamming, Social Media, Information Manipulation

Pendahuluan

Teknologi kini semakin berkembang dengan sangat pesat. Industri-industri di berbagai bidang kehidupan mulai berlomba-lomba untuk menciptakan temuan baru yang dapat memberikan manfaat maupun kemudahan bagi manusia. Tak terkecuali dalam bidang komunikasi, dengan memunculkan jaringan internet yang semakin memudahkan manusia untuk berinteraksi tanpa mengenal waktu dan jarak. Dilansir dari DataReportal.com (2024), pengguna internet di Indonesia per Januari 2024 mencapai 185,3 juta orang, angka ini naik 0,8 persen dibandingkan tahun lalu dengan pengguna media sosial aktif sebanyak 139 juta orang atau setara dengan 49,9 persen dari total populasi. Platform media sosial yang paling banyak diakses adalah Whatsapp sebanyak 90,9 persen dari jumlah populasi, Instagram menempati urutan kedua dengan total 85,3 persen dari jumlah populasi, Facebook sebanyak 81,6 persen dari jumlah populasi, dan TikTok sebanyak 73,5 persen dari jumlah populasi (DataReportal.com, 2024). Sayangnya, masih banyak pengguna media sosial yang kurang berhati-hati dalam membagikan informasi pribadinya maupun menjalin hubungan dengan teman baru di dunia maya. Kesempatan inilah yang memberikan

* Corresponding Author: Sri Herwindya Baskara Wijaya, sriherwindya@staff.uns.ac.id

peluang bagi pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kejahatan dalam dunia maya atau sering dikenal dengan istilah *cybercrime*.

Cybercrime di Indonesia terbilang cukup meresahkan. Sebab, dalam kurun waktu Januari hingga September 2021 terdapat 15.152 laporan mengenai *cybercrime* dengan total kerugian mencapai 3,88 triliun rupiah (Syecha dan Sumanti, 2023). Bahkan, Indonesia pernah menempati peringkat kedua dunia dengan mencatatkan sebanyak 36,6 juta serangan pada tahun 2013 (Juditha, 2015). Salah satu kejahatan siber yang marak terjadi dan perlu mendapat perhatian lebih adalah penipuan berkedok cinta atau *love scamming*. Dalam laporan Departemen Investigasi 3 Kejahatan Komersial (JSJK) Malaysia, kerugian yang dialami korban *love scamming* dalam rentang tahun 2012 hingga 2015 mengalami peningkatan yang sangat mengkhawatirkan. Pada tahun 2012, total kerugian yang dilaporkan mencapai 40,9 juta ringgit, tahun 2013 meningkat menjadi 80,3 juta ringgit, tahun 2014 mengalami peningkatan lagi menjadi 816 juta ringgit, dan di tahun 2015 total kerugian mencapai angka 1,09 miliar ringgit (Alavi, dkk., 2021). Kasus *love scamming* juga marak terjadi di Indonesia. Kasus ini mulai marak terjadi sejak tahun 2011, dengan 60 persen korbannya adalah perempuan (Niman, dkk., 2023). Sedangkan korban yang dicatat oleh aktivis komunitas penipu cinta pada tahun 2019 mencapai 74 orang dengan total kerugian 3,6 miliar rupiah. Penelitian yang dilakukan Whitty (2018, dalam Muhammad dan Muhammad, 2022) menemukan bahwa kasus penipuan cinta paling banyak dialami oleh perempuan yang berusia paruh baya dan berpendidikan tinggi dibandingkan dengan laki-laki, dengan persentase sebanyak 60 persen. Beberapa hasil penelitian menyebutkan, perempuan menjadi pihak yang rentan terhadap kekerasan dan penipuan ketika berinteraksi di dunia maya (Ramailis, 2020, dalam Purna, dkk., 2021). Perempuan dengan berbagai stereotipe, stigma, dan ekspektasi membentuk identitas diri dalam konstruksi sosial, sehingga perempuan menjadi rentan untuk dimanipulasi pada kondisi-kondisi tertentu (Nomleni, 2023).

Salah satu wilayah di Indonesia yang rentan terhadap kasus *love scamming* pada perempuan adalah Kota Semarang. Hal ini didasari oleh data dari Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang (2024), yang menyebutkan jumlah kasus kekerasan pada perempuan per Januari 2024 hingga 1 April 2024 mencapai 68 kasus. Sementara itu, berdasarkan catatan akhir tahun Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Kota Semarang pada tahun 2021, terdapat aduan 10 kasus Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) dan pada tahun 2022 mencapai 46 kasus yang meliputi intimidasi secara online (*cyber harassment*), ancaman penyebaran foto atau video (*malicious distribution*), dan pemerasan seksual online (*sexortion*). Kekerasan ini tidak hanya menyerang fisik, melainkan juga psikis dari korban. Selain itu, Semarang juga merupakan salah satu kota yang menjadi pusat kejahatan dunia maya di Indonesia. Bahkan, Kota Semarang disebut menjadi kota hacker pertama di Indonesia sebelum Yogyakarta. Laporan mengenai kasus *cybercrime* dalam kurun waktu 2012 hingga Mei 2013 yang diterima oleh Polrestabes Semarang pun mencapai 42 kasus, lebih dari 50 persen-nya yaitu sebanyak 24 kasus adalah tindak pidana penipuan (Priwidya dan Sri, 2013). Melihat dampak yang dialami korban *love scamming* yang begitu meresahkan, sementara kasus yang terjadi selalu meningkat setiap tahunnya, membuat peneliti tertarik untuk mengetahui persepsi korban terkait taktik manipulasi informasi yang dilakukan pelaku. Tentu ada proses maupun strategi yang coba dibangun oleh pelaku dalam membangun kepercayaan, kedekatan, dan mengubah sikap korban

untuk mencapai suatu kesepakatan. Terutama di Kota Semarang yang disinyalir menjadi salah satu pusat merebaknya kejahatan dunia maya. Permasalahan ini yang kemudian menjadi penting untuk diteliti melalui kajian ilmu komunikasi karena komunikasi interpersonal mengambil peran yang sangat besar dalam pembentukan sebuah interaksi.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana persepsi korban love scamming tentang taktik manipulasi informasi yang diterapkan para pelakunya di Kota Semarang melalui media sosial?”

Tinjauan Pustaka

Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang terjalin antara dua orang atau lebih untuk saling bertukar informasi, ide, pendapat, maupun perasaan satu sama lain (Syecha dan Sumanti, 2023). Menurut Joseph A. DeVito (2013) komunikasi interpersonal adalah interaksi antara dua orang atau lebih secara verbal maupun non verbal untuk saling terhubung dan bergantung satu sama lain. Dalam menjalin sebuah komunikasi, setiap orang tentu memiliki tujuan atau motifnya sendiri-sendiri. Joseph A. DeVito (2013) menyebutkan setidaknya ada lima tujuan seseorang mencoba membangun komunikasi interpersonal, yakni belajar, berhubungan, mempengaruhi, bermain, dan membantu. Agar komunikasi interpersonal dapat berjalan dengan efektif, kedua belah pihak yang berkomunikasi perlu membangun kedekatan dan keakraban. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono dan Puji Lestari (2021) yang menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal mencerminkan adanya keintiman hubungan, pengendalian hubungan, ketertarikan interpersonal, dan strategi pemeliharaan hubungan. Untuk itu, kedua belah pihak perlu mengembangkan sikap positif ketika menjalin komunikasi interpersonal, seperti keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan adanya kesetaraan (DeVito, 2013).

Hubungan interpersonal adalah hubungan antara satu orang dengan orang lain yang ditandai oleh pengungkapan diri atau informasi untuk memenuhi kebutuhan pribadi satu sama lain (Budyatna dan Ganiem, 2011). Sementara itu, Julia T. Wood (2013) mendefinisikan hubungan interpersonal sebagai hubungan yang terdiri dari keunikan, aturan, dialektika hubungan, komitmen, dan dipengaruhi oleh konteks. Hubungan interpersonal yang baik juga mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal. Apabila isi pesan dalam komunikasi dapat dipahami, tetapi hubungan di antara kedua belah pihak rusak, komunikasi interpersonal juga akan gagal (Rakhmat, 2013). Dalam perspektif psikologi komunikasi, hubungan interpersonal yang baik ditandai dengan keterbukaan individu dalam mengungkapkan dirinya. Semakin terbuka seseorang dalam mengungkapkan dirinya, semakin akurat seseorang dalam mempersepsikan orang lain maupun diri sendiri, semakin baik pula hubungan interpersonalnya sehingga komunikasi yang berlangsung dapat berjalan dengan efektif.

Joseph A. DeVito (2013) menjelaskan persepsi sebagai proses memahami objek, peristiwa, maupun orang lain melalui alat indera, seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan sentuhan. Persepsi merupakan proses yang aktif, sebab persepsi dihasilkan dari pengalaman, keinginan, dan kebutuhan seseorang. Sementara itu Julia T. Wood (2013) juga memaparkan bahwa persepsi merupakan proses yang aktif untuk menyeleksi, mengatur, dan menafsirkan sesuatu,

baik itu manusia, objek, peristiwa, situasi, maupun aktivitas. Persepsi juga diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami atau memberikan makna terhadap stimulus melalui proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan antar gejala (Kartini, dkk., 2023). Jalaluddin Rakhmat (2013) menjelaskan tiga faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi seseorang, yakni faktor perhatian (perhatian akan muncul ketika seseorang mengabaikan berbagai macam sensasi dan hanya fokus pada satu sensasi saja), faktor fungsional (faktor ini berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan faktor-faktor pribadi seseorang), dan faktor struktural (ketika seseorang akan mempersepsikan dan menginterpretasikan sesuatu, mereka akan mempersepsikan hal itu sebagai keseluruhan).

Manipulasi informasi adalah upaya yang dilakukan secara sengaja oleh seseorang untuk mempengaruhi perilaku dan persepsi orang lain menggunakan cara-cara kasar, menipu, atau hal serupa demi mencapai tujuan manipulator (Horn, 2019). Manipulasi informasi juga disebut sebagai kebohongan, yakni tindakan yang bertujuan untuk menipu (Howard, dkk., 2021). Muhammad Budyatna (2015) menjelaskan manipulasi informasi sebagai cara seseorang memainkan informasi dengan cara yang menipu selama berlangsungnya interaksi antar pribadi. Manipulasi informasi memberikan gambaran bahwa pada dasarnya setiap orang berusaha untuk melanggar prinsip-prinsip Grace, yakni pelanggaran kuantitas (pesan yang dihadirkan kurang informatif), pelanggaran kualitas (menyampaikan informasi yang sepenuhnya palsu), pelanggaran hubungan (menyampaikan pesan yang tidak relevan dengan pembicaraan sebelumnya), dan pelanggaran cara (menghasilkan pesan-pesan yang tidak jelas dan ambigu). Dengan memanipulasi informasi, seseorang tengah berusaha mengubah perilaku, pandangan, dan tujuan orang lain untuk membantu kepentingan manipulator (Horn, 2019). Selain itu, orang yang berusaha memanipulasi informasi kepada orang lain juga perlu memahami karakter dari penerima pesan dengan baik. Maka dari itu, manipulasi informasi juga mengedepankan kepercayaan sebagai hasil dari penipuan.

Love scamming adalah penipuan berkedok cinta yang terjadi melalui perantara jaringan internet dengan memalsukan identitas dan citra diri untuk membangun kepercayaan dari korban sebelum melakukan penipuan, manipulasi, dan pencurian (Syecha dan Sumanti, 2023). Pelaku love scamming biasanya memasang identitas palsu di jejaring sosial untuk melakukan kontak dan menjalin hubungan yang lebih intim dengan korban. Dalam penipuan percintaan ini, pelaku sebenarnya tidak pernah berusaha untuk membangun hubungan yang nyata, mereka hanya menggunakan persepsi suatu hubungan untuk mengambil keuntungan dari korban (Bilz, dkk., 2023). Mutia Husna Avezahra, dkk. (2020) menyoroti enam jenis cerita romantis korban yang dapat ditangkap pelaku sebagai peluang dalam melancarkan aksi penipuan, yakni recovery story (sosok yang tengah mengalami kejadian buruk), religion story (sosok religius), house and home story (mencari persahabatan), assymetry story (sosok yang setia dan mudah mengikuti instruksi), coordination story (seorang yang profesional dan sukses), narrative story (sosok yang kuat). Sementara itu, penipuan dianggap berhasil apabila pelaku berhasil membujuk korban untuk memenuhi permintaannya. Strategi yang dilakukan pelaku biasanya berupa pembentukan profil, penampilan diri, manipulasi data, pelecehan seksual, dan pengungkapan rahasia (Monica, 2013 dalam Avezahra, dkk., 2020).

Secara etimologi, media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media merupakan sebuah alat komunikasi, sedangkan sosial diartikan sebagai kehidupan masyarakat dan seluruh tindakan yang berkontribusi pada masyarakat (McQuail, 2003 dalam Astajaya, 2020). Media sosial juga diartikan sebagai layanan daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengonsumsi, berpartisipasi, mengomentari, maupun menyebarkan berbagai isi pesan, baik dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video (Hidayat, 2021). Eric Karjaluoto (2010, dalam Sugito, dkk., 2022) menyebutkan jenis-jenis media sosial yang menawarkan berbagai pengalaman dan interaksi bagi penggunanya, yaitu blog, forum, komunitas konten, dunia maya, wiki, jejaring sosial. Media sosial juga memiliki batasan-batasan atau karakteristik tertentu yang tidak dimiliki oleh media lain, yakni jaringan yang dimediasi oleh perangkat teknologi, informasi yang dapat diproduksi dan didistribusikan antar pengguna, memungkinkan data tersimpan dan dapat diakses kapan saja, adanya interaksi antar pengguna untuk saling menyampaikan pesan, dan simulasi sosial yang menggantikan realitas nyata menjadi realitas semu (Nasrullah, 2017). Meskipun karakteristik media sosial dinilai dapat memudahkan seseorang dalam menjalin komunikasi dan berinteraksi maupun memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, media sosial juga memiliki kelemahan yang perlu diperhatikan, yakni kebenaran isi konten atau informasinya belum pasti, data yang dibagikan akan mencatat privasi pengguna, personalisasi media sosial dapat membuat gelembung filter bagi pengguna (Chen, 2023).

Teori Penipuan Interpersonal atau Interpersonal Deception Theory (IDT) dikenalkan pertama kali oleh David Buller dan Judee Burgoon pada tahun 1996. Teori ini menjelaskan bahwa setiap orang sering kali berada dalam situasi yang memungkinkan mereka untuk melakukan kebohongan dengan tujuan untuk menghindari konsekuensi dari pelanggaran relasional, melindungi perasaan orang lain, dan menghindari terbongkarnya berbagai kesalahan (Littlejohn, dkk., 2017). Ketika seseorang melakukan kebohongan atau penipuan, mereka membutuhkan strategi untuk berbohong yang disebut dengan perilaku strategis (Morissan, 2013). Perilaku strategis ini yang membuat kebenaran informasi menjadi menyimpang, tidak lengkap, tidak berhubungan, tidak jelas, dan tidak langsung. Hal ini ditujukan agar kebohongan tersebut terlihat meyakinkan. Lawan dari penipuan adalah persepsi penipuan atau kecurigaan. Kecurigaan dimaknai sebagai keyakinan yang dipegang oleh seseorang tanpa bukti atau dengan bukti yang kurang untuk menjamin kepastian, ucapan, dan tindakan orang lain yang memiliki kemungkinan bersifat ganda (Littlejohn dan Foss, 2009). David Buller dan Judee Burgoon menyebutkan tiga asumsi dari Teori Penipuan Interpersonal, yakni: pertama, kebohongan informasi yang dilakukan oleh seseorang dapat terjadi secara langsung atau tatap muka, melalui media komputer, dan komunikasi virtual (dunia maya atau internet). Kedua, komunikasi interpersonal memungkinkan antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan) pesan memiliki peran yang sama secara simultan untuk melakukan kebohongan. Ketiga, ada tiga macam strategi dalam kebohongan, yakni aktivitas informasi, perilaku, dan pengelolaan citra (Nurdin, 2020 dalam Recoba dan Aesthetika, 2022). IDT memiliki 18 proposisi untuk menjelaskan penipuan dalam komunikasi interpersonal. Namun, David Buller dan Judee Burgoon (1996, dalam Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, 2009) merangkumnya menjadi empat proposisi utama, yakni:

- a. Konteks dan hubungan. Dalam konteks dan hubungan dijelaskan proposisi utama mengenai kebohongan, bahwa: pertama, baik penipu maupun penerima memiliki pikiran, perasaan, dan perilaku yang bervariasi secara sistematis dengan akses isyarat non verbal dan kebutuhan atau permintaan dalam berkomunikasi. Kedua, baik penipu dan penerima memiliki pikiran, perasaan, dan perilaku yang bervariasi secara sistematis dengan keakraban hubungan dan nilai hubungan positif maupun negatif.
- b. Interaktivitas. Proposisi ini menjelaskan bahwa semakin interaktif konteks komunikasi, maka semakin banyak tingkat aktivitas dan strategi yang digunakan dalam komunikasi baik dalam hal isyarat nonverbal, dinamika komunikasi, dan tuntutan mengelola pesan yang menipu. Konteks komunikasi interaktif dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang saling bergantung, bersamaan dengan isyarat non verbal.
- c. Bias Kebenaran dan Kecurigaan. Bias kebenaran didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membangun keyakinan dan mencari informasi yang sesuai dengan pendiriannya sehingga mereka akan mengabaikan bukti lain yang tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Sedangkan, pada saat yang bersamaan kebohongan mungkin akan "bocor" secara tidak sengaja melalui sikap atau perilaku, sehingga pengirim pesan akan dicurigai.
- d. Akurasi Penilaian. Proposisi ini menjelaskan hal-hal yang menyebabkan penilaian akurat dan tidak akurat. Penerima dianggap kurang akurat dalam mendeteksi penipuan, ketika: a) penerima percaya pada bias kebenaran, b) konteks yang interaktif, c) pengirim adalah komunikator yang terampil dalam menyusun isi pesan. Sementara itu, penerima dianggap akurat dalam mendeteksi penipuan, ketika: a) penerima akrab dengan pengirim pesan atau komunikator, b) penerima pesan adalah orang yang terampil, c) pengirim menyimpang dari pola yang diharapkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang dilakukan dengan cara menganalisis dan menginterpretasi teks maupun hasil interview, untuk menemukan makna dari sebuah fenomena (Sugiyono dan Lestari, 2021). Penelitian ini menggunakan metode eskriptif kualitatif dengan bertujuan untuk mengungkapkan informasi dengan menggambarkan dan mendeskripsikan suatu hal maupun fenomena, tanpa terbatas pada pengumpulan data saja melainkan juga meliputi analisis dan interpretasi (Sutopo, 2002 dalam Saverius, dkk., 2024). Obyek dalam penelitian ini adalah persepsi korban love scamming tentang manipulasi komunikasi pelaku di Kota Semarang yang terjadi melalui media sosial. Jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang pernah mengalami love scamming dengan kerugian material, non material, maupun keduanya. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dalam pengambilan sumber data.

Menurut Sugiyono dan Puji Lestari (2021) purposive sampling adalah teknik pengambilan sumber data atau informan dengan mempertimbangkan beberapa hal, seperti orang tersebut yang dianggap paling tahu dan menjadi penguasa informasi, sehingga peneliti dapat mudah menjelajahi obyek atau situasi sosial yang tengah diteliti. Sumber data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui observasi dan wawancara terhadap korban, sedangkan data sekunder diperoleh melalui website,

internet, hasil dokumentasi, maupun perantara dari pihak terkait yakni Dinas Pemberdayaan Perempuan Provinsi Jawa Tengah. Teknik pengumpulan data yang dipakai yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber data, dengan cara membandingkan hasil wawancara dari satu informan dengan informan lainnya untuk mendapatkan hasil yang kredibel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles and Huberman. Langkah-langkah analisis data menurut Miles dan Huberman meliputi data collection (pengumpulan data), data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), dan conclusion drawing/verification (penarikan kesimpulan dan verifikasi).

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang, Jawa Tengah. Peneliti memilih lokasi tersebut karena Kota Semarang merupakan salah satu kota terbesar di Jawa Tengah yang sekaligus menjadi pusat terjadinya berbagai kepentingan bagi wilayah lain. Banyaknya aktivitas dari berbagai daerah yang terjadi di Kota Semarang, menjadikan kota ini rawan terhadap kejahatan, terutama kejahatan dalam dunia maya (cybercrime). Selain itu, Kota Semarang juga menjadi kota yang memiliki tingkat kekerasan pada perempuan tertinggi dibandingkan dengan kota lainnya. Sesuai dengan data Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak (DP3AP2KB) Provinsi Jawa Tengah, menyebutkan pada tahun 2023 kekerasan pada perempuan dan anak tertinggi terjadi di Kota Semarang dengan total 84 kasus. Maka dari itu, sesuai dengan penelitian yang berkaitan dengan kasus love scamming yang terjadi pada perempuan, Kota Semarang menjadi salah satu kota yang paling berpotensi terhadap kasus tersebut.

Penelitian ini mengambil data dari 5 orang perempuan pengguna media sosial dengan pengalaman pernah menjadi korban dalam kasus love scamming, mengalami kerugian baik finansial, psikis, atau keduanya, dan tinggal di Kota Semarang. Rentang waktu informan dalam menjalin hubungan dengan pelaku juga bervariasi, mulai dari satu minggu hingga satu tahun. Penulisan nama informan dalam hal ini menggunakan nama inisial yang telah disepakati bersama sejak wawancara pertama kali untuk menjaga privasi. Kelima informan tersebut yakni, SI yang berusia 33 tahun seorang ibu rumah tangga, MY berusia 35 tahun seorang karyawan swasta, NT berusia 20 tahun seorang mahasiswa SI, HL berusia 26 tahun seorang mahasiswa S2, dan GA yang berusia 23 tahun seorang karyawan swasta. Semua narasumber bertempat tinggal di Kota Semarang, narasumber 1 (SI, 33 tahun) berdomisili di Kecamatan Mijen, narasumber 2 (MY, 35 tahun) berdomisili di Kecamatan Gunungpati, narasumber 3 (NT, 20 tahun) berdomisili di Kecamatan Tembalang, narasumber 4 (HL, 26 tahun) berdomisili di Kecamatan Tembalang, dan narasumber 5 (GA, 23 tahun) berdomisili di Kecamatan Mijen.

Persepsi Korban terhadap Diri Sendiri

Media sosial yang digunakan kelima narasumber yakni (SI, 33 tahun), (MY, 35 tahun), (NT, 20 tahun), (HL, 26 tahun), dan GA (23 tahun) sebagian besar memiliki kesamaan yakni menggunakan Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Sedangkan hanya satu narasumber yang menggunakan aplikasi kencan online Tantan dalam bersosialisasi. Tujuan penggunaan media sosial yang paling banyak dilakukan oleh kelima narasumber adalah sebagai hiburan. Sementara itu, tujuan lain dari

penggunaan media sosial adalah untuk bersosialisasi, mencari teman baru, dan mencari informasi.

Kelima narasumber memiliki caranya sendiri-sendiri dalam membentuk citra diri di media sosial. Narasumber 1 (SI, 33 tahun) membentuk citra diri sebagai sosok pekerja keras, dengan membagikan berbagai hasil usahanya sebagai ibu rumah tangga. Narasumber 2 (MY, 35 tahun) membentuk citra diri sebagai sosok yang religius, dengan unggahannya berupa kata-kata atau motivasi religi. Narasumber 3 (NT, 20 tahun) membentuk citra diri sebagai sosok yang mengidolakan penyanyi atau artis Korea. Narasumber 4 (HL, 26 tahun) dan 5 (GA, 23 tahun) membentuk citra diri sebagai sosok yang berpendidikan, dilihat dari berbagai unggahannya di kampus. Namun, narasumber 5 terlihat lebih jelas dalam membentuk citra dirinya yang tertarik pada seorang Abdi Negara.

Dalam menggunakan media sosial masih ada narasumber yang tidak bisa mengontrol diri terhadap hal-hal yang bersifat pribadi, seperti yang dilakukan narasumber 1 (SI, 33 tahun) dan 4 (HL, 26 tahun). Hal ini ditunjukkan dari sikap narasumber yang membagikan kegiatan sehari-hari maupun informasi pribadi di media sosial, tanpa membatasi akses bagi orang lain. Sementara itu, ketiga narasumber yang lain seperti narasumber 2 (MY, 35 tahun), 3 (NT, 20 tahun), dan 5 (GA, 23 tahun) masih bisa membatasi informasi pribadi untuk dibagikan di media sosial. Hal tersebut bisa dilihat dari cara narasumber yang hanya membagikan kegembiraan atau momen-momen tertentu yang berkesan di media sosial.

Dalam interaksi yang terjadi pertama kali antara narasumber dengan pelaku love scamming, kelima narasumber telah menetapkan tujuan awal sebelum menjalin hubungan yang lebih dalam. Tujuan tersebut diantaranya adalah untuk hiburan, bermain-main, memenuhi kebutuhan material, maupun memenuhi kebutuhan emosional. Seperti penjelasan dari kelima narasumber berikut, narasumber 2 (MY, 35 tahun) menetapkan tujuan berinteraksi dengan pelaku pada awalnya hanya sebagai hiburan, narasumber 3 (NT, 20 tahun) dan 5 (GA, 23 tahun) mengaku menjalin interaksi dengan pelaku hanya untuk bermain-main, narasumber 1 (SI, 33 tahun) menjalin interaksi dengan pelaku karena menganggap pelaku dapat memenuhi kebutuhan materinya, sedangkan narasumber 4 (HL, 26 tahun) menjalin interaksi dengan pelaku karena menganggap pelaku dapat memberikan dukungan sosial dan emosional.

Dalam proses menjalin hubungan dengan pelaku love scamming, beberapa narasumber ada yang bisa membatasi diri dalam menceritakan masalah pribadi kepada orang lain, seperti yang dilakukan oleh narasumber 3 (NT, 20 tahun) dan 5 (GA, 23 tahun). Hal itu dikarenakan kedua narasumber belum sepenuhnya bisa percaya dengan orang asing. Sementara ketiga narasumber yang lain menunjukkan mudah menceritakan masalah pribadi kepada orang lain, seperti yang dilakukan oleh narasumber 1 (SI, 33 tahun), 2 (MY, 35 tahun), dan 4 (HL, 26 tahun). Hal tersebut dilandasi oleh rasa percaya yang dimiliki narasumber kepada cara pelaku memperlakukan mereka.

Kasus love scamming ini telah menimbulkan dampak yang sangat merugikan bagi korban. Dampak yang dialami oleh kelima narasumber bisa berupa material dan psikis. Kerugian dalam material yang dialami oleh narasumber bervariasi, mulai dari kehilangan uang sebesar satu juta hingga puluhan juta, tergantung seberapa lama narasumber menjalin hubungan dengan pelaku. Semakin lama korban menjalin hubungan dengan pelaku, semakin tinggi pula kerugian material yang akan

dikeluarkan. Sedangkan kerugian psikis yang dialami narasumber dapat berupa perasaan kecewa, takut, marah, trauma, perasaan tidak berharga, hingga keinginan untuk bunuh diri.

Persepsi Korban terhadap Pelaku Love scamming

Media sosial yang paling banyak digunakan pelaku dalam menjangkau korban adalah Facebook dan Instagram. Sementara itu, sebagian kecil pelaku juga menjangkau korban melalui aplikasi kencan online Tantan. Namun, dalam aplikasi kencan online tersebut juga dilatarbelakangi oleh niat dari korban sendiri untuk mencari pasangan yang sesuai dengan kriterianya. Meskipun demikian, ada juga narasumber yang dihubungi pelaku melalui berbagai media sosial untuk menarik perhatian, seperti yang dialami oleh narasumber 4 (HL, 26 tahun) di mana pelaku tidak hanya menghubungi korban melalui Instagram saja, tetapi juga Line, TikTok, Telegram, dan semua media sosial yang dimiliki korban. Pelaku juga mulai menjalin hubungan yang lebih intim melalui media bincang seperti WhatsApp dan nomor telepon. Pemilihan media bincang ini juga memudahkan pelaku dalam mengontrol umpan balik yang diberikan korban.

Untuk menarik kesan pada narasumber, pelaku membentuk identitas diri yang sesuai dengan pria idaman pada umumnya. Namun, dalam hal ini, pelaku juga menyesuaikan minat dan cara korban menampilkan diri di media sosial. Seperti yang dialami narasumber 1 (SI, 33 tahun) dan 5 (GA, 23 tahun), di mana pelaku menampilkan diri sebagai seorang Abdi Negara. Narasumber 1 (SI, 33 tahun) dengan pelaku yang mengaku sebagai Polisi dan narasumber 5 (GA, 23 tahun) dengan pelaku yang mengaku sebagai TNI. Hal ini sejalan dengan cara narasumber menampilkan diri di media sosial, narasumber 1 (SI, 33 tahun) sebagai sosok pekerja keras dan narasumber 5 (GA, 23 tahun) sebagai sosok berpendidikan yang tertarik dengan Abdi Negara. Pelaku selanjutnya menciptakan personifikasi sebagai orang Korea, menyesuaikan dengan narasumber 3 (NT, 20 tahun) yang suka membagikan hal-hal berbau idol Korea. Sementara pelaku yang lain menciptakan personifikasi sebagai seorang religius dan memiliki pekerjaan mapan, menyesuaikan dengan narasumber 2 (MY, 35 tahun) yang suka dengan hal-hal berbau agama dan narasumber 4 (HL, 26 tahun) yang menampilkan diri sebagai sosok berpendidikan dan ambisius.

Waktu yang digunakan pelaku untuk menjalin hubungan dengan korban sampai melakukan modus penipuan tersebut berbeda-beda. Tergantung dari bagaimana respons korban, seberapa mudah korban mendeteksi kebohongan, dan seberapa percaya korban terhadap manipulasi informasi dari pelaku. Seperti yang dialami oleh narasumber 1 (SI, 33 tahun), 2 (MY, 35 tahun), dan 3 (NT, 20 tahun) yang menjalin hubungan dengan pelaku selama satu minggu. Sedangkan narasumber 5 (GA, 23 tahun) menjalin hubungan dengan pelaku selama satu bulan, hal itu dikarenakan kepercayaan yang dimiliki korban kepada pelaku cukup rendah. Sementara itu, narasumber 4 (HL, 26 tahun) menjalin hubungan dengan pelaku selama kurang lebih satu tahun. Hal ini juga dikarenakan kepercayaan dan respons yang diberikan narasumber kepada pelaku pada awalnya rendah.

Untuk membangun kepercayaan korban, pelaku perlu membangun interaktivitas yang tinggi dalam berkomunikasi. Hal ini dapat dilihat dari cara pelaku memilih waktu untuk berkomunikasi, intensitas berbagi cerita, dan saluran komunikasi yang digunakan. Pemilihan waktu dalam berinteraksi juga dapat mempengaruhi fokus korban. Selain itu, cara pelaku yang lebih mendominasi

komunikasi seperti sering bercerita tentang kisah pribadi atau kegiatan sehari-harinya juga dapat mempengaruhi penilaian dan kepercayaan korban. Saluran komunikasi juga dapat meningkatkan interkativitas komunikasi. Komunikasi yang dilakukan secara langsung dinilai lebih efektif daripada komunikasi yang dilakukan melalui perantara media. Percakapan melalui video call juga dinilai lebih lebih efektif untuk menilai isyarat nonverbal dari pelaku maupun narasumber, dibandingkan melalui telepon.

Untuk menarik perhatian dan kepercayaan dari korban, pelaku perlu menerapkan strategi dalam berkomunikasi. Strategi tersebut diantaranya adalah penggunaan sapaan, penggunaan panggilan khusus untuk korban, penggunaan kalimat pujian, penggunaan janji-janji manis, dan penggunaan rekayasa narasi. Setiap narasumber mendapatkan perlakuan yang berbeda-beda dari pelaku. Narasumber 1 (SI, 33 tahun) mudah percaya dengan pelaku ketika mendapatkan panggilan khusus, pujian, dan janji-janji manis. Narasumber merasa mendapatkan perhatian dan kasih sayang yang penuh dengan perlakuan seperti itu. Sementara narasumber 2 (MY, 35 tahun) mudah percaya dengan pelaku hanya melalui sapaan seperti salam, janji-janji manis, dan karangan cerita berkedok agama. Narasumber 3 (NT, 20 tahun) percaya dengan pelaku melalui pujian-pujian. Narasumber 4 (HL, 26 tahun) melalui panggilan manis, pujian, dan karangan cerita seolah-olah bisa menjadi sosok yang diandalkan. Sedangkan narasumber 5 (GA, 23 tahun) percaya dengan pelaku melalui panggilan khusus. Semakin banyak strategi yang digunakan pelaku dalam berkomunikasi, semakin tinggi pula kepercayaan dan interaksi dari korban.

Pada tahap awal perkenalan dengan pelaku, kelima narasumber tidak ada yang merasa curiga terhadap profil dari pelaku. Hal tersebut dikarenakan pelaku belum berpengalaman sebelumnya atau hanya melihat profil pelaku secara sekilas. Kecurigaan mulai muncul dari cara pelaku berperilaku, menimpali pesan dari korban, dan mencari berbagai alasan ketika ada sesuatu yang mencurigakan terjadi. Selain itu, kecurigaan juga muncul karena ada perilaku yang tidak disengaja dari pelaku diketahui oleh korban.

Pelaku mulai mengontrol kecurigaan dari korban dengan melakukan tindakan- tindakan yang kurang menyenangkan, seperti sikap marah, agresif, pemaksaan, meminta belas kasihan, bahkan menggunakan ancaman. Hal itu dilakukan pelaku agar korban bisa menurunkan kecurigaannya dan tetap patuh dengan semua permintaan pelaku.

Motif yang dilakukan pelaku untuk melakukan penipuan berbeda-beda. Seperti mengirimkan tautan palsu, meminta bantuan karena kebutuhan mendesak, alasan meminjam uang, dan penggunaan ancaman dari foto dan video pelecehan seksual. Dalam proses tersebut, tentu pelaku membutuhkan waktu yang lama untuk menarik kepercayaan dan simpati korban, sehingga korban bisa dengan mudah memberikan uang kepada pelaku. Selain itu, pelaku juga menggunakan kecemasan dan kepanikan korban untuk melancarkan aksinya. Pemilihan waktu dalam meminta bantuan tersebut juga bisa mempengaruhi fokus korban.

Setelah narasumber mengetahui mereka terjat dalam penipuan love scamming, interaksi dengan pelaku mulai dibatasi. Bahkan, narasumber juga memberanikan diri untuk memutus hubungan dengan memblokir akun media sosial pelaku. Namun, pemutusan hubungan juga bisa dilakukan oleh pelaku terlebih dahulu seperti yang dialami oleh narasumber 2 (MY, 35 tahun) dan 5 (GA, 23 tahun).

Hal tersebut dikarenakan pelaku sudah berhasil mengambil uang dari korban dan penipuannya selama ini sudah terbongkar.

Pembahasan

Konteks dan Hubungan

Konteks dan hubungan diidentifikasi sebagai pengaruh utama pada pemahaman, perasaan, dan perilaku selama penipuan berlangsung (Littlejohn dan Foss, 2009). Konteks dalam hal ini berkaitan dengan ruang yang melekat saat komunikasi dilakukan. Konteks seperti interaksi tatap muka atau melalui video call dapat memberikan akses kepada penerima pesan untuk memahami isyarat nonverbal satu sama lain, sehingga akan menghasilkan pemikiran, perilaku, interpretasi, dan akurasi deteksi yang berbeda dengan konteks telepon atau melalui pesan teks yang memiliki sedikit isyarat nonverbal yang terdeteksi. Sedangkan hubungan berkaitan dengan jenis komunikasi yang dilakukan untuk menjelaskan hubungan yang seperti apa (Recoba dan Aestetika, 2022). Baxter dalam Kristin

E.J Nomleni (2023) menjelaskan bahwa hubungan dihasilkan melalui dialog, gagasan seseorang mengenai dirinya sendiri, orang lain, dan hubungan terbentuk selama komunikasi berlangsung melalui beberapa cara. Baxter juga menjelaskan bahwa hubungan bersifat dinamis dan komunikasi dapat mengatur persamaan dan perbedaan selama hubungan tersebut terjalin (Nomleni, 2023).

Sesuai dengan hasil analisis yang peneliti lakukan serta interpretasi data maupun triangulasi data, ditemukan bahwa dalam konteks pendekatan awal yang dilakukan pelaku kepada korban, komunikasi terjalin pertama kali melalui perantara media sosial. Pelaku mengirimkan pesan teks melalui inbox Facebook, direct message Instagram, maupun pesan teks aplikasi kencan online, sebelum menjalin komunikasi yang lebih intim melalui WhatsApp maupun telepon. Cara korban melakukan pengungkapan diri di media sosial juga dapat menjadi salah satu cara pelaku dalam membentuk identitas diri yang sesuai dengan harapan korban. Para pelaku love scamming akan memanipulasi identitas diri untuk menarik perhatian korban, sesuai dengan karakter pria idaman pada umumnya. Pada awalnya, alasan korban menanggapi pelaku dalam menjalin hubungan juga sebatas untuk hiburan dan bermain-main, tetapi pelaku mulai memberikan ekspektasi yang tinggi kepada korban untuk turut memenuhi kebutuhan material dan emosionalnya. Cara pelaku menggunakan panggilan khusus, kata-kata manis kepada korban, dan cerita yang dapat menarik sisi emosional korban secara tidak langsung juga dapat meningkatkan nilai hubungan yang positif. Korban juga merasa lebih akrab dengan pelaku karena panggilan-panggilan tersebut. Layaknya hubungan pada umumnya, pelaku akan membuat presentasi diri yang dapat menarik perhatian dan menciptakan kesan kepada korban.

Interaktivitas Komunikasi

Dalam proposisi ini dijelaskan bahwa semakin interaktif konteks komunikasi, semakin tinggi pula tingkat aktivitas dan strategi yang digunakan dalam berkomunikasi baik dalam isyarat nonverbal, dinamika komunikasi, dan tuntutan mengelola pesan yang menipu (Littlejohn dan Foss, 2009). Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan serta interpretasi data maupun triangulasi data, ditemukan bahwa kelima narasumber melihat adanya upaya yang dilakukan pelaku untuk meningkatkan interaktivitas komunikasi dalam melancarkan aksi penipuannya. Interaktivitas tersebut ditujukan untuk membangun kepercayaan korban terhadap

informasi atau pesan yang disampaikan pelaku. Untuk meningkatkan interaktivitas dalam berkomunikasi, pelaku menyusun beberapa taktik manipulasi yang berkaitan dengan pemilihan media interaksi, pemilihan waktu dalam berinteraksi, dan intensitas berbagi cerita.

Bias Kebenaran dan Kecurigaan

Berdasarkan hasil wawancara dan olah data, ditemukan bahwa kelima narasumber melihat pelaku love scamming melakukan pembentukan konsep diri untuk menyesuaikan harapan korban sebagai pria idaman pada umumnya. Konsep diri yang dibangun sejak awal sebelum bertemu dengan korban menjadi strategi atau taktik untuk menarik kepercayaan korban, yakni dengan menunjukkan diri sebagai sosok yang bertanggungjawab, perhatian, pekerja keras, mapan, maupun dapat diandalkan. Pembentukan profil media sosial pelaku sedemikian rupa yang menunjukkan latar belakang pekerjaannya, juga membuat korban menilai bahwa tidak ada hal yang mencurigakan dari pelaku. Setelah pelaku merasa konsep diri yang dibangunnya cukup, dalam mempengaruhi kepercayaan korban, pelaku akan mulai melakukan komunikasi secara verbal maupun nonverbal untuk bertindak sesuai dengan harapan korban. Hal ini dikarenakan bias kebenaran juga terbentuk seiring berjalannya waktu, menyesuaikan kecakapan pelaku dan respons korban dalam menanggapi penipuan. Dalam proses ini, pelaku akan menampilkan rekayasa cerita-cerita yang sesuai dengan permasalahan korban. Sesuai dengan penelitian ini, cerita yang ditampilkan pelaku di antaranya adalah cerita-cerita berkedok agama, menyedihkan, kemewahan, dan kesulitan-kesulitan yang tengah dihadapi pelaku. Keberhasilan pelaku dalam menyajikan kata-kata manis dan cerita-cerita yang dapat mempengaruhi sisi emosional korban merupakan salah satu taktik untuk melakukan tindakan kriminal. Adanya bias kebenaran sering kali membuat korban merasa semua yang dilakukan oleh pelaku adalah sebuah kejujuran. Namun, ada beberapa informasi yang kemungkinan bocor dan menimbulkan kecurigaan. Dalam hal ini, sering kali pelaku menggunakan kata-kata kasar, kemarahan, perilaku agresif, meminta belas kasihan, bahkan penggunaan ancaman untuk menutupi penipuan yang dilakukan.

Akurasi Penilaian

Sesuai dengan hasil wawancara dengan kelima narasumber dan olah data, dapat ditarik gambaran secara keseluruhan bahwa akurasi yang dilakukan oleh korban sering kali rendah. Korban sering kesulitan dalam mendeteksi penipuan karena pelaku terampil dalam berkomunikasi dan mempengaruhi sisi emosional korban. Hal ini seperti bagaimana cara pelaku dalam membangun kepercayaan korban dengan memuji, memberikan janji-janji palsu, dan mengarang cerita yang dapat menarik belas kasihan. Cara korban merespon cerita pelaku dengan turut membagikan masalah pribadi yang dialaminya juga menunjukkan bahwa pelaku dapat memanfaatkan kelemahan emosional korban untuk menciptakan persepsi yang salah dan mendukung kebohongan mereka. Keberhasilan para pelaku dalam memanipulasi informasi untuk melakukan tindakan kriminal dengan mengambil uang dari korban dengan berbagai modus penipuan atau tindakan seksual secara online yang digunakan dalam pemerasan, menunjukkan bahwa pelaku memiliki kredibilitas sebagai komunikator yang handal.

Ketika hubungan yang dipenuhi dengan perasaan saling percaya terbangun, skenario yang digunakan pelaku untuk melakukan modus penipuan menjadi momen paling penting bagi pelaku. Modus-modus yang digunakan pelaku untuk

mengambil uang dari korban juga berbeda-beda, diantaranya yakni: Pertama, memanipulasi korban untuk melakukan tindakan seksual yang dijadikan sebagai bahan pemerasan. Kedua, kebutuhan mendesak dengan alasan hanya meminjam dan permasalahan gaji yang belum turun. Ketiga, penggunaan rekening berupa tautan website. Keempat, kekurangan biaya transportasi. Meskipun, kemungkinan ada ketidakkonsistenan selama interaksi berlangsung, konteks interaktif dan kecakapan pelaku dalam memanipulasi informasi mampu menumbuhkan kepercayaan korban. Hingga akhirnya, korban menyadari bahwa mereka telah terjebak dalam penipuan dan mengalami kerugian material maupun emosional.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, persepsi korban tentang kasus love scamming secara garis besar dapat disimpulkan bahwa pelaku menggunakan taktik manipulasi informasi untuk menutupi kebohongan dan melancarkan aksi penipuannya. Taktik manipulasi informasi tersebut yakni, pertama dalam konteks dan hubungan berupa pemilihan media interaksi, manipulasi identitas diri seperti penggunaan foto profil dan latar belakang palsu, dan pembentukan citra diri yang dapat memenuhi ekspektasi korban sebagai sosok pria idaman pada umumnya.

Kedua, dalam interaktivitas berupa pemilihan media bincang yang intim, pemilihan waktu dalam berinteraksi, lama menjalin hubungan, penggunaan kata-kata manis, dan intensitas berbagi cerita. Ketiga, dalam bias kebenaran dan kecurigaan berupa pemilihan cerita-cerita yang dapat menarik sisi emosional korban dan penggunaan kata-kata kasar, kemarahan, perilaku agresif, atau ancaman untuk mengurangi kecurigaan korban.

Keempat, dalam akurasi penilaian berupa keberhasilan pelaku dalam menyusun skenario untuk mengambil uang dari korban, diantaranya yakni memanipulasi korban untuk melakukan tindakan seksual secara online yang kemudian direkam untuk dijadikan sebagai bahan pemerasan, kebutuhan mendesak dengan alasan hanya meminjam dan permasalahan gaji yang belum turun, penggunaan rekening berupa tautan website, dan permohonan kepada korban untuk membantu biaya transportasi dengan permasalahan keuangan yang dimanipulasi. Hingga akhirnya, semua korban menyadari bahwa mereka telah terjebak dalam penipuan dan mengalami kerugian.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dapat mengembangkan penelitian serupa dengan menggunakan metode, teori, lokasi, dan objek penelitian yang berbeda. Peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menganalisis lebih mendalam variasi demografis dan sosiokultural dari responden atau informan, misalnya berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, maupun latar belakang budaya untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif berkaitan dengan kasus love scamming. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menganalisis platform media sosial secara lebih spesifik dan memperbanyak referensi untuk mendapatkan lebih banyak pembandingan sebagai acuan penelitian.

Daftar Pustaka

Alavi, K., Mahbob, M. H., & Sooed, M. S. (2020). Strategi Komunikasi Penjenayah Cinta Siber Terhadap Wanita Profesional. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(3), 296-311.

- Astajaya, I. M. (2020). Etika Komunikasi di Media Sosial. *Widya Duta*, 15(1), 81-95.
- Avezahra, M., Puteri, N., Riquelme N, L., & Helmi, A. (2020). *Riset-Riset Cyberpsychology*. Zahir Publishing.
- Bilz, A., Shepherd, L., & Johnson, G. (2023). Tainted Love: A Systematic Review of Online Romance Fraud. *Interacting with Computers*, 35(6), 773-788.
- Budyatna, M. (2015). *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar Pribadi*. Prenadamedia.
- Budyatna, M., & Ganiem, L. M. (2011). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Kencana.
- Chen, X. (2023). Effect Analysis of Digital Communication of Social Media from the Perspective of New Media. *Communications in Humanities Research*, 10(1), 61-66.
- DeVito, J. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education.
- Hidayat, T. W. (2021). Analisis Percakapan Komunikasi dalam Menentukan Keberhasilan Pesan. *Jurnal Simbolika*, 7(2), 166-176.
- Horn, A. (2019). *Manipulation: Dark Psychology to Manipulate and Control People*. Independently Published.
- Howard, H., Griffin, D., & Arth, Z. (2021). Information manipulation and cognitive trust: an organizational replication and extension of IMT. *Atlantic Journal of Communication*, 30(3) 1-12.
- Judhita, C. (2015). Pola Komunikasi dalam Cybercrime (Kasus Love Scams). *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, 6(2), 29-39.
- Kartini, dkk. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Eureka Media Aksara.
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. Diakses pada 25 Maret 2024, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11th Edition). Waveland Press.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Kencana.
- Muhammad, F. S., & Muhammad, H. (2022). Cybercrime Through Love Scams: What Women Should Know? *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 8(2), 41-54.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Remaja Rosdakarya.
- Niman, S., Rothhaar, T., & Parulian, T. S. (2023). Online love fraud and the experiences of Indonesian women: a qualitative study. *International Journal of Public Health Science*, 12(3), 1200-1208.
- Nomleni, K. E. (2023). Analisis Fenomena Romance Scam dalam Komunikasi Interpersonal Love Scammer & Korban. *Jurnal Communio*, 12(2) 202-221.
- Priwidya, D., Jaya, N., & Sri, A. E. (2013). Penegakan Tindak Pidana Mayantara (Cybercrime) di Polrestabes Semarang. *Diponegoro Law Review*, 1(2), 1-13.
- Purna, R. S., Sartama, Milenia, T., & Afrilda, F. (2021). Pengungkapan Diri di Dunia Maya dan Kekerasan terhadap Perempuan. *Kafa'ah*, 11(2), 159-169.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Recoba, A. M., & Aesthetika, N. M. (2022). Kebohongan Antarpribadi di Era Self-Media. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(2), 215-235.
- Saverius, S., Palit, S. S., Aisyah, A. N., & Hutabarat, A. R. (2024). Strategi Penipuan Antarpribadi dalam Fenomena "Tinder Swindler" pada Pengguna Aplikasi Online Dating Bumble. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 117-125.
- Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Azzahra, I. (2022). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan)*. Pers Universitas Medan Area.

- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta.
- Syecha, & Sumanti, S. T. (2023). Analysis of Interpersonal Communication Patterns of Love Scams Mode on Social Media in Female Students in Medan City. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(1), 75-85.
- Wood, J. T. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita)*. Salemba Humanika.