DINAMIKA PSIKOLOGIS KORBAN *FAKE ACCOUNT SOCIAL MEDIA*

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program

Strata Satu (S1) Psikologi (S.Psi)

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Firmansyah

B77212105

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "DINAMIKA PSIKOLOGIS KORBAN *FAKE ACCOUNT SOCIAL MEDIA* " merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 23 Januari 2019

Firmansyah

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

DINAMIKA PSIKOLOGIS KORBAN *FAKE ACCOUNT SOCIAL MEDIA*

Oleh

Firmansyah

NIM. B77212105

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Ujian Skripsi

Surabaya, 24 Januari 2019

Dosen Pembimbing

Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag.

197209271996032002

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

DINAMIKA PSIKOLOGIS KORBAN *FAKE ACCOUNT SOCIAL MEDIA*

Yang disusun oleh
Firmansyah
B77212105

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
pada tanggal 08 Februari 2019
Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag.
Nip. 197209271996032002

Penguji I

Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag.
Nip. 197209271996032002

Penguji II

Dr. H. Munawir, M, Ag
Nip. 196508011992031005

Penguji III

Dr. S. Khorriyatul Khotimah, M.Psi, Psikolog
Nip. 197711162008012018

Penguji IV

Nailatin Fauziyah, S.Psi, M.Si
Nip. 197406122007102006

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Firmansyah
NIM : B77212105
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan
E-mail address : Tjatur firmansyah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
"DINAMIKA PSIKOLOGIS KORBAN FAKE ACCOUNT SOCIAL MEDIA"

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 February 2019

Penulis

Firman

(Firmansyah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui gambaran dinamika psikologis korban *fake account social media dan mengetahui dampak dinamika psikologis korban fake account social media.*

Subyek dalam penelitian ini terdiri dari empat orang, tiga perempuan dan seorang laki-laki yang menjadi korban dari fake account social media. Untuk data pendukung peneliti mengabil empat significant other sebanak empat orang, tiga orang perempuan dan seorang laki-laki.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Fokus dalam penelitian ini adalah pengaruh dinamika psikologiss korban fake account social media. Penelitian kualitatif dipilih karena fenomena yang diamati memerlukan pengamatan secara terbuka, lebih dekat dengan realita, kedekatan emosional antar peneliti dan responden sehingga didapatkan data yang lebih mendalam, dan bukan sekedar angka saja.

Hasil dari penelitian ini yaitu dinamika psikologiss korban fake account social media adalah sebuah akun yang dibuat oleh seseorang yang tidak bertanggung jawab yang memanfaatkan identitas orang lain yang bahkan pembuat akun tersebut tidak mengenalnya untuk melakukan penipuan dan mendapatkan keuntungan tersendiri dari korbannya, baik itu untuk kesenangan dan kepuasan saja bahkan untuk mencari pendapatan atau keuntungan finansial dari korbannya. Dampak yang ditimbulkan juga cukup beragam, dari yang ringan hingga yang berat.

Kata kunci: *Dinamika psikologis, Fake Account, Social Media*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii
PERNYATAAN iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
ABSTRAK xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Fokus Penelitian 7
C. Keaslian Penelitian 7
D. Tujuan Penelitian 12
E. Manfaat Penelitian 12
F. Sistematika Pembahasan 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Dinamika Psikologis 15
   1. Pengertian Dinamika Psikologis 15
   2. Persepsi 17
   3. Interakasi Sosial 21
   4. Kerugian 24
   5. Kesadaran 24
B. *Fake Account* 25
   1. Pengertian *Fake Account* 25
   2. Tujuan Membuat *Fake Account* 26
   3. Cara Mengetahui *Fake Account* di Media Sosial 27
C. *Social Media* 28
   1. Pengertian *Social Media* 28
   2. Jenis-jenis *Social Media* 30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 33
B. Kehadiran Peneliti 34
C. Lokasi Penelitian 34
D. Sumber Data 35
E. Prosedur Pengumpulan Data 36
F. Analisis Data 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Keabsahan Data 40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Setting Penelitian 43
B. Hasil Penelitian 47
   1. Deskripsi Temuan Penelitian 47
   2. Analisis Temuan Penelitian 57
C. Pembahasan 61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 70
B. Saran 70

DAFTAR PUSTAKA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Identitas Sumber Data Primer 35
Tabel 3.2 Identitas Sumber Data Sekunder..... 36
Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan Dokumentasi dan Wawancara 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Halaman
Gambar 2.1 Skema Proses Terjadinya Persepsi 19
Gambar 4.1 Skema Hasil Penelitian Subyek 1 (QAH) 64
Gambar 4.2 Skema Hasil Penelitian Subyek 2 (NCF) 65
Gambar 4.3 Skema Hasil Penelitian Subyek 3 (ZID) 67
Gambar 4.4 Skema Hasil Penelitian Subyek 4 (FLS) 68

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1: Guide interview subyek 75
Lampiran 2: Guide interview *significant other*..... 76
Lampiran 3: Verbatim subjek 1, 2, 3, 4..... 77
Lampiran 4: Verbatim *significant other* 1, 2, 3, 4..... 88
Lampiran 5: Bukti interaksi subjek dengan *fake account* 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (dalam Kaplan, 2010) mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content".

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook*, *MySpace*, dan *Twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka pada media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpertisipasi dengan memberi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *Facebook* atau *Twitter* misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan *social media* dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna sosial media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

Dalam hal ini terkadang banyak pihak yang menyalahgunakan media sosial untuk perbuatan yang kurang menyenangkan seperti penipuan, *bullying*, penyebaran berita palsu, dan masih banyak lagi. Penyalahgunaan media ini tentunya menimbulkan berbagai masalah, seperti kesenjangan sosial, *labeling*,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan *cyber crime*. Selain itu dalam berinternet para pengguna internet *(netter)* diberi kebebasan dengan banyaknya fitur internet seperti *mailing*, *chatting*, *gaming*, serta jejaring sosial.

Ketika menggunakan fitur tersebut kita biasanya tidaklah sendiri, melainkan kita bertemu *netter* lain baik secara langsung maupun tidak dan karena hal tersebut muncullah komunikasi diantara para *netter* karena desakan kebutuhan manusia seperti kebutuhan akan aktualisasi diri dan kebutuhan akan eksistensi orang lain. Dari komunikasi itulah timbul ketertarikan antara netter satu dengan lainnya seperti seorang *gamer* yang menjagokan karakter buatan orang lain yang jauh lebih kuat dari karakter game yang ia buat, atau seorang pengguna jejaring sosial yang tertarik dengan lawan jenis setelah melihat gambar profil orang lain yang dianggapnya menarik, bahkan dengan fitur *teleconference* yang juga disediakan dalam berinternet menambah peluang terjadinya ketertarikan antara *netter* satu dengan lainnya.

Sejalan berkembangnya ketertarikan interpersonal dalam internet muncullah suatu *relationship* (hubungan) seperti pertemanan, murid-guru, kelompok, hubungan kerja, bahkan hubungan kekasih. Namun dalam berjalannya waktu, relasi tersebut tidak sepenuhnya lancar atau berjalan dengan baik, bahkan ada beberapa kejadian dimana suatu relasi rusak karena beberapa hal salah satunya akun palsu (*fake account).*

Sebagai contoh nyata ada sebuah kasus mengenai *fake account* yang diberitakan oleh Tribunnews.com yaitu seorang pria berinisial IWDA (28) melakukan tindak kriminal penipuan dengan modus, menggunakan akun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

facebook palsu. Pelaku dibekuk polisi dari jajaran Ditreskrimsus Polda Bali pada Senin kemarin.Hal ini disampaikan Kasubdit II AKBP Agung Kanigoro Nusantoro, Kasubdit II Ditreskrimsus Polda Bali, Rabu (13/12/2017) kepada awak media diruang rapat Ditreskrimus Polda Bali. "Dimana pelaku mengambil foto-foto dari akun *Facebook* Wimala Ayu dan menguploadnya di *fake account Facebook* dengan nama Bintang Ayura. Lalu akun tersebut memperdayai akun *Facebook* lain untuk meminta sejumlah uang," jelas AKBP Agung Kanigoro. Kasus ini terbongkar setelah pemilik akun *Facebook* Wimala Ayu, mendapatkan informasi fotonya telah disalahgunakan oleh orang lain. Wimala Ayu melihat banyak foto-fotonya dipasang oleh pelaku, dan melaporkannya kepada Ditreskrimsus Polda Bali.Setelah ditelusuri polisi, terungkap bahwa akun *Facebook* bernama Bintang Ayura merupakan akun palsu. Adapun penggunanya adalah pelaku. Melalui akun tersebut IWDA meminta sejumlah uang kepada orang lain. Dari pelaku diamankan barang bukti *handphone* merk *Oppo*, buku rekening BCA, kartu ATM BCA, STNK sepeda motor.Pelaku dijerat dengan Pasal 32 Jo Pasal 48 dan/atau Pasal 51 Jo Pasal 35 UU RI nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas UU nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE dengan ancaman hukuman maksimal 12 tahun penjara **(**Tribunnews.com**).**

Dari contoh tersebut dapat diketahui bahwa dalam dunia maya seorang *netter* dapat menggunakan *fake account* sebagai identitas palsu yang dirancang seseorang pada akun sosial medianya, atau bisa juga orang tersebut memalsukan sebagian statusnya seperti seorang yang telah menikah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memasang status *single*, bahkan memalsukan identitas diri pada *Facebook*nya untuk mencari perhatian orang lain atau memudahkannya mencapai sesuatu.

Selain contoh kasus diatas, pada kehidupan sehari-hari masih banyak bahkan sering terjadi penyalahgunaan akun yang mengakibatkan kerugian di pihak korban dan bisa saja terjadi pada orang-orang sekitar serta diri kita sendiri apabila tidak berhati-hati dalam menggunakan media sosial.

Indonesiaadalah negara hukum yang melindungi warganya termasuk dalam hal bersosial media, sudah ada pasal-pasal yang mengatur tentangpenggunaan media sosial. Berikut adalah pasal-pasal yang mengatur penggunaan media sosial :

1. Pasal 35

   Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan, penghilangan, pengrusakan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dengan tujuan agar Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik tersebut dianggap seolah-olah data yang otentik.

2. Pasal 51 ayat (1)

   Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah).

   Perbuatan membuat akun media sosial palsu atas nama orang tertentu, termasuk membuat akun media sosial palsu atas nama artis, aktor, atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

selebriti tertentu diatur dalam 35 dan Pasal 51 ayat (1) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dengan analisis sebagai berikut:Dalam Pasal 35 dan Pasal 51 ayat (1) diatur bahwa Setiap Orang yang melakukan penciptaan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik agar dianggap seolah-olah data yang otentik diancam dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak dua belas miliar rupiah.

Akun media sosial merupakan salah satu bentuk dari Informasi Elektronik. Hal tersebut sebagaimana pengertian dari Informasi Elektronik yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yaitu:

Pasal 1 angka 1

Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk, tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, electronic data interchange (EDJ), surat elektronik (electronic mail), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti. atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. (Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik).

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat hal yang menarik untuk diteliti yaitu bagaimana persepsi seorang pengguna sosial media yang menjadi korban dari *fake account* , dikarenakan akhir-akhir ini cukup banyak remaja-remaja bahkan orang dewasa pun menjadi korban penipuan yang mana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menimbulkan kerugian materil dan moril. Seiring dengan makin banyaknya fenomena penipuan yang disebabkan oleh *fake account* di sosial media maka penulis akan meneliti lebih jauh tentang presepsi korban *fake account* .

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang di atas dapat ditarik beberapa fokus penelitian yang akan diteliti mengenai respon terhadap *fake account* di media sosial, yakni:

1. Bagaimana gambaran dinamika psikologiss korban *fake account social media*?

2. Bagaimana dinamika psikologiss korban *fake account social media*?

C. Keaslian Penelitian

Untuk melengkapi, penulis menggunakan referensi dan kajian dari beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sama dengan penelitian ini, yaitu tentang *fake account social media*. Penelitian tersebut antara lain dilakukan oleh:

1. Kathrina Krombholz, dkk (2012), yang meneliti tentang "*Fake Identities in Social media: A Case Study on the Sustainability of the Facebook Business Model*". Penelitian ini meneliti tentang potensi jejaring sosial yang sering disalahgunakan oleh pengguna jahat yang mengambil informasi privasi sensitif pengguna yang tidak menyadarinya. Salah satu cara paling umum untuk pengambilan data dalam skala besar adalah penggunaan identitas palsu, di mana pengguna jahat menampilkan identitas diri sebagai orang-orang fiktif atau nyata. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasiimplikasi profil pengguna palsu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di *Facebook*. Untuk melakukannya, penelitian ini membuat yang komprehensif pada saat pengambilan data, percobaan rekayasa sosial, dan menganalisis interaksiantara identitas palsu dan pengguna biasa yang berimbas pada rusaknya bisnis *Facebook*.

2. Che Su, dkk (2014), yang meneliti tentang "Persepsi dan Penggunaan Media Sosial dari Perspektif Ibu Bapa: Satu Analisis Kualitatif". Penelitian ini membahas mengenai peran sosial media terhadap hubungan orang tua dan anak dalam hal silaturrahmi, pekerjaan, akademis, dan lain-lain. Sampel penelitian terdiri dari 8 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa seorang anak yang jauh dari orang tua aan semakin jauh ketika ia menjalin relasi dengan teman di sosial media sehingga orang tua merasa anak-anak mereka dapat menyelesaikan tekanan dengan bantuan media sosial, terutama *Facebook*.Hal ini menyebabkan orang tua lebih bergantung pada media sosial untuk memantau aktivitas anaknya.
3. Harvey Jersic Sikape (2014), yang meneliti tentang "Persepsi Komunikasi Pengguna Media Sosial Pada Blackberry Messenger *Twitter* dan *Facebook* oleh Siswa SMAN 1 Tahuna." Penelitian ini membahas mengenai persepsi pengguna media sosial terhadap intensitas penggunaan media sosial dalam berkomunikasi, cara berkomunikasi, pesan yang disampaikan dan efektivitas komunikasi di media sosial. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan informan berasal dari siswa SMAN 1 Tahuna dengan mengacu pada teori Dettermenisme teknologi Marsal McLuhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknologi media sosial berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari siswa SMAN 1 Tahuna, (2) Saat menggunakan media sosial, siswa SMAN 1 Tahuna sering meluapkan emosi melalui media sosial dengan cara menyindir orang lain, (3) Siswa SMAN 1 Tahuna menggunakan media sosial untuk berkomunikasi sudah berlebihan sehingga menyita banyak waktu, (4) Siswa SMAN 1 Tahuna dalam menyampaikan pesan lebih nyaman melalui media sosial, pesan-pesan yang berhubungan dengan perasaan mereka.

4. Errika Dwi Setya Watie (2011), meneliti tentang "Komunikasi dan Media Sosial (*Communications and Social media*)". Penelitian ini menjelaskan bahwamedia sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Kehadiran dan pengembangan internet membawa cara baru tentang bagaimana berkomunikasi dalam kehidupan sosial. Media sosial memberikan dan mengubah paradigma komunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi di media sosial tidak dibatasi oleh jarak, waktu, dan ruang. Hal itu bisa terjadi di mana saja, kapan saja,tanpa harus bertatap muka untuk berbicara. Bahkan media sosial dapat meniadakan status sosial yang sering menjadi penghalang dalam berkomunikasi. Media sosial telah mengubah dunia. Tingkat komunikasi bergabung menjadi suatu wadah yang disebut media sosial. banyak muncul konsekuensi yang harus diwaspadai, dalam media sosial membuka peluang setiap individu yang terlibat di dalamnya menyalurkan pendapatnya dengan bebas. Namun, harus tetap mengendalikan diri, agar memiliki kebebasan berkomunikasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang tidak melanggar batas-batas etika dan tidak menyinggung orang lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan kehadiran dunia virtual, membuka kesempatan tiap pihak yang terlibat untuk mengeksistensikan dirinya dengan lebih luas. Apalagi bagi mereka yang aktif di *social media*. Melalui status, komentar, notes, dan berbagai fasilitas dalam *social media* tersebut banyak orang berusaha menunjukkan keberadaannya dengan terus meng-update segala perkembangan yang ada. Suatu perkembangan yang jika di dunia nyata tak mungkin disampaikan, maka di dunia *social media*, perkembangan ini bisa menjadi konsumsi publik secara umum.

5. Christine Greenhow (2011), yang meneliti tentang "*YOUTH, LEARNING, AND SOCIAL MEDIA"*. Penelitian ini membahas mengenai tren 10 tahun terakhir dalam dunia pendidikan yang mulai berbasis pada internet, menghasilkan perubahan pada konteks pembelajaran dan memunculkan kompetensi baru yang diinginkan oleh pelajar, guru, dan administrator. Hal ini berdampak pada konstruksi untuk pembelajaran, instuksi, serta langkah untuk penelitian masa depan.Konektivitas internet di sekolah, rumah, lingkungan, dan komunitas telah menjadisemakin berkembang, memungkinkan perluasan situs untuk pembelajaran formal dan informal. Selain itu, kemajuan teknologi telah berkontribusi semakin banyak terhadap media sosial, istilah yang sering digunakan secara bergantian dengan Web 2.0, untuk merujuk ke aplikasi online yang mempromosikan pengguna, interkoneksi mereka, dan konten yang dibuat pengguna

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(Barnes, 2006; Cormode & Krishnamurthy, 2008). Sembilan puluh persen remaja usia sekolah sekarang menggunakan Internet secara teratur, dengan lebih dari 75% remaja berusia 12 hingga 17 tahun menggunakan media sosial

6. Tayyebeh Heivadi dan Datis Khajeheian (2013), yang meneliti tentang "*Construction of Social Identity in Social media: An investigation of Iranian Users' Appearance in Facebook*". Jurnal penelitian ini membahas mengenai pentingnya hal yang terkait pembentukan identitas sosial di media sosial. Penelitian ini memberikan perhatian akademis kepada subyek dengan fokus pada budaya regional, perbedaan pengguna *Facebook* sebagai jaringan sosial yang paling luas. Menggunakan kerangka yang terdiri dari tiga dimensi, pengguna *Facebook* di Iran belajar tentang variabel yang membangun identitas sosial. Temuan menunjukkan ituhampir setengah pengguna *Facebook* Iran tidak memberikan nama lengkap mereka, dan membuat beberapa nama samaran atau menggunakan singkatan membuatnya sulit ditemukan oleh orang lain. Hampir 40% dari mereka mendapat manfaat dari profil palsu di samping akun utama mereka untuk menjelajahi *facebook* dan berbagi konten yang tidak mereka suka untuk mereka, seperti artikel satir atau tabu. Banyak dari mereka yang membatasi tingkat akses ke profil mereka untuk menjadikan media sosial sebagai "ruang sosial privat". Para penulis menyimpulkan bahwa identitas sosial bergabung dengan identitas asli pengguna, dengan demikian mereka peduli citra sosial mereka di ruang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media sosial. Banyak pengguna percaya bahwa meskipun ada kebebasan untuk bersenang-senang dengan konten di media sosial, dan berbagi artikel. Jadi mereka menggunakan beberapa kebijakan untuk menikmati keisengan media sosial tanpa terluka oleh kegiatan di dalamnya.

Dalam penelitian lain, hanya meneliti tentang kelebihan dan kekurangan menggunakan *social media* dalam kehidupan sehari-hari namun belum ada penelitian tentang korban *fake account* . Untuk itu, penulis akan membahas dari sudut pandang lain yang merupakan permasalahan baru, bukan duplikasi atau pun replikas dari penelitian lama sehingga tidak memiliki persamaan dengan penelitian lain. Penelitian ini akan memperdalam lagi dinamika psikologiss korban dari *fake account* ketika menggunakan sosial media, sehingga kedepannya dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran dampak psikologi korban *fake account social media*.
2. Untuk mengetahui dinamika psikologiss korban *fake account social media.*

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan dari penelitian adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Kegunaan Teoritis

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan, acuan, maupun referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian tentang dinamika psikologis korban *fake account social media*.

2. Kegunaan Praktis

   a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk mengetahui dinamika psikologis pada *fake account social media*.

   b. Dalam penelitian ini diharapkan agar penguna *social media* lebih bijak dalam menggunakannya.

F. Sistematika Pembahasan

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dalam hal ini terkadang banyak pihak yang menyalahgunakan media sosial untuk perbuatan yang kurang menyenangkan seperti penipuan, *bullying*, penyebaran berita palsu, dan masih banyak lagi. Penyalahgunaan media ini tentunya menimbulkan berbagai masalah, seperti kesenjangan sosial, *labeling*, dan *cyber crime*. Selain itu dalam berinternet para pengguna internet(netter) diberi kebebasan dengan banyaknya fitur internet seperti mailing, chatting, gaming, serta jejaring sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan latar belakang tersebut terdapat hal yang menarik untuk diteliti yaitu bagaimana persepsi seorang pengguna sosial media yang menjadi korban dari *fake account* , dikarenakan akhir-akhir ini cukup banyak remaja-remaja bahkan orang dewasa pun menjadi korban penipuan yang mana menimbulkan kerugian materil dan moril. Seiring dengan makin banyaknya fenomena penipuan yang disebabkan oleh *fake account* di sosial mediamaka penulis akan meneliti lebih jauh tentang presepsi korban *fake account* .

Teori yang digunakan dalam penelitian ini ada empat yaitu persepsi, *fake account, social media,* interaksi sosial, kerugian, dan kesadaran diri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Kemudian data dianalisis dengan metode trianggulasi.

Hasil dai penelitian ini adalah semua subyek mempersepsikan bahwa *fake account social media* adalah sebuah akun yang dibuat oleh seseorang yang tidak bertanggung jawab yang memanfaatkan identitas orang lain dan bahkan pembuat akun tersebut tidak mengenalnya untuk melakukan penipuan dan mendapatkan keuntungan tersendiri dari korbannya, baik itu untuk kesenangan dan kepuasan saja atau untuk mencari pendapatan atau keuntungan finansial dari korbannya. Selain itu dampak yang ditimbulkan juga cukup beragam, dari yang ringan hingga yang berat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Dinamika Psikologis

1. Pengertian Dinamika Psikologis

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, dinamika diartikan sebagai gerak atau kekuatan secara terus menerus yang dimiliki sekumpulan orang dalam masyarakat yang dapat menimbulkan perubahan dalam tata hidup masyarakat tersebut (Daryanto, 1998).

Sedangkan psikologis adalah ilmu yang mempelajari tentang perilaku atau aktivitas-aktivitas individu. Perilaku atau aktivitas-aktivitas tersebut dalam pengertian luas yaitu perilaku yang tampak atau perilaku yang tidak tampak, demikian juga dengan aktivitas-aktivitas tersebut di samping aktivitas motoric juga termasuk aktivitas emosional (Walgito, 2010).

Dinamika psikologis merupakan sebuah tenaga kekuatan yang terjadi pada diri manusia yang mempengaruhi mental atau psikisnya untuk mengalami perkembangan dan perubahan dalam tingkah lakunya sehari-hari bauk itu dalam pikirnya, perasaannya ataupun perbuatannya (Walgito, 2010).

Aspek psikologis yang diteliti pada penelitian sebelumnya cukup banyak. Terdapat beberapa penelitian tentang dinamika psikolgis, diantaranya oleh: Ikhsani (2015), Naafi (2015), Hapsari (2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Aspek psikologis yang diteliti oleh Ikhsani (2015) adalah:

a. Karakter akademis
b. Karakter sosial
c. Karakter mental
d. Karakter fisik
e. Karakter antar perorangan

Aspek psikologis yang diteliti oleh Naafi (2015) adalah:

a. Kekerasan dalam pacaran
b. Pacaran
c. Mekanisme pertahanan diri
d. Integritas diri
e. Disonansi kognitif
f. Cinta

Aspek psikologis yang diteliti oleh Hapsari (2016) adalah

a. Hakikat kekerasan dalam rumah tangga
b. Jenis-jenis kekerasan
c. Relasi orang tua-anak
d. Gaya pengasuhan dan interaksi orang tua-anak
e. Arti pengalaman dan perasaan

Dalam penelitian ini dinamika psikologis pada korban *fake account social media* yang akan diteliti adalah pada aspek:

Persepsi, Interaksi Sosial, Kerugian, dan Kesadaran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi berasal dari bahasa Inggris yakni dari kata *perception* yang berarti penglihatan, keyakinan dapat melihat atau mengerti" (Muchtar, T.W.,2007).

O'Brien, Daniel mengungkapkan bahwa persepsi merupakan isu sentral dalam epistemologi (cabang ilmu filsafat tentang dasar-dasar dan batas-batas pengetahuan), teori pengetahuan. Pada akar, semua pengetahuan empiris kita didasarkan pada bagaimana kita melihat, mendengar, menyentuh, bau dan rasa dunia di sekitar kita (Couto, 2016).

Untuk lebih jelasnya akan dikutip beberapa pengertian tentang persepsi yang dikemukakan oleh beberapa ahli: Kotler (2000) menjelaskan persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Menurut Mangkunegara (dalam Arindita, 2002) berpendapat bahwa persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan (Danarjati, 2013).

Desiderato (Muchtar, T.W.,2007) mengemukakan: "Persepsi adalah pengamatan tentang objek-objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimuli*)".

Menurut Ensiklopedia Umum (Muchtar, T.W., 2007): "Persepsi adalah proses mental yang menghasilkan bayangan individu sehingga dapat mengenal suatu objek dengan jalan asosiasi pada suatu ingatan tertentu, baik secara indera penglihatan, indera perabaan dan sebagainya, sehingga bayangan itu dapat disadari".

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa pada dasarnya persepsi merupakan suatu pengamatan individu atau proses pemberian makna sebagai hasil pengamatan tentang suatu objek, peristiwa, dan sebagainya melalui panca inderanya, yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan sehingga seseorang dapat memberikan tanggapan mengenai baik buruknya atau positif negatifnya hal tersebut.

b. Tahap-tahap Persepsi

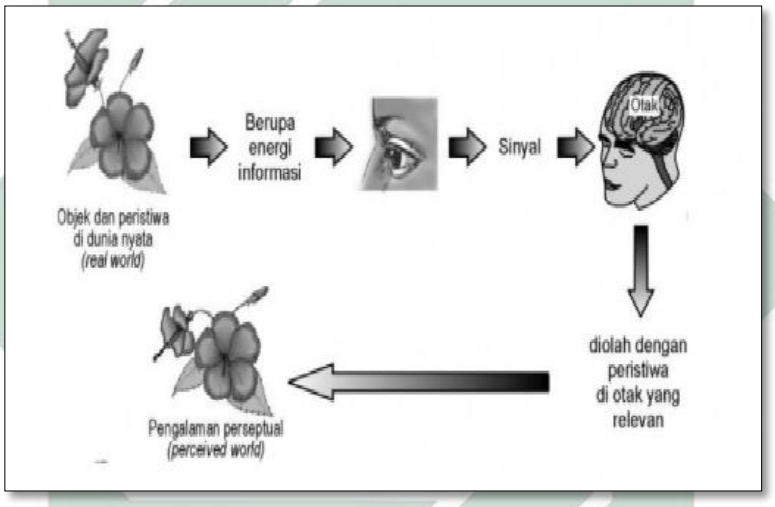
Walgito (dalam Danarjati, 2012) menyatakan bahwa terjadinya presepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut:

1) Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indra manusia.
2) Tahap kedua, merupakan hal yang dikenal dengan proses fisiologis, merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indra) melalui saraf-saraf sensoris.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Tahap ketiga, merupakan tahap yang dikenal dengan proses psikologik, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimus yang diterima oleh reseptor.
4) Tahap keempat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

Berikut ini adalah skema yang menggambarkan bagaimana proses persepsi terjadi (Armando, 2014)



Gambar 2.1 Skema Proses Terjadinya Persepsi

Objek atau peristiwa di dunia nyata awalnya diterima oleh alat indra berupa energi atau infomasi (stimulus). Stimulus tersebut kemudian akan dirubah oleh alat indra menjadi sinyal yang dimengerti oleh otak. Komputer pada otak akan mengelolanya dengan membandingkannya dengan peristiwa-peristiwa yang relevan tersimpan di otak, sehingga menjadi pengalaman persepsi.

Dengan melakukan persepsi, manusia memperoleh pengetahuan baru. Pesepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Jika sensasi adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

proses kerja indra kita maka persepsi adalah cara kita memproses data indrawi tersebut menjadi informasi agar dapat kita artikan.

c. Faktor-faktor Dalam Persepsi

Ada sejumlah faktor yang bekerja untuk membentuk dan terkadang memutar balikkan persepsi. Faktor-faktor tersebut yaitu:

1) Pelaku persepsi (perceiver)
2) Objek atau yang dipersepsikan
3) Konteks dari situasi darimana persepsi itu dilakukan

Menurut Oskamp ada empat karakteristik penting dari faktor-faktor pribadi dan sosial yang terdapat dalam persepsi, yaitu:

1) Faktor-faktor ciri dari objek stimulus
2) Faktor-faktor pribadi seperti intelegensi, minat.
3) Faktor-faktor pengaruh kelompok
4) Faktor-faktor perbedaan latar belakang kultural

d. Aspek-aspek Persepsi

Adapun aspek-aspek persepsi (dalam Danarjati, 2012) yakni:

1) Komponen kognitif

Yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek sikapnya. Dari pegetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang objek sikap tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Komponen afektif.

Yaitu berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Jadi sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

4) Komponen konatif.

Yaitu merupakan kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubugan dengan objek sikapnya.

3. Interaksi Sosial

a. Pengertian Interaksi Sosial

Interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, sehingga terdapat hubungan yang saling timbal balik. Hubungan tersebut dapat terjadi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok. (Walgito, 2007 dalam Choirul, 2016)

b. Aspek-Aspek Interaksi Sosial

Aspek interaksi sosial dibagi menjadi dua (Soekanto, 2002 dalam Choirul, 2016), yaitu:

1) Aspek kontak sosial, merupakan peristiwa terjadinya hubungan sosial antara individu satu dengan lain. Kontak yang terjadi tidak hanya fisik tapi juga secara simbolik seperti senyum, jabat tangan. Kontak sosial dapat positif atau 9 negatif. Kontak sosial negatif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengarah pada suatu pertentangan sedangkan kontak sosial positif mengarah pada kerja sama.

2) Aspek komunikasi. Komunikasi adalah menyampaikan informasi, ide, konsepsi, pengetahuan dan perbuatan kepada sesamanya secara timbal balik sebagai penyampai atau komunikator maupun penerima atau komunikan. Tujuan utama komunikasi adalah menciptakan pengertian bersama dengan maksud untuk mempengaruhi pikiran atau tingkah laku seseorang menuju ke arah positif.

c. Faktor-Faktor yang Mempengeruhi Interaksi sosial

Faktor-Faktor yang mempengaruhi interaksi sosial ada enam (Monks, 2002 dalam Choirul, 2016) yaitu:

1) Jenis kelamin. Kecenderungan laki-laki untuk berinteraksi dengan teman sebaya/sejawat lebih besar daripada perempuan.
2) Kepribadian ekstrovert. Orang-orang ekstrovert lebih komformitas daripada introvert.
3) Besar kelompok. Pengaruh kelompok menjadi makin besar bila besarnya kelompok semakin bertambah.
4) Keinginan untuk mempunyai status. Adanya dorongan untuk memiliki status inilah yang menyebabkan seseorang berinteraksi dengan sejawatnya, individu akan menemukan kekuatan dalam mempertahankan dirinya di dalam perebutan tempat atau status terlebih di dalam suatu pekerjaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Interaksi orang tua. Suasana rumah yang tidak menyenangkan dan tekanan dari orang tua menjadi dorongan individu dalam berinteraksi dengan teman sejawatnya.
6) Pendidikan. Pendidikan yang tinggi adalah salah satu faktor dalam mendorong individu untuk interaksi, karena orang yang berpendidikan tinggi mempunyai wawasan pengetahuan yang luas, yang mendukung dalam pergaulannya.

d. Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Bentuk-bentuk interaksi sosial ada empat (Sarwono dan Meinarno, 2009 dalam Choirul, 2016), yaitu:

1) Kerjasama, adalah suatu kegiatan yang dilakukan bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan dan ada unsur saling membantu satu sama lain.
2) Persaingan, yaitu suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan untuk meniru atau melebihi apa yang dilakukan atau dimiliki oleh orang lain.
3) Konflik, merupakan suatu ketegangan yang terjadi antara dua orang atau lebih karena ada perbedaan cara pemecahan suatu masalah.
4) Akomodasi, suatu usaha yang dilakukan seseorang untuk mengurangi ketegangan, perbedaan, dan meredakan pertentangan dengan melakukan kompromi sehingga terjadi suatu kesepakatan dengan pihak lain yang bersangkutan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Kerugian

Kerugian berasal dari kata dasar rugi. Kerugian adalah sebuah homonim karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Kerugian memiliki arti dalam kelas verba atau kata kerja sehingga kerugian dapat menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya dan nomina atau kata benda sehingga kerugian dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Kerugian memiliki 4 arti, yaitu: (KBBI Online, 2019)

a. Kerugian berarti menanggung atau menderita rugi (verba)
b. Kerugian berarti perihal rugi (nomina)
c. Kerugian berarti sesuatu yang dianggap mendatangkan rugi/tentang kerusakan (nomina)
d. Kerugian berarti ganti rugi (nomina)

5. Kesadaran

Kesadaran menurut bahasa adalah mawas diri (*awareness*). Sedangkan menurut istilah dapat diartikan sebagai kondisi dimana seorang individu memiliki kendali penuh terhadap stimulus internal maupun stimulus eksternal.

Kesadaran menurut Sigmund Freud adalah bahwa alam sadar adalah satu-satunya bagian yang memiliki kontak langsung dengan realitas. Kesadaran itu merupakan suatu bagian terkecil atau tipis dari keseluruhan pikiran manusia. Hal ini dapat diibaratkan seperti gunung es

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ada di bawah permukaan laut, dimana bongkahan es itu lebih besar di dalam ketimbang yang terlihat di permukaan.

Terdapat dua macam kesadaran, yaitu:

a. Kesadaran pasif

Yaitu keadaan dimana seorang individu bersikap menerima segala stimulus yang diberikan pada saat itu, baik melalui internal maupun eksternal.

b. Kesadaran aktif

Yaitu kondisi dimana seseorang menitikberatkan pada inisiatif dan mencari dan dapat menyeleksi stimulus-stimulus yang diberikan.

B. *Fake Account*

1. Pengertian *Fake Account*

Fake account memiliki makna akun palsu atau akun tidak asli artinya data-data yang digunakan oleh pemalsu akun adalah adata-data milik orang lain. data-data yang digunakan meliputi nama, foto, alamat, dan lain-lain. Biasanya foto yang mereka gunakan atau bagikan tidak relevan dengan foto-foto yang lain. Sayangnya banyak pengguna internet yang masih tertipu oleh akun palsu meskipun sudah mengetahui ciri-cirinya.

Fake account biasanya digunakan untuk perbuatan tidak terpuji misalnya penipuan, carding, perjudian, dan pornografi. Carding adalah aktivitas pembelian barang di internet menggunakan kartu kredit bajakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penipuan jenis ini biasa dilakukan oleh hacker yang mengetahui cara-cara dalam mencuri uang orang lewat internet (Rahmania, 2010).

2. Tujuan Membuat *Fake account*

Tujuan mendasar motif membuat *fake account* di media sosial adalah (Nino, 2016):

a. Akun palsu dibuat untuk memantau aktivitas seseorang atau kelompok

Bagian ini meliputi seseorang yang tidak menyukai hingga seseorang yang menyukai. Pelaku ingin lebih mengetahui atau memantau tentang target dengan sesi percakapan yang akan diajukan secara lebih mendalam, atau hanya sekedar mengobati rasa ke ingin tahuannya.

b. Akun palsu dibuat untuk tujuan bisnis

Pemalsu akun jenis ini biasanya adalah pelaku yang sudah memiliki pengetahuan lebih di bidang internet marketing (IM). Akun palsu jenis ini menjadi akun multi atau multi fungsi, mengingat akun ini dapat dijadikan media promosi *link affiliasi*, link tersembunyi yang dipendekan, promosi website atau blog (situs) dan lain sebagainya.

c. Akun palsu dibuat untuk kepuasan batin atau kesenangan

Jenis akun ini di buat oleh para pelaku hanya untuk kepuasan diri secara pribadi dan dijadikan sebagai akun pelepas amarah, kesenangan, kenakalan dan sebagainya. Akun jenis ini kebanyakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimiliki oleh pelaku yang sebetulnya masih gampang untuk dikelabui juga dengan metode serupa.

d. Akun palsu dibuat untuk menggiring opini publik

Diarahkan atau digiring berdasarkan ideologi dan ambisi pembuat akun palsu. Jenis akun ini biasanya di buat oleh kelompok, organisasi atau individu yang memiliki kepentingan. Akun palsu seperti ini bangkit di masa-masa kritis atau bangkit pada masa-masa dimana dunia *perpolitikan*sedang greget-gregetnya.

3. Cara Mengetahui *Fake account* di Media Sosial

Ada beberapa ciri-ciri yang dimiliki oleh *fake account* sehingga dapat membedakan dengan akun asli (Maulana, 2017 dalam Brilio.net), antara lain:

a. Lihat dari Tanggal Lahirnya

Biasanya pengguna akun palsu tidak mau repot dengan tanggal lahir yang dibuatnya. Cenderung mereka menggunakan tanggal lahir yang sangat gampang diingat. Untuk akun palsu biasanya tanggal lahir yang digunakan yaitu 1 Januari, 14 dan 29 Februari sampai 25 Desember.

b. Cek foto profil

Cara ini terbilang sangat sukses untuk mengetahui akun itu palsu atau asli. Caranya dengan menyimpan foto profil tersebut, lalu buka di laman image.google.com dan mengeklik logo kamera. Alhasil akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didapat sumber gambar tersebut, jika sumber tersebut dari situs dewasa maka akun itu palsu.

c. Lihat aktifitas pengguna

Aktifitas akun palsu biasanya hanya sekedar menambah teman baru, mengajak menyukai halaman, atau meminta anda bergabung ke group tertentu. Gunanya hanya mempromosikan hal tertentu yang sifatnya bisa penipuan.

d. Lihat timeline akun tersebut

Untuk pengguna akun palsu biasanya jarang membuat status dan tidak pernah membalas komentar. Anda bisa lihat di timeline akun tersebut, jika akun tersebut sering memposting link secara terus menerus maka akun tersebut bisa dikatakan palsu.

e. Nomor ponsel tertera di akun wanita

Hal ini biasanya sering menipu kaum laki-laki. Sebenarnya nomor ponsel tersebut digunakan untuk memeras teman akunnya, dengan dalih meminta pulsa atau sebagainya.

C. *Social Media*

1. Pengertian *Social Media*

Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada sosial media, seseorang dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maupun audiovisual. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet.

Menurut para ahli, ada beberapa pengertian tentang media sosial yaitu:

a. McGraw Hill Dictionary menjelaskan bahwa media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual.
b. Joyce Kasman Valenza (2014), media sosial adalah platform internet yang memungkinkan bagi individu untuk berbagi secara segera dan berkomunikasi secara terus menerus dengan komunitasnya.
c. Russo dkk (2008), media sosial adalah instrumen yang memfasilitasi komunikasi, jaringan, dan/atau kolaborasi secara daring.
d. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpertisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Situs media sosial mempunyai banyak bentuk seperti blog, *Twitter*, *facebook*, instagram, dsb.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Jenis-jenis *Social Media*

Adapun jenis-jenis *social media* antara lain:

a. Blog

Aktivitas bloging setara dengan mengisi jurnal harian. Hanya saja, blog merupakan jurnal harian yang dipublikasikan di internet. Lewat blog anda bisa memberikan informasi yang sedang terjadi di sekitar anda, selain itu blog juga merupakan salah satu sarana bersosialisasi dengan orang-orang di dunia maya (Rahmania, 2010).

b. *Twitter*

Twitter adalah salah satu situs jejaring sosial yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan teks dengan panjang maksimal 140 karakter. *Twitter* digunakan sebagai ajang curhat singkat oleh penggunanya dengan memberitahukan apa yang sedang terjadi pada saat itu. Di Indonesia, situs jejaring sosial ini mempunyai pengguna aktif yang cukup banyak (Rahmania, 2010).

c. *Facebook*

Situs ini merupakan situs pertemanan jejaring sosial yang sedang tren. Para pengguna dapat bergabung dalam komunitas kota, pekerjaan, sekolah, kampus, dan daerah tertentu. Melalui *facebook*, kita dapat menjalin komunikasi dengan teman-teman ataupun relasi-relasi baru situs ini juga dapat berfungsi sebagai media untuk berbagi foto dan video, bisa juga saling berkirim pesan dengan sesama pengguna di *facebook* serta memperbarui profil pribadi agar orang lain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat melihat diri anda yang sebenarnya. Penduduk Indonesia menjadi peringkat ke tujuh dalam tataran pengguna *facebook* terbesar di dunia mengalahkan Austalia, Spanyol, dan Kolombia di peringkat sepuluh (Rahmania, 2010).

d. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Satu fitur yang unik di instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak Instamatic dan polaroid.

Instagram dapat diakses melalui *smartphone.* Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play. Sistem sosial di dalam instagram adalah seperti halnya pada *twitter*, dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram (Frommer, 2010).

Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Selain itu, instagram juga dapat terkoneksi langsung dengan aplikasi sosial

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media yang lain seperti *Twitter* dan *facebook*. Instagram juga mampu melakukan proses edit terhadap foto sebelum diunggah ke jaringan. Foto-foto yang akan diunggah melalui instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam instagram adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk persegi saja. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut (Ahmadi, 2008).

e. *WhatsApp* Messenger

WhatsApp Messenger atau biasa disebut *WhatsApp* saja adalah sebuah aplikasi untuk smartphone dengan basic mirip dengan Blackberry Messenger. *WhatsApp* merupaka aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena *WhatsApp* menggunakan paket data internet yang sama untuk e-mail, browsing web, dll. Aplikasi ini menggunakan koneksi internet 3G, 4G, atau WiFi untuk komunikasi data. Dengan menggunakan *WhatsApp*, kita dapat melakukan obrolan secara online, berbagi file, serta bertukar foto, dll (Hartanto, 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus dalam penelitian ini adalah dinamika psikologis pengguna *social media*. Penelitian kualitatif dipilih karena fenomena yang diamati memerlukan pengamatan secara terbuka, lebih dekat dengan realita, kedekatan emosional antar peneliti dan responden sehingga didapatkan data yang lebih mendalam, dan bukan sekedar angka saja.

Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menekankan keunikan kasus atau kekhasan kasus dimana sesuatu yang unik dan khas boleh jadi tidak ada duanya sehingga tidak terkait dengan kepentingan generalisasi (Herdiansyah, 2015).

Teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini yaitu studi *phenomenon* (fenomena). Fenomena adalah sebuah rentang ruang dan waktu yang selama waktu berjalan, ia terus berkembang dan merajut satu hal dengan hal lainnya, senantiasa bergerak dinamis, sehingga dalam konteks riset yang perlu dilakukan peneliti adalah memberikan batasan fenomena dari riset yang dilakukan.

Penelitian kualitatif ini menggunakan cara pengumpulan data melalui wawancara dan dokumenatasi. Teknik yang digunakan adalah teknik wawancara mendalam, karena peneliti dapat menyelidiki peristiwa, aktivitas,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

program dan proses individu di masa lalu. Dalam konteks penelitian yang akan dikaji dan yang menjadi fokus utama dari penelitian ini adalah pengalaman subyek random pengguna *social media* yang pernah berinteraksi dengan *fake account* .

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini peniliti berperan sebagai partisipan penuh. Selain itu subyek dan *significant other* juga mengetahui status peneliti, karena telah diinformasikan kepada subyek dan *significant other* terlebih dahulu sebelum memulai wawancara. Sehingga informasi yang didapatkan lebih akurat dan lebih reliabel.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat serta konteks yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian seperti wawancara dan dokumentasi.

Lokasi pengambilan data pada subyek pertama di Solaria BG Junction Mall, Surabaya. Subyek ke dua di *Foodcourt* Giant Mall Rajawali, Surabaya. Sedangkan lokasi pengambilan data subyek ketiga di Cafe Green, Jl. Tanjung Sadari, Perak Barat, Krembangan Surabaya. Dan subyek terakhir di Indomarert Jl. Manyar Rejo III.

Untuk *significant other* peneliti mengambil data di lokasi yang sudah ditentukan. *Significant other* pertama di Twin Tower UIN Sunan Ampel Surabaya. Kemudian *significant other* kedua di rumah Jl. Jojoran 3 D. Pada *significant other* ketiga, wawancara dilakukan di Cafe Green, Jl. Tanjung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sadari, Perak Barat, Krembangan Surabaya. Pada *significant other* keempat dilakukan di rumah Jl. Ketapang, Sidoarjo.

D. Sumber Data

Terdapat dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data utama yang berasal dari seorang yang pernah berinteraksi langsung dengan *fake account* di *social media*. Adapun identitas beberapa sumber data primer sebagai berikut:

Tabel 3.1 Identitas Sumber Data Primer

Subyek ke	Inisial	Usia	Jenis kelamin	Media sosial yang digunakan interaksi dengan *fake account*
1	QAH	24	Perempuan	*WhatsApp*
2	NCF	24	Perempuan	*Facebook*
3	ZID	25	Laki-laki	*Facebook*
4	FLS	24	Perempuan	*Instagram*

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder atau data pendukung untuk *significant other* adalah orang-orang terdekat dari subyek seperti teman dan sahabat subyek. Pada setiap subyek memiliki satu *significant other* yaitu sahabat QAH, teman komunitas subyek NCF, teman bermain subyek ZID dan teman SMA subyek FLS.

Pengambilan subyek dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memilih subyek dan informan berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dengan pengambilan subyek secara purposif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(berdasarkan kriteria tertentu), maka penelitian ini menemukan subyek yang sesuai dengan tema penelitian. Adapun kriteria utama dari subyek penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Berinteraksi langsung dengan *fake account* di sosial media.
b. Mengerti tentang *fake account.*
c. Memiliki akun sosial media.
d. Bersedia menjadi subyek penelitian.

Adapun kriteria utama *significant other* adalah sebagai berikut:

a. Memiliki kedekatan yang baik dengan subyek.
b. Mengetahui subyek pernah berinteraksi dengan *fake account* di sosial media.

Berikut ini identitas beberapa sumber data primer, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Identitas Sumber Data Sekunder

Subyek ke	Inisial	Usia	Jenis kelamin	Hubungan dengan subyek
1	NL	25	Perempuan	Sahabat
2	MAA	22	Perempuan	Teman komunitas
3	BP	22	Laki-laki	Teman bermain
4	IF	24	Perempuan	Teman SMA

E. Prosedur Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data sangatlah beragam, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara pengumpulan data melalui wawancara dan dokumenatasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Wawancara

Wawancara merupakan instrumen andalan dalam penelitian kualitatif. Hampir semua penelitian kualitatif menggunakan wawancara sebagai instrumen penggalian datanya. Berdasarkan definisi menurut Steward & Cash, wawancara diartikan sebagai suatu interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi. Metode ini digunakan untuk memperoleh dan menggali data terkait interaksi subyek dengan *fake account* , pengalaman, dan persepsi yang timbul, serta prasangka yang muncul kemudian (Herdiansyah, 2015).

Peneliti harus memperhatikan cara-cara yang benar dalam melakukan wawancara, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Pewawancara hendaknya menghindari kata yang memiliki arti ganda, ataupun yang bersifat ambigu.
b. Pewawancara menghindari pertanyaan panjang yang mengandung banyak pertanyaan khusus. Pertanyaan yang panjang hendaknya dipecah menjadi beberapa pertanyaan baru.
c. Pewawancara hendaknya mengajukan pertanyaan yang konkrit dengan acuan waktu dan tempat yang jelas. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti saat itu peneliti mengadakan pertemuan dengan subyek untuk melakukan tanya jawab secara langsung guna mendapatkan data.

Peneliti mengadakan pertemuan di tempat yang menurut subyek nyaman untuk berbagi informasi dan pengalaman. Peneliti menanyakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa pertanyaan kepada subyek sesuai dengan *interview guide* yang telah dipersiapkan oleh peneliti.

Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan oleh peneliti dari subyek dan *significant other*, yaitu informasi tentang dinamika psikologis korban *fake account social media.*

2. Dokumentasi

Dokumentasi pada umumnya digunakan sebagai instrumen tambahan yang sifatnya memperkuat atau menambah reliabilitas dari instrumen utama. Dalam penelitian ini data dokumentasi berupa foto, rekaman suara subyek, dan bukti interaksi dengan *fake account.*

Sehingga peneliti dapat memperkuat temuan penelitian yang sebelumnya telah didapakan dari hasil wawancara dengan subyek dan *significant other* guna pengumpulan data informasi tentang dinamika psikologis korban *fake account social media.*

F. Analisis Data

Menurut Poerwandari (dalam Maslacha, 2016), pengolahan dan analisis data yang sesungguhnya dimulai dari mengorganisasikan data yang ada. Dengan data kualitatif yang beragam dan banyak, menjadi kewajiban bagi peneliti untuk mengorganisasikan data yang dengan rapi, sistematis dan selengkap mungkin. Prosedur analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik dengan melakukan koding terhadap hasil transkrip wawancara yang telah di verbatim. Pengertian koding adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengorganisasian data kasar kedalam tema atau konsep yang digunakan untuk analisis data.

Penelitian kualitatif melakukan koding terhadap semua data yang sudah terkumpul. Koding dimasukkan untuk mengorganisasi dan mensistematisasi data secara lengkap dan detail sehingga data dapat memunculkan gambaran tentang topik yang sedang diteliti. Dengan demikian peneliti akan menemukan makna dari data yang telah terkumpul (Poerwandari, 2005, dalam Maslacha, 2016).

Langkah-langkah awal dalam koding dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut: (Poerwandari, 2005, dalam Maslacha, 2016)

1. Peneliti menyusun transkripsi verbatim (kata demi kata) atau catatan lapangan yang dimilikinya sedemikian rupa sehingga trdapat kolom kosong yang cukup besar dibagian kanan dan kiri transkrip. Hal ini akan memudahkan untuk membubuhkan kode-kode atau catatan-catatan tertentu diatas transkrip tersebut.
2. Peneliti secara urut dan kontinyu melakukan penomoran pada baris-baris transkrip tersebut. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan nomor secara urut dari satu baris ke baris yang lain atau dengan cara memberi nomor baru untuk paragraf baru.
3. Peneliti memberikan nama untuk masing-masing berkas dengan kode tertentu. Kode yang dipilih haruslah kode yang dianggap paling tepat mewakili berkas tersebut dan mudah diingat. Jangan lupa untuk selalu menyisipkan tanggal di setiap berkas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Keabsahan Data

Menurut Screven (Moleong, 2004) untuk menetapkan keabsahandata diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan berdasarkan beberapa kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keterahlian (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Dalam penelitian ini ada 2 kriteria yang digunakan dalam pemeriksaan data selama di lapangan sampai pelaporan hasil penelitian yaitu:

1. Kredibilitas Data

   Kriteria ini bertujuan agar data dan informasi yang dikumpulkan peneliti harus mengandung nilai kebenaran atau *valid.* Penggunaan kredibilitas untuk membuktikan apakah yang diamati oleh peneliti telah sesuai dengan apa yang sesungguhnya ada dalam dunia nyata, dan apakah penjelasan yang diberikan tentang dunia nyata tersebut memang sesuai dengan yang sebenarnya terjadi.

   Untuk memperoleh keaslian data, Moleong merumuskan beberapa cara, yaitu:

   a. Perpanjangan keikutsertaan
   b. Ketekunan pengamatan
   c. Triangulasi data
   d. Pengecekan sejawat
   e. Kecukupan referensial
   f. Kajian kasus negatif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Pengecekan anggota

Peneliti menggunakan teknik ketekunan dan triangulasi data. Pada penelitian ini, triangulasi yang digunakan adalah: Triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan apa yang dikatakan oleh subyek dengan apa yang dikatakan informan dengan maksud agar data yang di peroleh dapat dipercaya karena tidak hanya diperoleh dari satu sumber saja.

Triangulasi sumber data, dilakukan dengan cara:

a. Membandingkan apa yang dikatakan secara pribadi.
b. Membandingkan data hasil wawancara subyek dengan bukti interaksi.
c. Membandingkan apa yang dikatakan *significant other* tentang situasi pada saat itu dengan apa yang dilakukan subyek.
d. Membandingkan keadaan perspektif subyek dari berbagai pendapat dan pandangan *significant other*. Perbandingan ini akan memperjelas perselisihan atas latar belakang alasan-alasan terjadinya perbedaan pendapat maupun pandangan tersebut.

2. Kepastian Data

Kriteria ini digunakan untuk menyesuaikan data observasi dengan data wawancara atau data pendukung lainnya. Dalam proses ini temuan-temuan penelitian dicocokkan kembali dengan data yang diperoleh lewat rekaman atau wawancara dan hasil dokumentasi. Apabila diketahui data-data tersebut cukup berkaitan, maka temuan penelitian ini dipandang cukup tinggi tingkat konformabilitasnya. Pengecekan hasil dilakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara berulang-ulang serta disesuaikan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Setting* Penelitian

1. Subyek Ke-1 (QAH, korban *fake account* via *WhatsApp*)

Subyek pertama ini merupakan korban *fake account* dari aplikasi *WhatsApp messenger*. Subyek adalah orang yang cukup aktif dalam menggunakan media sosial, hampir setiap hari tak bisa lepas dari *handphone* berwarna pink miliknya. Subyek juga memiliki beberapa akun media sosial, seperti *Line, Instagram, Facebook*, dll.

Tahun lalu subyek mengalami kejadian yang kurang berkenan dalam menggunakan media sosial, lebih tepatnya di aplikasi *WhatsApp messenger* miliknya. Ada seseorang yang mengaku bernama Dina dan mengatakan bahwa dia mengetahui masalah pribadi subyek, yang bahkan subyek sendiri tidak mengetahui masalah tersebut. Sehingga timbul keraguan dalam diri subyek yang mengakibatkan hal kurang berkenan baginya.

Awalnya subyek sempat ragu karena hal yang dikatakan oleh pengguna *fake account* ini terkesan tidak dibuat-buat dan di sisi lain subyek juga belum mgerti kebenaran masalah yang disampaikan *fake account* ini. Hingga akhirnya subyek bercerita kepada temannya dan meyakini bahwa apa yang dikatakan oleh *fake account* tadi adalah tidak benar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini terjadi karena subyek mencamtumkan informasi pribadi seperti nomor telpon yang terhubung dengan akun *WhatsApp* di beberapa akun media sosialnya sehingga mengundang orang-orang yang kurang bertanggung jawab untuk menyalahgunakan informasi tersebut.

2. Subyek Ke-2 (NCF korban *fake account* via *Facebook*)

Subyek kedua ini adalah seorang penggemar budaya Korea atau biasa disebut dengan istilah K-Popers yang berdomisili di Surabaya. Untuk mengikuti perkembangan dunia K-Pop, subyek diharuskan untuk aktif di berbagai media sosial agar tidak ketinggalan info-info terbaru tentang dunia K-Pop. Selain itu subyek juga menggunakan media sosial untuk berinteraksi sesama fans K-Pop baik di dalam negeri maupun di luar negeri guna saling bertukar informasi terbaru tentang K-Pop.

Pada tahun 2014 subyek berkenalan dengan seseorang di *facebook* dengan nama akun Zoyan Al-Kevin. Seperti remaja pada umumnya yang senang berkenalan dengan teman baru, subyek pun merasa antusias berkenalan dengan Zoyan Al-Kevin. Cukup banyak hal-hal yang mereka bahas dalam percakapan via pesan pribadi di *Facebook*.

Hingga pada akhirnya subyek mengetahui banyak yang merasa dirugikan oleh akun Zoyan Al-Kevin, misalnya diminta untuk mengirim pulsa dan mentransfer sejumlah uang dengan berbagai alasan. Sehingga subyek pun merasa curiga dengan pemilik akun Zoyan Al-Kevin, sampai timbul keingin membuktikan dan mengetahui siapa pemilik akun dari Zoyan Al-Kevin.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akhirnya subyek pun mengetahui bahwa akun Zoyan Al-Kevin adalah *fake account* . Hal ini dibuktikan dengan pemilik akun Zoyan Al-Kevin selalu menolak untuk diajak berkomunikasi via video call dengan aplikasi *skype*. Setelah itu lama-kelamaan akun tersebut pun hilang dari *facebook*.

3. Subyek Ke-3 (ZID korban *fake account* via *Facebook*)

Subyek ketiga merupakan seorang pria berumur 25 tahun yang cukup aktif di media sosial *facebook*. Subyek berprofesi sebagai driver ojek online dan sangat menyukai dunia game, atau biasa disebut *semi pro gammer*. Subyek menggunakan akun *facebook* sebagai sarana untuk mencari teman dan menambah pertemanan.

Pada tahun 2014 yang lalu subyek pernah mengalami kejadian yang masih teringat sampai sekarang yaitu berinteraksi dengan sebuah akun di *Facebook* yang ternyata adalah akun palsu (*fake account*). Subyek berkenalan dengan seorang wanita, akun tersebut bernama Lina Aisah Alfianisa. Awalnya interaksi antara subyek dengan akun Lina Aisah Alfanisa ini terlihat normal-normal saja tanpa adanya tanda-tanda bahwa itu adalah *fake account* . Mereka saling bertukar informasi pribadi mengenai kehidupan sehari-hari, seperti alamat rumah, dan kegiatan keseharian.

Namun beberapa waktu kemudian pemilik akun Lina Aisah Alfianisa tidak membalas pesan dari subyek, dan lama kelamaan foto dari akun tersebut menghilang, setelah itu diikuti dengan hilangnya akun dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lina Aisah Alfianisa tesebut. Hingga subyek pun menyadari bahwa akun tersebut adalah *fake account*.

4. Subyek Ke-4 (FLS korban *fake account* via *Instagram*)

Subyek keempat adalah seorang wanita yang menggunakan media sosial untuk keperluan berjualan secara online. Salah satunya adalalah untuk berjuala case *handphone*.

Sekitar bulan Februari dan Maret subyek melakukan transaksi berupa pemesanan case *handphone* melalui media sosial Instagram. Subyek tertarik karena tergiur dengan harga murah yang ditawarkan oleh akun tersebut, sehingga subyek pun memesan case dengan jumlah yang cukup banyak untuk dijual kembali. Namun setelah bebrapa bulan barang yang dipesan tidak kunjung datang akhirnya subyek pun melakukan komplain ke akun penjual tersebut. Tetapi tidak ada respon, sehingga subyek pun mulai curiga bahwa akun tersebut akun fake dan hanya mencari keuntungan dari *customer*.

Singkat cerita, subyek pun mendapat bantuan dari sesama korban *fake account* tersebut. Sehingga subyek pun bisa mendapatkan apa yang dia pesan, meskipun tidak semua barang yang dia pesan dikirim semuanya. Dengan kejadian ini membuat subyek semakin berhati-hati dalam melakukan transaksi jual-beli online.

Berikut ini adalah tabel jadwal dokumentasi dan wawancara dengan subyek dan *significant other*:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan Dokumentasi dan Wawancara

No.	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Tempat
1.	Rabu, 24 Oktober 2018	Wawancara dengan *significant other* 1	Twin Tower UIN Sunan Ampel Surabaya
2.	Sabtu, 01 Desember 2018	Wawancara dengan subyek 2	Food Court Giant Mall Rajawali Surabaya
3.	Senin, 03 Desember 2018	Wawancara dengan subyek 4	Indomarert (Jl. Manyar Rejo III)
4.	Senin, 31 Desember 2018	Wawancara dengan *significant other* 2	Rumah *significant other* (Jl. Jojoran 3D)
5.	Selasa, 08 Januari 2019	Wawancara dengan subyek 1	Solaria BG Junction Mall Surabaya
6.	Sabtu, 12 Januari 2019	Wawancara dengan Subyek 3	Cafe Green (Jl. Tanjung Sadari, Perak Barat)
7.	Minggu, 13 Januari 2019	Wawancara dengan *significant other* 3	Cafe Green (Jl. Tanjung Sadari, Perak Barat)
8.	Senin, 21 Januari 2019	Wawancara dengan *significant other* 4	Rumah *significant other* (Jl. Ketapang, Sidoarjo)

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan menjawab pertanyaan pada rumusan masalah yaitu bagaimana dinamika psikologis korban *fake account social media* serta bagaimana dampak presepsi korban *fake account social media*.

Peneliti akan membagi deskripsidari hasil temuan menjadi empat tema yakni :

a. Pandangan subyek terhadap *fake acount* pada *social media*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Subyek Pertama

QAH menyatakan bahwa *fake account* adalah akun palsu yang ingin mengambil keuntungan atau untuk sebuah tujuan tertentu oleh pembuatnya.

> "*ee* kalau *fake account* itu ya mungkin *kayak* akun-akun palsu gitu kan ya. Dia itu mungkin ambil keuntungan atau untuk tujuan tertentu gitu atau apa ya maksudnya *kayak yaa* ambil keuntungan *gitulah, nipu-nipu* gitu." (WS01B5)

2) Subyek Kedua

NCF mengatakan jika *fake account* itu sangat merugikan, baik dari segi finansial ataupun moral, karena biasanya digunakan untuk mengambil keuntungan tertentu.

> "Ya itu tu merugikan orang ya, *eh* pokoknya *mesti* merugikan orang, entah itu dari finansial atau *cuman* sekedar dia mau apa, ada *mesti* ada *kayak* keuntungan yang mau diambil dari *fake account* itu". (WS02B10).

Hal ini didukung oleh pernyataan *significant other* MAA tentang *fake account* yang mengambil keuntungan tertentu.

> "Yaa ... *fake account* itu orang yang *ehm* bikin akun palsu gitu. *Kek nyari-nyari* korban yang banyak sih bisanya di *medsos, di facebook, instagram,* dan lain-lainnya." (WSO02B11).

3) Subyek Ketiga

Menurut pandangan ZID, *fake account* adalah sebuah akun palsu yang dibuat oleh seseorang dengan mengatas namakan orang lain, dan hal ini termasuk tindak penipuan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> ”*Fake account* itu akun palsu, yang dibuat oleh yang bukan dirinya sendiri, jadi atas namakan orang lain gitu, termasuk penipuan”. (WS03B4)

Pendapat dari subyek ZID tentang *fake account* yang digunakan untuk tindak penipuan diperkuat oleh pernyataan dari *significant other* BP.

> ”Eh, *fake account* itu ya akun palsu mas, biasanya akun *kayak* di sosial media-sosial media gitu, ada modus sendiri lah pasti”. (WSO03B5)

4) Subyek Keempat

Pernyataan dari FLS, *fake account* adalah akun bohong yang tidak mendampilkan identitas asli dari pemakai akun tersebut.

> “*Fake account*, ya akun *bo’ongan* yang *gak nampilin* orang yang *make* akun itu, misalnya aku pake fotonya orang lain tapi *ngomen-ngomentarinnya* gak ngaku kalo itu aku gitu”. (WS04B11).

Sedangkan *significant other* IF menyatakan bahwa *fake account* adalah akun yang digunakan untuk menipu orang lain.

> “apa ya mas, *kalo* menurut aku *fake account* itu ya *kayak* semacam akun palsu gitu yang emang dia itu niatnya buat ini, nipu-nipu orang gitu. Taunya sih *kayak* gitu”. (WSO04B4)

b. Interaksi yang terjadi antara subyek dan *fake account*.

1) Subyek Pertama

Subyek QAH mengatakan bahwa iteraksi yang terjadi saat itu adalah *fake account* memberikan informasi yang dirasa kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pantas bagi subyek jika disampaikan melalui media sosial oleh orang yang belum dikenal.

> ”Kalau *info yaa* tentang masalah pribadi itu dia *kayaknya*, dia pernah bilang gini yang *sampek* aku tuh *ee* penasaran *banget.* Dia gini, *bilangnya* kamu itu *ee* kamu *ndak* tau ya pacarmu pernah *ngapain* aja sama mantannya gitu, ya kan aku juga rasanya *gimana* gitu mas, akhirnya kan aku juga *tak tanggepin* sih. *Emangnya* pacarku pernah *ngapain aja*? Gitu. Katanya dia, *cobak seh* kamu *tanyak o* ke pacarmu pernah *ngapain* aja sama mantannya gitu, kan dia kan ya maksudnya itu pernah *gak* tau seh *de'e* itu *sopo*, *kayaknya* tau *banget* gitu *loh*”. (WS01B54)

Significant other NL memberikan pernyataan yang mendukung perkataan subyek QAH tentang interaksi yang terjadi.

> “*Seingetku* dulu itu awalnya ya *nyapa* biasa, tanya-tanya bener *nggak* ini QAH, *bla bla bla bla bla*, ya direspon lah biasa sama QAH ya *bener* trus ditanya ada apa, *kayaknya nanya* ini *loh eh*... masalah prbadi,apa urusan pribadinya QAH sama, sama pacarnya itu”. (WSO01B42)

2) Subyek Kedua

Interaksi yang terjadi antara subyek NCF dengan *fake account* adalah sebatas berkenalan dan menjalin pertemanan di jejaring sosial *Facebook* melalui fitur pesan pribadi

> “Eh yaitu, dia itu kan *kebetulan circle* aku kan di *circle* K-Pop itu kan, *nah* dia itu masuk, *eh* kenal sama beberapa *temen* aku, *lah* dia juga akhirnya *nge-add* aku juga, *gak* tau kenapa, ya interaksinya biasa aja *kayak-kayak ngajak* kenalan gitu sih terus akhirnya aku tau kalau dia itu minta-minta pulsa sih di jaman itu ya, jadi dia minta-minta pulsa di temenku, akhirnya aku coba-coba cari tau akun aslinya dia itu *gimana*, ternyata ketemu kalo dia itu *fake*”. (WS02B27)

Hal ini dibenarkan oleh *significant other* MAA melalui pernyatan berikut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Tau mas. Itu ketemunya mereka di facebook kan, sama-sama penggemar K-Pop gitu. Terus kenalan, terus akhirnya mereka *sampek chattingan* gitu deh." (WSO02B20)

> "*Kalo* detailnya sih *nggak* seberapa tahu. *Cuma* pernah cerita *kalo* misalnya dia kenalan dari di *Facebook* gitu. Dari *fake account*. Oh awalnya sih *nggak* tau kalo itu *fake acount*". (WSO02B27)

3) Subyek Ketiga

Subyek ZID menyatakan bahwa interaksi yang terjadi dengan *fake account* awalnya cukup wajar, karena hal yang dibahas adalah seputar kehidupan sehari-hari.

> "Dia *ngomong hmm ck*, ya soal itu, soal kehidupannya, soal ya namanya siapa, ya saya kira ya oh *emang* namanya *beneran* itu, terus tinggalnya juga di situ, jadi *eh* percakapannya itu ya seolah-olah *kayak* orang biasa gitu". (WS03B33)

Significant other BP pun memberikan jawaban yang hampir sama dengan subyek ZID.

> "Ya cuman masalah sehari-hari aja, jadi kayak "lagi ngapain ?", terus nanya "kerja di mana ?", kayak gitu, "sekolah di mana ?"". (WSO03B31)

4) Subyek Keempat

Subyek FLS menceritakan bahwa interaksi dengan *fake account* saat itu adalah pemesanan *case handpone* untuk *online shop* milik subyek.

> "Waktu itu sih *eh case* kan, *pesen case*, aku *sempet jualan case*, itu di situ *tuh* murah *banget*, meskipun ya berat di *ongkir sebernya*, itu sama orang Jogja, tapi ya kok aku *udah transfer* dari kapan itu hampir dua bulan itu *nggak* dikirim-kirim, akhirnya kita *kumpul* semua sama yang *ketipu-ketipu* itu *nanyain* "*loh mbaknya* juga *ketipu segini*?", eh ternyata di BRI, kan dia punya nomer rekening

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BRI itu juga udah terdaftar *kalo* nomer itu *tu* penipu, gitu". (WS04B27)

Pernyataan subyek FLS ini diperkuat oleh pendapat dari *significant other* IF.

"Interaksinya waktu itu *eh*, *kalo* ngga salah ini Fala ini pesen *case hp* mas" (WSO04B12).

c. Kerugian yang diderita oleh subyek dari *fake account.*

1) Subyek Pertama

Subyek mengatakan bahwa kerugian yang dialami adalah kerugian dalam hal waktu dan pikiran, karena merasa penasaran dan membalas pesan dari *fake account* tersebut meskipun sudah sudah larut malam.

"Kerugiannya... ya mungkin kerugian waktu ya sama rugi pikiran, soalnya dia kan *chatnya* kan malem, gitu kan kayak udah capek mau tidur terus *eh* ada yang chat *kayak* gitu, otomatis *kan* aku *mikir sih* meskipun itu kepikiran *sih*, meskipun itu *nggak* tau *beneran* apa *endak*, rugi waktu rugi pikiran, gitu aja sih, kalo sampek materi *nggak, nggak sampek*". (WS01B71)

Significant other NL juga menjelaskan bahwa subyek QAH mengalami kerugian waktu dan pikiran.

"Oh mungkin ini... waktu ya kan *kayak* gitu kan menyita waktunya mbak QAH, *malem-malem* gitu *kan harusnya kan* waktunya istirahat berhubung ada apa, si mbak yang menghubungi itu tadi kan waktu istirahatnya mbak QAH itu berkurang". (WSO01B107)

"*He'em*, mbak QAH kan jadi *kefikiran* juga ada berita seperti itu yang belum jelas kebenarannya, terus *difikir* sampai pagi baru ketemu *temen-temennya*, diceritakan baru *dapet* masukan dari *teman-temennya* baru yakin itu mbak QAH". (WSO01B112)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Subyek Kedua

Subyek NCF menceritakan bahwa kerugian yang diderita adalah kerugian waktu, karena membalas obrolan-obrolan dari *fake account.* Subyek cukup beruntung karena tidak sampai menderita kerugian finansial seperti yang dialami oleh teman subyek.

> "*Kalo-kalo* kerugian material *sih enggak, cuman* rugi waktu aja kaerena untuk ngobrol-ngobrol". "Yang dari lainnya ada kerugian finansial *he'eh*". (WS02B78)

Hal ini juga diperjelas dengan pernyataan *significant other* MAA.

> "*Eh keknya* sih *nggak* ada kerugian yang berarti gitu, paling ya *cuma* rugi waktu *doang*. Soalnya kan dia *nggak* sempat *ngasih* pulsa ke orang itu yang katanya banyak yang tertipu gara-gara *ngasih* pulsa gitu, kalo NCF sih *enggak*, cuma ya rugi aja *ngeladenin fake account* gitu". (WSO02B62)

3) Subyek Ketiga

Subyek ZID mengungkapkan bahwa kerugian yang diderita adalah kerugian moral, karena subyek merasa dikecewakan oleh *fake account* yang menyamar sebagai wanita tiba-tiba menghilang begitu saja.

> "Ada, kerugian moral, *hehehe*". (WS03B42)
> "Ya,soalnya ya kecewa ya, soalnya *udah, udah*, kenalan *trus moro-moro "lho ilang orangnya"*, kan sangat disayangkan." (WS03B56)

Significant other BP memberikan pendapat yang memperkuat pernyataan dari subyek ZID.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Ya itu lebih ke moral gitu, *kayak* setelah itu agak males gitu kenalan sama cewek. (WSO03B37)

"Ya, ya *sempet* galau sih, tapi cuma bentar, pas itu akunnya hilang". (WSO03B40)

4) Subyek Keempat

Kerugian yang diderita oleh subyek FLS ini cukup berat, karena selain dirugikan secara moral subyek juga dirugikan secara finansial. Hal ini dikarenakan *customer* dari subyek tidak jadi membeli dan marah-marah. Selain itu subyek juga harus mengganti uang *customer* yang sudah terlanjur memesan.

"*Gantiin, gantiin* apa *customerku* yang istilahnya "*yo yaudah deh gak* jadi beli", tapi aku kan tetep *nerima*, katanya dia *udah ngerjain*, *nah kan* aku kahirnya jadi *yak apa* ya, *megang* barang yang akhirnya *gak tak pake* gitu *loh*". (WS04B75)

"Iya, jelas lah, *istilahne* yang *pesen* misal temenku, ya kan aku *wes gak* enak, mungkin *nek* sama temen agak *enakan* lah, *kalo* misalnya sama *customer* yang *nggak* dikenal terus akhirnya dia marah-marah ke aku kan akhirnya *gak* pernah beli lagi ke aku, *nah* kepercayaan kan".(WS04B80)

Significant other IF juga mengatakan bahwa subyek FLS mengalami kerugian yang cukup besar.

"Yang jelas ya rugi uang ya, rugi uang trus habis gitu rugi waktu, belum lagi ini pelanggannya kan berkurang gara-gara masalah ini. Kan kasihan mas jadinya, udah susah-susah bangun *olshop eh* malah *kena* masalah *kayak* gini". (WSO04B42)

d. Subyek menyadari bahwa itu *fake account*

1) Subyek Pertama

Subyek QAH mengatakan bahwa pesan *WhatsApp* yang dikirim tidak medapatkan respon lagi. Selain itu subyek juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menelpon kontak dari *fake account* tersebut untuk memastikan, tetapi tidak dapat tersambung.

> "*Gara-garanya* itu *eh WhatsApp*ku yang terakhir itu *kalo gak* salah *gak dibales* sama dia terus centangnya centang satu gitu loh, tak *biarin kok nggak* ada respon lagi gitu, terus coba *kan, tak itu, kan tak telpon* biasanya, *kan kalo telpon kan* ada tulisannya berdering atau apa gitu, *nah* itu *enggak*, tulisannya cuma memanggil *aja, yaudah* aku mikir "oh paling ini *nggoda* aja", akun palsu". (WS01B88)

Significant other NL mengungkapkan bahwa teman-teman dari subyek QAH juga membantu untuk memberi masukan.

> "Coba *dihubungin* lagi, ya mungkin mbak QAH masih ragu ya dengan masukan dari teman-temannya dihubungi lagi itu *nomernya*, tapi sudah *nggak* bisa". (WSO01B144)

2) Subyek Kedua

Menurut subyek NCF, *fake account* tersebut tidak mau diajak *video call* dengan berbagai alasan, padahal subyek penasaran dengan wajah dari pemilik *fake account* tersebut. Sehingga subyek merasa curiga dengan hal ini.

> "Soalnya biasanya kan *kalo* kenalan gitu *trus* biasanya *kalo diajakin iniloh* apa... *eh video call* itu *kan* itu, *jaman* itu masih *SkyPe*, *nah pake SkyPe* itu dia itu kok *nggak* pernah mau gitu, *nah* itu mulai curiganya itu dari situ". (WS02B98)

Significant other MAA juga menjelaskan bahwa subyek NCF mencoba untuk mengajak *fake account* tersebut untuk melakukan *video call* melalui *SkyPe.*

> "*Nah* itu dia kan pernah *sih kek* mau kenalan lagi gitu dia ngajak *video call via SkyPe* gitu, terus *si fake account*nya ini *nggak* mau, *kan jadinya* curiga *sih* kita, jadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kan ya akhirnya *ngerasa kalo* ini *bener-bener kek fake account* gitu, *kek menutup-nutupi* gitu". (WSO02B79)

3) Subyek Ketiga

Subyek ZID bercerita bahwa pesan yang dikirimkan tidak dibalas oleh *fake account,* kemudian foto profil yang hilang, dan yang terakhir adalah akun dari *fake account* tersebut yang menghilang.

> "*Eh* itu, semenjak dia *nggak bales* lama terus cuma dibaca *tok*, terus akhirnya akunnya *iku ya* apa *ck hmm*, akunnya itu *eh* fotonya... fotonya *ilang*". (WS03B66)
> "Fotonya *ilang*, fotonya ilang habis itu non aktif gitu". (WS03B70)

Hal ini juga mendapatkan penguatan dari *significant other* BP yang menyatakan bahwa akun tersebut menghilang setelah sebelumnya foto profil akun tersebut juga menghilang.

> "Ya katanya sih pertama itu fotonya hilang, kemudian setelah itu akunnya tiba-tiba hilang". (WSO03B55)

4) Subyek Keempat

Subyek FLS menyadari akun tersebut adalah *fake account* ketika subyek mendapatkan informasi dari sesama korban dari *fake account* tersebut.

> "Ya kan waktu sadarnya itu ternyata *nggak cuman* aku gitu *loh* korbannya, jadi korbannya itu *nggak cuman* aku, terus ada salah satu akun yang juga "*loh* mbak, *mbaknya* juga *ketipu*?", *cuman* waku itu dia *nggak pake* akun asli *kayaknya*, soalnya *tak liat nggak* ada fotonya kan, "*oh akun anu*", *nah* itu ngomong "*mbaknya ketipu ? ketipu berapa?*", *yowes*, "*oh yowes* mbak diurus aja", pertama ke BRI *udah toh*, ternyata selain aku banyak juga ternyata yang *udah* bilang *kalo nomer* rekening ini itu bermasalah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *nipu* gitu, *nah* akhirnya kita *kejarlah*, kejar saling tukar informasi terus ternyata *dapet nomer* selain *nomer* yang ini, yang *ngelayanin*, dapet *nomer* yang lain *yaudah bombastis lah* ke *nomer* yang baru itu "*ayo gimana ni* mas, ini uangku *gak balik gini gini gini*", *nah* tapi itu pun *ngurusnya gak bentar*, *sebulanan* itu baru akhirnya dikirim, barang yang *gak* ada baru *balik duit* gitu". (WS04B88)

Significant other IF juga menyampaikan pernyataan yang hanmpir sama dengan subyek FLS dalam hal ini.

> "*Eh* gini, kan waktu itu kan dua bulan habis pesen itu kan barangnya *nggak* dikirm-kirim, akhirnya dia itu tau *kalo* dia *kena* tipu sama *olshop* tadi gitu". (WSO04B59)

2. Analisis Temuan Penelitian

Bagian ini akan menyampaikan hasil dari analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian mengenai persepsi dari korban *fake* account. Sesuai dengan pernyataan penelitian dan pemaparan data di atas.

a. Pandangan subyek terhadap *fake acount* pada *social media*

Semua subyek menyatakan hal yang hampir sama tentang *fake account*, bahwa *fake account* ini adalah sebuah akun yang dibuat oleh orang yang tidak bertanggung jawab dengan menggunakan identitas orang lain atau sebuah instansi untuk mengelabuhi korbannya dan mengambil keuntungan tersendiri dari tindakannya. Keuntungan tersebut bisa berupa keuntungan finansial maupun moral, seperti kepuasan pribadi dan kesenangan bagi si pembuat akun. Hal ini bisa disebabkan karena si pembuat akun ini memiliki motif tersendiri dibalik tindakan yang dilakukan oleh pembuat *fake account* ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Interaksi yang terjadi antara subyek dan *fake account*.

Dari pernyataan yang telah peneliti bahas di atas bisa disimpulkan bahwa subyek kurang mengetahui tentang informasi dari *fake account* yang sedang berinteraksi dengan subyek.

Subyek pertama menyatakan tidak mengetahui siapa nama asli pemilik akun tersebut, subyek hanya mengetahui nama samaran atau nama yang tertera di akun tersebut yaitu Dina. Hal ini juga didukung oleh *significant other* yang merupakan teman dekat dari subyek yang menyatakan bahwa *significant other* tidak mengetahui siapa pemilik akun tersebut.

Subyek kedua mengatakan bahwa subyek mengetahui nama asli dari pemilik *fake account* tersebut, namun hal ini tidak sepenuhnya benar, karena nama yang sebutkan oleh subyek adalah nama artis luar negeri yang identitasnya atau lebih tepatnya fotonya digunakan oleh pemilik *fake account* itu. Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari *significant other* yang merupakan teman subyek di linkup komunitas K-Pop, *significant other* menyatakan bahwa indentitas yang digunakan oleh Zoyan Al Kevin adalah Prince P Star, sedangkan Prince P Star sendiri adalah artis luar negeri asal Taiwan.

Sedangkan subyek ketiga memberikan pernyataan bahwa subyek tidak mengetahui pemilik dari *fake account* tersebut karena tidak memahami hal-hal seperti itu karena subyek tidak ahli dalam hal tersebut. Selain itu subyek juga menyatakan bahwa orang yang ahli

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam teknologi informasi mungkin bisa mengetahui identitas asli pemilik dari *fake account* tersebut. Hal ini didukung oleh *significant other* yang merupakan teman bermain dari subyek. *Significant other* menyatakan bahwa hanya mengetahui nama akun *facebook*nya saja tanpa mengetahui siapa nama asli pemilik akun tersebut.

Pernyataan dari subyek keempat memberikan gambaran bahwa subyek tidak mengetahui pemilik akun *online shop* yang biasanya tidak menampilkan informasi pribadi. Hal ini memang sejatinya karena akun *online shop* bukanlah akun pribadi dari yang bersangkutan, pemilik akun *online shop* biasanya hanya menampilkan apa yang mereka tawarkan atau sediakan.

c. Kerugian yang diderita oleh subyek dari *fake account.*

Dalam hal ini semua subyek menyatakan bahwa interaksi yang terjadi dengan *fake account* menyebabkan berbagai kerugian, baik kerugian finansial maupun moral, dan juga kerugian yang lainnya.

Hal ini dibuktikan dengan kerugian yang dialami oleh subyek pertama mengalami kerugian waktu dan pikiran karena harus mencari kebenaran informasi yang diberikan oleh *fake account* yang berinteraksi dengan subyek pertama.

Lalu subyek kedua yang mengalami kerugian waktu dan hampir megalami kerugian finansial juga, hal ini terjadi dikarenakan subyek harus menjawab obrolan melalui pesan pribadi di *Facebook* dari *fake account* yang berinteraksi dengan subyek. Subyek juga cukup

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beruntung karena mengetahui modus yang biasa dijalankan oleh *fake account* sehingga subyek tidak tertipu dengan modus tersebut.

Sedangkan subyek ketiga mengalami kerugian moral, hal ini karena subyek yang sudah tertarik dengan akun yang berinteraksi dengan subyek. Subyek pun merasa sangat kecewa ketika akun tersebut menghilang dan menyadari bahwa akun tersebut adalah *fake account.*

Subyek keempat ini mengalami kerugian yang cukup besar bila dibandingkan dengan subyek-subyek sebelmunya. Hal ini dikarenakan selain mengalami kerugian moral subyek juga mengalami kerugian finansial. Kerugian moral yang dialami subyek adalah hilangnya kepercayaan dari customer yang sudah menjadi pelanggan dari subyek, sedangkan kerugian finansial ini diakibatkan karena customer dari subyek memninta uangya dikembalikan dan membatalkan pembelian selainitu subyek juga sudah mengirimkan sejumlah uang kepada *fake account online shop* untuk proses pembelian case *handphone*.

d. Subyek menyadari bahwa itu *fake account*

Bagi subyek untuk mengetahui bahwa akun yang sedang berinteraksi dengan subyek cukup sulit, karena bagi subyek hal ini membutuhkan waktu yang bisa dibilang cukup lama kecuali subyek pertama yang hanya butuh satu hari untuk memastikan bahwa akun tersebut adalah *fake account.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Subyek kedua butuh satu bulan untuk menyadari bahwa akun tersebut adalah *fake account* stelah subyek merasa aneh dengan akun tesebut yang selalu menolak untuk diajak *video call.*

Subyek ketiga juga cukup lama menyadari bahwa akun yang berinteraksi dengan subyek adalah *fake account.* Hal ini dibuktikan dengan subyek yang menanti cukup lama balasan dari akun tersebut dan menghilangnya foto profil dari akun tersebut serta disusul dengan tidak detemukannya akun tesebut oleh subyek.

Sedangkan subyek keempat butuh waktu sekitar dua bulan untuk mengetahui aku *online shop* yang bertransaksi dengan subyek adalah *fake account.* Subyek baru menyadari setelah barang yang dipesan tidak kunjung datang dalam waktu sekitar dua bulan dan subyek juga mendapat informasi dari korban lain yang juga tertipu oleh *fake account online shop* tersebut.

C. PEMBAHASAN

Masalah yang dihadapi oleh keempat subyek hampir memiliki persamaan yang cukup signifikan, yaitu kurangnya informasi yang didapat dari akun tersebut saat berinteraksi. Sehingga subyek pun akhirnya tertipu dan mengalami kerugian, baik dari segi moral maupun finansial.

Keempat subyek juga memiliki persepsi yang hampir sama tentang fake account yaitu *fake account* adalah sebuah akun yang dibuat oleh orang yang tidak bertanggung jawab dengan menggunakan identitas orang lain atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebuah instansi untuk mengelabuhi korbannya dan mengambil keuntungan tersendiri dari tindakannya. Keuntungan tersebut bisa berupa keuntungan finansial maupun moral, seperti kepuasan pribadi dan kesenangan bagi si pembuat akun. Selain itu karena kurangnya informasi yang didapat dari akun tersebut saat berinteraksi mengakibatkan keempat subyek mengalami kerugian, meskipun kerugian yang dialami tiap subyek berbeda.

Keempat subyek juga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengidentifikasi bahwa akun tersebut adalah *fake account.* Hanya subyek pertama saja yang bisa langsung mengidentifikasi bahwa akun yang berinteraksi dengan subyek adalah *fake account.*

Selain itu, dari lembar obsevasi menunjukkan bahwa eskpresi seluruh subyek dalam penelitian ini saat menjelaskan persepsi tentang *fake account media social* menunjukkan ekspresi kekecewaan.

Sedangakan saat menjelaskan interaksi dengan *fake account social media* subyek NCF, ZID, dan FLS menunjukkan ekpresi kekecewaan karena ketiga subyek sebenarnya tidak menginginkan hal tersebut. Tetapi pada subyek QAH menunjukkan ekspresi yang berbeda, subyek menunjukkan ekspresi kebingungan karena saat interaksi terjadi QAH mendapatkan sebuah informasi dari *fake account* tersebut yang kebenarannya belum diketahui oleh subyek saat itu.

Saat menjelaskan kerugian yang dialami subyek, subyek QAH dan ZID menunjukkan eksprsi yang sama yaitu kekecewaan, subyek QAH merasa kecewa karena sudah membuang waktu istirahatnya untuk berinteraksi dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fake account, lalu subyek ZID merasa kecewa karena akun yang selama ini menurut subyek adalah asli ternyata *fake account.* Sedangkan subyek FLS menunjukkan campuran antara ekspresi sedih dan marah, hal ini dikarenakan subyek FLS mengalami kerugian moral dan finansial sehingga cukup wajar jika subyek menunjukkan ekspresi tersebut. Berbeda subyek-subyek sebelumnya, subyek NCF menunjukkan eksprsi gembira, hal ini dikarenakan subyek NCF tidak smapai mengalami kerugian finansial seperti yang dialami teman-temannya yang juga berinteraksi dengan *fake account* tersebut.

Yang terakhir adalah ketika subyek menjelaskan penyebab mereka menyadari bahwa akun tersebut *fake account,* hampir semua subyek subyek menunjukkan ekpresi yang sama yaitu kebingungan. Sedangkan subyek ZID dan FLS menunjukkan ekspresi gabungan antara kekecewaan dan kebingungan, hal ini terjadi karena subyek ZID kecewa karena akun tersebut menghilang dilain sisi kebingungan mengapa akun tersebut menghilang, sedangkan subyek FLS merasa kecewa karena telah tertipu dan kebingungan harus berbuat apa saat itu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

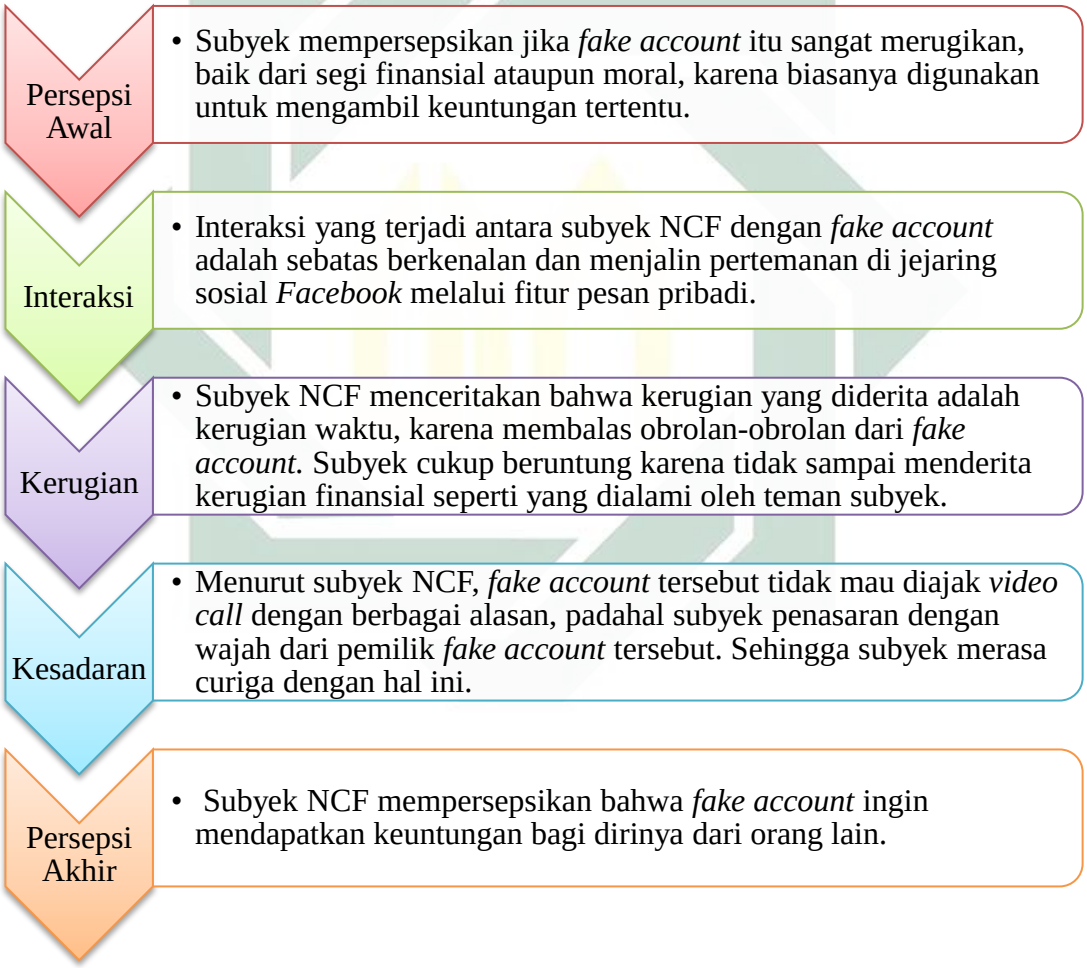
Di bawah ini adalah gambaran skema hasil dari penelitian masing-masing subyek:

Gambar 4.1 Skema Hasil Penelitian Subyek 1 (QAH)

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa subyek QAH mengalami interaksi dengan *fake account* pada tahun 2018, iteraksi yang terjadi saat itu adalah *fake account* yang berusaha mempengaruhi subyek QAH dengan cara memberikan informasi yang belum diketahui kebenarannya. Hal ini menyebabkan subyek merasa penasaran dan memikirkan kebenaran atas informasi tersebut, sehingga subyek QAH mengorbankan waktu istirahatnya pada malam hari untuk mencari tahu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebenaran dari informasi tersebut. Tetapi *fake account* tersebut tidak memberikan balasan dan menghilang begitu saja pada saat subyek menanyakan kebenaran informasi tersebut pada keesokan harinya. Dari kejadian yang dialami, subyek QAH menyimpulkan bahwa *fake account* adalah akun palsu yang ingin mengambil keuntungan atau untuk sebuah tujuan tertentu oleh pembuatnya.



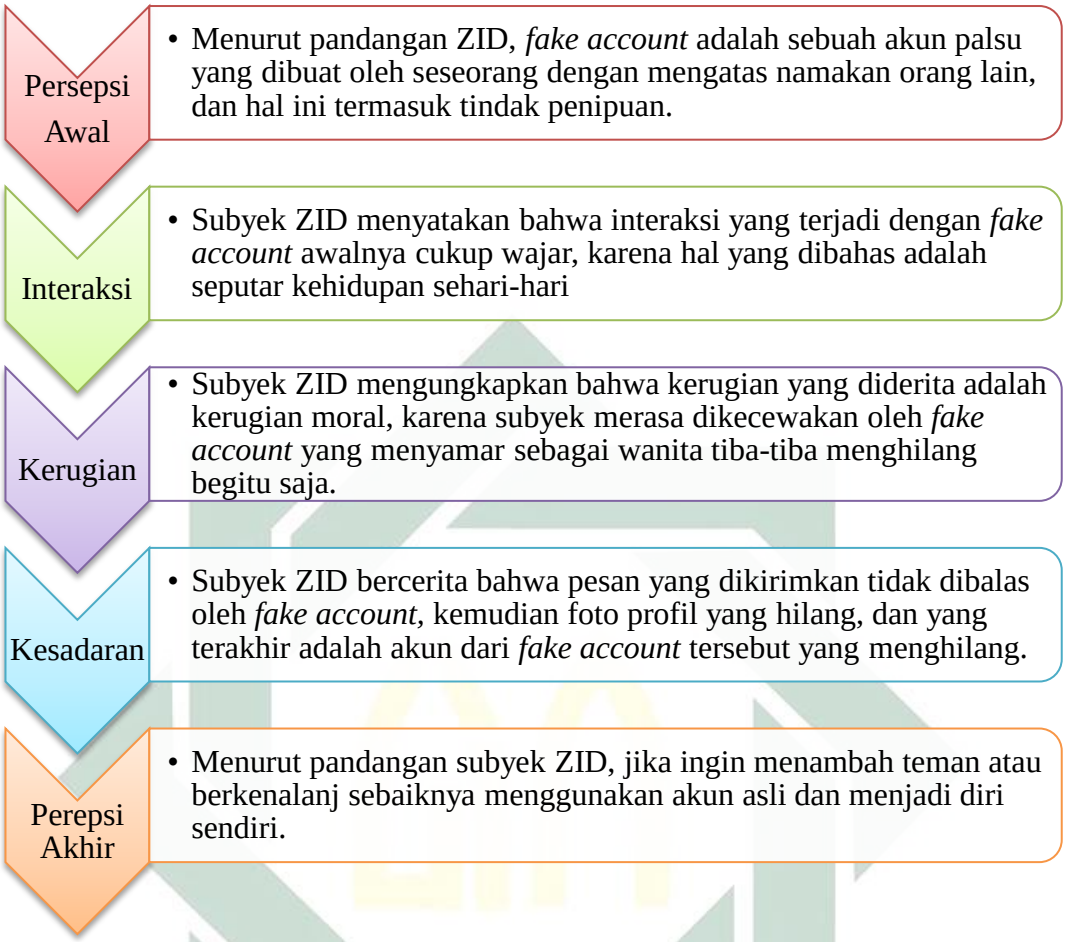
Gambar 4.2 Skema Hasil Penelitian Subyek 2 (NCF)

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa subyek NCF mengalami interaksi dengan *fake account* pada tahun 2014. Interaksi yang terjadi dengan *fake account* saat itu adalah sebatas perkenalan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjalin pertemanan saja di jejaring sosial *Facebook.* Namun subyek NCF mengetahui berita bahwa *fake account* tersebut ternyata telah banyak merugikan teman-teman subyek NCF sesama *K-Popers* dengan modus meminta pulsa dan meminjam sejumlah uang melalui transfer. Subyek NCF ingin membuktikan kebenaran berita tersebut dengan cara mengajak *fak account* tesebut untuk melakukan *video call* melalui *SkyPe* namun selalu ditolak oleh *fake account* tesebut hingga akhirnya akun tersebut hilang. Dari pengalaman tersebut, subyek NCF menyimpulkan bahwa *fake account* itu sangat merugikan, baik dari segi finansial ataupun moral, karena biasanya digunakan untuk mengambil keuntungan tertentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

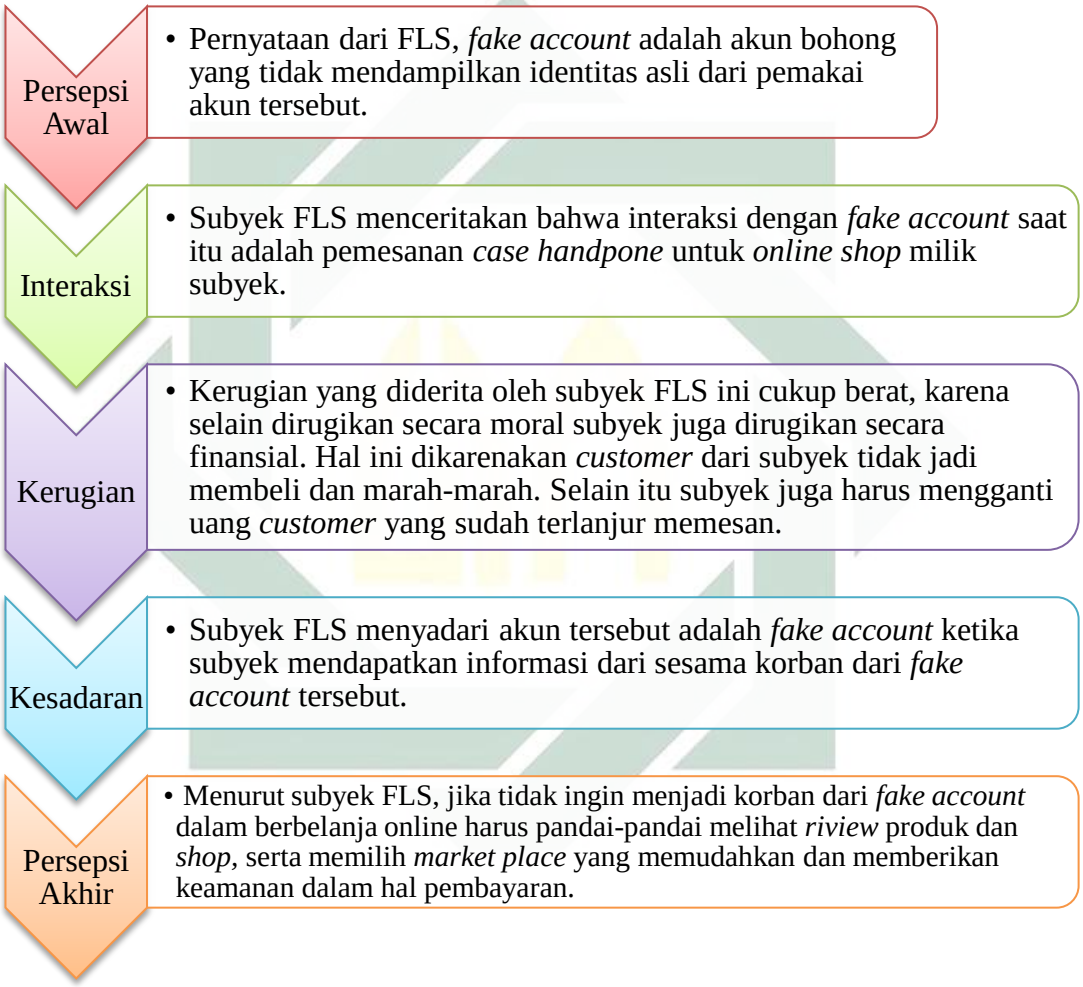


Gambar 4.3 Skema Hasil Penelitian Subyek 3 (ZID)

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa subyek ZID mengalami interaksi dengan *fake account* pada tahun 2014. Saat itu inteaksi yang terjadi antara subyek ZID dan *fake account* terbilang biasa saja, karena yang dibahas hanya sebatas bertukar informasi data diri dan tentang kehidupan sehari-hari saja. Namun subyek ZID merasa kecewa karena tenyata akun yang dianggap oleh subyek adalah pemiliknya wanita ternyata hanya *fake account* saja. Hal ini karena terjadi keanehan pada akun tersebut, keanehan yang terjadi saat itu adalah pesan dari subyek yang tidak kunjung dibalas kemudian foto profil dari akun tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menghilang dan yang terakhir adalah akun tersebut juga ikut menghilang. Dari pengalaman ini, subyek ZID menyimpulkan bahwa *fake account* adalah sebuah akun palsu yang dibuat oleh seseorang dengan mengatas namakan orang lain, dan hal ini termasuk tindak penipuan.



Gambar 4.4 Skema Hasil Penelitian Subyek 4 (FLS)

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa subyek FLS mengalami interaksi dengan *fake account* pada tahun 2018. Interaksi yang terjadi antara subyek FLS dengan *fake account* adalah transaksi pemesanan *case handphone* melalui media sosial *Instagram*. Saat itu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

subyek FLS memesan *case handphone* kepada akun *online shop* di *Instagram* untuk dijual kembali oleh subyek. Namun setelah subyek FLS mengirimkan sejumlah uang sesuai kesepakatan barang yang dipesan tidak kunjung datang hingga dua bulan lamanya. Akhirnya subyek mengetahui bahwa akun *online shop* tersebut adalah *fake account* setelah mendapatkan informasi dari orang lain yang juga menjadi korban dari *fake account* tersebut. Informasi ini cukup terlambat karena subyek FLS sudah terlanjur mengalami kerugian, baik itu kerugian dai segi finansial maupun moral. Dari pengalaman tersebut subyek FLS menyimpulkan bahwa *fake account* adalah akun bohong yang tidak mendampilkan identitas asli dari pemakai akun tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data yang terkumpul dapat disimpulkan semua subyek mempersepsikan bahwa *fake account social media* adalah sebuah akun yang dibuat oleh seseorang yang tidak bertanggung jawab yang memanfaatkan identitas orang lain dan bahkan pembuat akun tersebut tidak mengenalnya untuk melakukan penipuan dan mendapatkan keuntungan tersendiri dari korbannya, baik itu untuk kesenangan dan kepuasan saja atau untuk mencari pendapatan atau keuntungan finansial dari korbannya.

Dampak yang ditimbulkan juga cukup beragam, dari yang ringan hingga yang berat. Hal ini dapat dilihat dari subyek yang mengalami kerugian moral seperti yang dialami oleh subyek ZID, kerugian waktu sperti yang dialami oleh subyek QAH dan NCF, dan juga bahkan mengalami kerugian finansial seperti yang dialami oleh subyek FLS.

B. Saran

Sebagai penutup dari laporan penelitian ini, akan disampaikan rekomendasi yang ditujukan untuk :

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan memperbanyak waktu lagi ketika melakukan penelitian. Sehingga data yang didapat lebih akurat dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendalam lagi serta dalam menentukan *significant other* disarankan untuk memilih orang yang paling dekat dan yang paling mengetahui masalah yang dialami oleh subyek.

2. Bagi orang yang belum pernah berinteraksi dengan *fake account* dapat menghindari hal tersebut dengan mengetahui ciri-ciri dari *fake account* dan bahkan bagi yang sudah pernah berinteraksi dengan *fake account* dapat meminimalisir kerugian yang diderita dengan cara melihat dan mengetahui ciri-ciri dari *fake account* jiak sedang berinteraksi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. *MediaTor*, 301-315.

Alizamar dan Nasbahri Couto. (2016). Psikologi Persepsi & Desain Informasi. Yogyakarta: Media Akademi.

Arhy Ashari. 2013. Dinamika psikologis menurut Freud, Jung, Sullivan, Adler, Maslow, dan Pavlov. http://arhyashari26.blogspot.com/2013/05/dinamika-psikologi-menurut-freud-jung.html. Diakses tanggal 11 Februari 2019, pukul 21.33.

Danarjati, Dwi Prasetia, dkk. (2013). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Faturochman dan Djamaludin Ancok. (2001). Dinamika Psikologis Penilaian Keadilan. Yogyakarta: Jurnal Psikologi Univesitas Gajah Mada.

Frommer, D. (2010, November 1). *Here's How To Use Instagram*. Business Insider: www.businessinsider.com

Fuadi, M. Anwar. (2011). Dinamika Psikologis Kekerasan Seksual: Sebuah Studi Fenomenologi. Malang: Lembaga Pengembangan Psikologi dan Keislaman (LP3K).

Ginintasasi, Rahayu. Kesadaran. http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PSIKOLOGI/195009011981032-RAHAYU_GININTASASI/KESADARAN_Lengkapx.pdf . Diakses pada tanggal 18 Januari 2019.

Hapsari, Hannita Indri. (2016). Dinamika Psikologis Anak-anak Korban Kekerasan dalam Berumah Tangga. Yogyakarta: Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Hartanto, AAT . (2010). Panduan Aplikasi Smartphone. Gramedia Pustaka Utama. ISBN 100-6762-33-5

Herdiansyah, Haris. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Psikologi. Jakarta: Salemba Humanika.

Hidayatullah, Syarif dan Siti Hafsah Budi Argianti. (2013). Dinamika Psikologi dan Perilaku *Forgiveness* Bagi Korban Kekerasan dalam Rumah Tangga. Jurnal SPIRITS vol 4, 1-84.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

http://etheses.uin-malang.ac.id/2181/6/08410061_Bab_2.pdf. Diakses pada tanggal 20 Januari 2019.

http://www.tribunnews.com/regional/2017/12/13/pelaku-penipuan-lewat-facebook-dibekuk-jajaran-polda-bali. Diakses pada tanggal 25 Juni 2018.

https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-Engadget-5

https://www.brilio.net/creator/jangan-sampai-tertipu-ini-5-cara-bedakan-akun-palsu-atau-asli-di-facebook-121420.html. Diakses tanggal 27 Juni 2018.

https://www.ninoartikel.com/2016/05/fenomena-akun-palsu.html

Ikhsani, Leli Nurul. (2015). Studi Fenomenologi: Dinamika Psikologis Korban *Bullying* pada Remaja. Surakarta: Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Istiono, Apriana. (2015). Dinamika Psikologi Penghobi *Selfie* (Studi Fenomenologis pada Mahasiswa UIN Malang. Malang: Skripsi Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim.

Kaplan, Andreas M., Michael Haenlein. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons 53(1).

Khairul Anwar dan Taufik. (2016). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Interaksi Sosial pada Perawat di Rumah Sakit Islam Surakarta. Surakarta: Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. http://eprints.ums.ac.id/45469/ Diakses pada tanggal 19 Januari 2019.

Krombholz, Katharina, dkk. (2012). *Fake Identities in Social Media: A Case Study on the Sustainability of the Facebook Business Model*. Vienna: *Journal of Service Science Research* (2012) 4:175-212.

Latifah, Anis dan Nur'aeni. (2013). Dinamika Psikologis Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto Pelaku Prokrastinasi Akademik. Purwokerto: Psycho Idea.

Maslacha, Yana Putri. (2016). *Perceived Social Support* pada Lulusan Psikologi yang Menempuh 3,5 Tahun dengan Predikat *Cumlaude* di UIN Sunan Ampel Surabaya. Surabaya: Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Moleong, Lexi J. (2004). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Rosda Karya.

Naafi, Lula An. (2015). Dinamika Psikologis pada Korban Kekerasan dalam Pacaran. Yogyakarta: Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nugraha, Ali, dan Yeni Rachmawati. (2015). Metode Pengembangan Sosial Emosional. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

Rahayuningsih, Idha. (2016). Dinamika Psikologis dalam Perubahan Organisasi. Gresik: Prosiding Seminar Nasional Psikologi UMG.

Rahmania, Annisa.,dkk. (2010). *Internet Sehat Facebook dan Twitter*. Depok: Penebar Plus+.

Rochmah, Khoirunita Ulfiyatun dan Fathul Lubis Naqul. (2015). Dinamika Psikologis Anak Pelaku Kejahatan Seksual. Malang: Jurnal Tabularasa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Sikape, Harvey Jersic. (2014). Persepsi Komunikasi Pengguna Media Sosial pada Blackberry Messenger Twitter dan Facebook oleh Siswa SMAN 1 Tahuna. *Journal "Acta Diurna" Volume III. No.3. Tahun 2014.*

Staf. (2019). Arti Kata Kerugian Makna Pengertian dan Definisi Dari Kata Kerugian. https://www.apaarti.com/kerugian.html. Diakses pada tanggal 18 Januari 2019.

Su, Che., dkk. (2014). Persepsi dan Penggunaan Media Sosial dari Perspektif Ibu Bapa: Satu Analisis Kualitati. *Malaysian Journal of Communication:* Jurnal Komunikasi Jilid 30 (*Special Issue*) 2014: 43-74.

Watie, Errika Dwi Setya. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (*Communications and Social Media*). Semarang: *The Messenger*, Volume III, Nomor 1, Edisi Juli 2011.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id