

## Regulasi terhadap penipuan identitas: studi fenomena 'catfish' pada social networking sites (sns)

Novy Sartika Putri Sari Dewi<sup>\*)</sup>, Irwansyah  
*Universitas Indonesia*

Kampus UI Salemba, Jakarta, Indonesia

Email: novysartikaputrisd@gmail.com, Phone +621 7868619

**How to Cite This Article:** Dewi, N.S.P.S.D. & Irwansyah, I. (2021). Regulasi terhadap penipuan identitas: studi fenomena 'catfish' pada social networking sites (sns). *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(1). doi: 10.25139/jsk.v5i1.2612

Received: 22-05-2020,  
Revision: 17-11-2020,  
Acceptance: 10-12-2020,  
Published online: 16-02-2021

*English Title: Regulations of Identity Deception: Study on 'Catfish' Phenomenon in Social Networking Sites*

**Abstract** The development of Social Networking Sites have affected the users. One phenomena is identity deception, widely known as 'catfish.' Catfish appears because users can choose their own identities on social networking sites. Users may choose an identity that is considered ideal identity, even though it does not reflect the reality. In this situation, identity is being constructed and used to achieve something. This can be a threat for social networking sites users because it can be considered an infringement in the use of social networking sites. This study discuss the regulation made by the Indonesian government to deal with the threat of catfish as a form of identity deception. The research method used was the qualitative method.

**Keywords:** social networking sites; identity deception; catfish; government regulation

**Abstrak** Perkembangan *Social Networking Sites* (SNS) atau situs jejaring sosial turut memberikan dampak pada para penggunanya, salah satunya bentuk penipuan identitas yang disebut sebagai fenomena 'catfish'. Fenomena catfish muncul karena di situs jejaring sosial pengguna dapat memilih identitas yang dia anggap sebagai identitas yang ideal, walaupun tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Identitas dikonstruksi sedemikian rupa dan digunakan untuk tujuan-tujuan tertentu yang tentunya merugikan para korbannya. Hal ini tentunya menjadi ancaman tersendiri bagi para pengguna situs jejaring sosial karena merupakan salah satu bentuk pelanggaran

<sup>\*)</sup> *Corresponding Author*

penggunaan situs jejaring sosial. Penelitian ini membahas kebijakan peraturan yang dibuat oleh pemerintah untuk menghadapi ancaman fenomena catfish sebagai bentuk penipuan identitas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif.

**Kata Kunci:** *social networking sites*; penipuan identitas; *catfish*; peraturan pemerintah

## PENGANTAR

Pada mulanya, *Social Networking Sites* (SNS) atau situs jejaring sosial diperkenalkan pada saat peluncurannya yang pertama pada tahun 1997. SNS bernama SixDegrees.com awalnya memungkinkan pengguna untuk membuat profil, mendaftar sebagai teman dari pengguna lainnya. Kemudian, pada tahun 1998, terdapat fitur terbaru yaitu dapat menjelajahi daftar teman, sehingga SixDegrees.com memosisikan dirinya sebagai alat untuk membantu menghubungkan antar penggunanya dan mengirim pesan ke pengguna lainnya (Boyd & Ellison, 2007).

Kini, perkembangan era globalisasi yang juga turut diiringi dengan kemajuan teknologi informasi membuat penggunaan internet tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Adanya internet inilah yang melatarbelakangi perkembangan sejumlah *social networking sites* (SNS) seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Blogspot*, *YouTube* dan masih banyak lagi (Boyd & Ellison, 2007). SNS sendiri memiliki fitur unik yang menitikberatkan kepada daftar sesama pengguna yang memiliki keterhubungan dengan seorang yang juga memiliki hubungan dengan orang lainnya. Hal ini biasanya didasarkan pada persahabatan, keluarga, hubungan kerja, atau bahkan hubungan ikatan yang lemah (Manning, 2014).

SNS sendiri yang merupakan layanan berbasis web 2.0 memungkinkan penggunanya dapat membuat profil atau akun secara publik ataupun semi publik yang terikat dalam sebuah sistem. Selain itu, SNS juga dapat menghubungkan pengguna yang satu dengan pengguna yang lainnya dan juga berbagi koneksi. Dengan menggunakan SNS, pengguna juga dapat melihat dan menjelajahi daftar koneksi yang mereka miliki. Penggunaan SNS sendiri sangat unik, dimana penggunanya tidak mungkin bertemu dengan pengguna yang lain apabila tidak terhubung dalam bentuk koneksi (Boyd & Ellison, 2007). Dalam perkembangannya, SNS menggabungkan profil yang dibuat oleh penggunanya dengan mekanisme komunikasi yang memungkinkan pengguna menjadi 'berhubungan' secara *pseudo-permanently*, sehingga bisa meningkatkan hubungan sosial pengguna di dunia luring dan semakin memadukan kehidupan daring dan luring pengguna. SNS menghadirkan sebuah hubungan ke dalam kehidupan pribadi dan profesional saat ini, dimana hal ini memiliki konsekuensi langsung terhadap aktivitas di dunia nyata (aktivitas luring) (Kayes & Iamnitchi, 2017).

Salah satu bentuk hubungan yang berkembang dengan adanya SNS adalah *online dating* atau kencan daring, dimana masyarakat

sendiri menyadari bahwa hal ini berkembang karena kebutuhan bentuk hubungan romantis dan keinginan untuk mendapatkan pasangan yang terbaik. *Online dating* merupakan jalinan hubungan yang dimulai di media sosial, salah satunya adalah SNS. *Online dating* dapat terwujud dengan adanya proliferasi teknologi komunikasi baru yang diiringi dengan peningkatan perubahan individu dalam berinteraksi yang terjadi beberapa tahun belakangan ini, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi jarak jauh (Putra, 2020). Pasangan tersebut bertemu dan menjalin hubungan berbasis daring. Selain itu, *online dating* disebut juga sebagai *internet dating* atau kencan internet merujuk pada aktivitas di situs *dating* maupun SNS dengan tujuan untuk mendapatkan *romantic partner* atau pacar (Finkel et al., 2012; Noor et al., 2016).

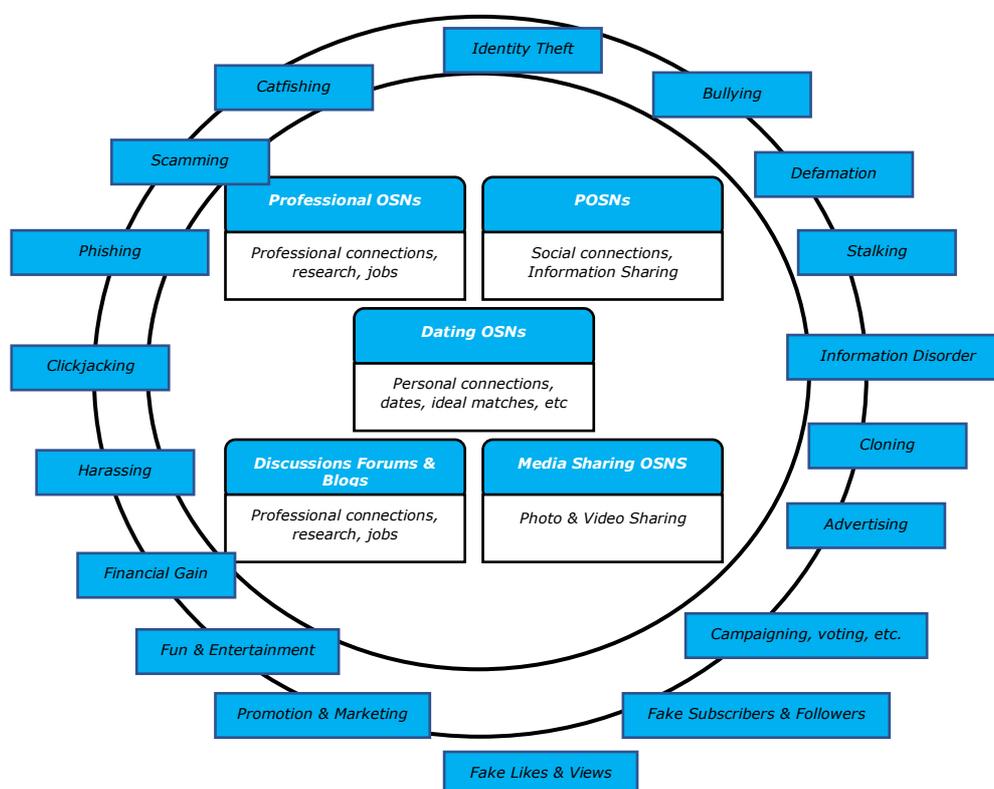
Dalam hal ini, seseorang yang melakukan *online dating* biasanya akan mencari pola kecocokan yang sesuai dengan preferensi mereka. Beberapa preferensi tersebut antaranya seperti tujuan melakukan *online dating*, usia, pekerjaan, kepribadian, dan fisik. *Online dating* merupakan salah satu bentuk komunikasi yang termediasi oleh komputer, dimana penggunanya melakukan komunikasi satu sama lain dengan media komputer, laptop, ataupun HP. Dengan demikian, maka pada dasarnya orang yang melakukan *online dating* dapat mempresentasikan dirinya dengan menunjukkan karakter ideal yang dia anggap baik, meskipun jika hal tersebut tidak akurat (Noor et al., 2016; Putra, 2020; Sari & Kusuma, 2018).

Hubungan yang dibangun berbasis daring tentunya dibangun atas dasar kepercayaan. Pengguna saling terhubung ke pengguna lain dengan minat yang sama, atau masih dalam satu koneksi (Kayes & Iamnitshi, 2017). Pada dasarnya, rasa percaya tersebut disebut juga sebagai *hopeful trust* atau kepercayaan yang penuh harapan. Kepercayaan penuh harapan adalah sebuah kepercayaan yang memiliki motivasi. Ketika seorang pengguna SNS mempercayai pengguna lainnya – dalam konteks hubungan – maka pengguna tersebut memiliki kecenderungan untuk berpegang teguh pada pandangannya terhadap pengguna lainnya, misalkan dalam hal identitas. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, *online dating* dapat membuat orang bisa dengan bebas menampilkan dirinya sesuai dengan karakter yang dia inginkan, meskipun tidak sesuai dengan realitas yang ada. Hal ini sama dengan sebuah fenomena yang terjadi yaitu *'catfish'* (Hildebrandt, 2015). Hal inilah yang memberikan celah bagi para pihak yang ingin melakukan tindakan kejahatan (Frost-Arnold, 2016; McGeer, 2008).

Saat ini, SNS banyak dimanfaatkan untuk membangun hubungan seperti berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan. Saat ini, SNS juga dimanfaatkan bagi penggunanya untuk mencari pasangan dan menjalin hubungan romantis dengan pengguna lainnya secara virtual. Walaupun seolah terlihat mempermudah kehidupan penggunanya, namun pada dasarnya penggunaan SNS ini juga memiliki berbagai dampak negatif bagi seperti isu kesehatan (kecanduan menggunakan SNS), hilangnya privasi, dan

ancaman kejahatan seperti pencurian identitas dan penipuan (Abdulahi et al., 2014). Gambar 1 merupakan bentuk pelanggaran yang sering ditemukan ketika melakukan interaksi di dalam SNS.

**Gambar 1.** Bentuk dari pelanggaran pada penggunaan SNS



Sumber: Ahmad, Sofi, dan Wani (2017)

Salah satu bentuk penipuan yang marak terjadi di SNS saat ini adalah penipuan identitas. Penipuan identitas daring merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk menyembunyikan identitas sebetulnya sebagai *sender* secara sengaja kepada *receiver*. Hal ini menyebabkan *receiver* memiliki keyakinan yang salah, yaitu menganggap identitas yang digunakan oleh *sender* merupakan identitas yang sebenarnya. Hal ini dilakukan ketika *receiver* tidak mengantisipasi identitas yang dibuat oleh *sender*. Beberapa tujuan dari penipuan itu sendiri di antara lain instrumental (didorong oleh tujuan tertentu), hubungan (didorong oleh keinginan memiliki hubungan), dan identitas (menginginkan identitas atau reputasi orang tertentu) (Tsikerdekis & Zeadally, 2015).

Adapun tiga jenis penipuan identitas yang biasanya dilakukan di dalam SNS yaitu menyembunyikan identitas, pencurian identitas, dan pemalsuan identitas. Menyembunyikan identitas adalah suatu tindakan dimana seseorang melakukan penghilangan atau pengubahan identitas. Sementara, pencurian identitas adalah keadaan dimana pelaku mencuri identitas seseorang dan menggunakannya sebagai identitas miliknya. Terakhir, pemalsuan identitas adalah ketika persona baru dibuat disertai

dengan rekam jejak yang baru (Tsikerdekis & Zeadally, 2015). Dalam tulisan ini, peneliti akan berfokus pada penipuan identitas dalam bentuk pemalsuan identitas.

Dalam artikel ini, bentuk penipuan identitas yang akan dibahas adalah '*catfish*' yang merupakan salah satu contoh pemalsuan identitas berkedok *online dating*. Kemunculan *catfish* sendiri biasanya disebabkan oleh kebebasan individu untuk membuat akun pribadi sebagai cerminan identitas yang mereka ingin tampilkan. Selain itu, pengguna SNS juga bisa memiliki lebih dari satu akun. Istilah *catfish* sendiri digunakan untuk menggambarkan seseorang yang melakukan penipuan identitas diri terhadap orang lain terutama pasangannya yang sebelumnya tidak pernah bertemu (Adam, 2017). *Catfish* juga memiliki arti sebagai seseorang yang menggunakan profil personal palsu pada SNS untuk melakukan kecurangan atau melakukan penipuan (*Catfish Definition*, n.d.).

Istilah *catfish* mulai muncul dari sebuah tayangan dokumenter asal Amerika Serikat berjudul sama yang diproduksi oleh Henri Joost dan Ariel Schulman pada 2010 tentang para korban yang memiliki hubungan dengan seseorang yang memiliki identitas fiktif - identitas yang tidak pernah ada di dunia nyata (Van Dijck, 2013). Pada awalnya, *catfish* secara apabla diartikan ke dalam bahasa Indonesia secara langsung berarti 'ikan lele'. Namun, istilah ini kemudian bergeser di masyarakat modern menjadi seorang yang berpura-pura menjadi orang lain dengan menciptakan identitas baru di internet, terutama di SNS. Adapun tujuan untuk melakukan *catfishing* adalah untuk menjalin hubungan romantik via media daring (Prastyphylia, 2014). Pada dasarnya, walaupun sama-sama berada dalam kategori menggunakan informasi palsu, *catfish* sendiri berbeda dengan *impersonation* dan juga *poser* karena *catfish* lebih condong kepada *online dating scams* (Ahmad et al., 2017).

*Catfish* muncul dan berusaha menarik perhatian individu lain dengan identitas palsu yang digunakannya. Identitas palsu ini digunakan untuk kepentingan menjalin hubungan dengan orang lain. 'Kebebasan untuk menjadi apa di SNS merupakan salah satu penyebab dari munculnya *catfish*. Kebebasan inilah yang digunakan oleh para pelaku *catfish* untuk mengonstruksi identitas digital yang akan mereka gunakan (Magdy et al., 2017). Konstruksi identitas merupakan sebuah komponen integral dalam kehidupan manusia yang telah diteliti dan diperiksa dengan berbagai sudut pandang. Identitas dikonstruksi sesuai dengan keinginan apa yang ingin ditampilkan di publik (Dowling, 2011). Identitas pun sering dikonstruksikan di SNS.

*Catfish* masuk ke kategori pelanggaran di dalam SNS karena menipu dengan cara berpura-pura menjadi orang lain dengan menciptakan identitas baru secara virtual. Hal ini berarti orang tersebut melakukan penipuan identitas (Smith et al., 2017). Penipuan sendiri merupakan suatu tindakan seseorang ataupun sekelompok orang dengan membuat kesan bahwa sesuatu itu benar adanya dan tidak palsu sehingga mengakibatkan orang lain memberikan kepercayaan pada realitas

tersebut. Penipuan juga dapat didefinisikan sebagai sebuah bujukan kepada orang lain dengan menipu, merangkai kata-kata bohong, menggunakan nama palsu, dan keadaan palsu sehingga keadaan tersebut memaksa korban untuk memberikan sesuatu sebagai umpan balik atas tindakan yang dilakukan oleh pelaku. Dampaknya bagi korban sendiri adalah berupa kerugian, baik dari sisi psikologis, finansial, maupun fisik (Rusmana, 2015).

Salah satu korban yang mengalami tindakan *catfish* adalah Bayu Eko Moektito, atau biasa dikenal sebagai *YouTuber* Bayu Skak. Dalam video unggahannya di platform Youtube, dia menjelaskan mengenai penipuan identitas yang dialaminya. Kedekatannya dengan seseorang bernama Dara Fleisher Cohen atau biasa disebut Dara, berawal dari *direct message* Instagram yang dikirimkan oleh Dara, yang mengaku sebagai seorang calon dokter yang sedang melakukan Pendidikan di Singapura. Perkenalan tersebut berlanjut ke ikatan yang lebih serius yaitu pacaran. Namun, tanpa dia sadari bahwa sosok yang dia kenal sebagai Dara itu tidak pernah ada. Foto maupun video yang diunggah di SNS milik Dara ternyata merupakan foto dan video milik artis India bernama Dipshika (Rizka, 2018).

Fenomena *catfish* seperti ini sendiri terus berlanjut hingga menjadi sebuah permasalahan di kalangan masyarakat. Penipuan identitas sendiri merupakan sebuah permasalahan yang cukup sulit untuk dilacak, apalagi ditangkap pelakunya. Terlebih lagi dengan kenyataan bahwa pemerintah Indonesia masih cukup asing dengan kasus-kasus terkait dengan penipuan identitas yang memiliki korelasi dengan *online dating*. Pada dasarnya, kasus-kasus *catfish* yang terjadi dapat menyebabkan kerugian, baik secara materiil maupun moril sehingga adanya fenomena ini sudah sepatutnya mendapatkan perhatian khusus. Apalagi, adanya SNS sebagai *platform* baru yang digunakan para penipu untuk menipu korbannya, maka sudah seharusnya hal ini mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah.

Salah satu bentuk perhatian dari pemerintah yang dapat diterapkan adalah regulasi. Regulasi merupakan sistem aturan mengikat yang memberi tahu kepada warga apa yang bisa dan tidak bisa dilakukan. Regulasi sendiri ditegakkan oleh seperangkat institusi seperti polisi, pengadilan, dan badan pembuat hukum. Tindakan hukum adalah tindakan yang sesuai dengan hukum (Reynolds, 2014). Kemunculan SNS sebagai sebuah media dan teknologi yang baru tentunya juga memunculkan berbagai masalah yang terkait dengan etika. Keberadaan SNS sebagai media baru tentunya menimbulkan perdebatan mengenai potensi mereka sebagai pemicu permasalahan dan juga pelanggaran yang dapat mengancam bagi penggunaannya. Maka dari itu, diperlukan penekanan dalam penggunaan SNS untuk tujuan yang baik dan tidak merugikan orang lain (Light & McGrath, 2010).

Dalam rangka melindungi warga negaranya dari kejahatan di dunia maya, Pemerintah Indonesia sudah memiliki regulasi yang dituangkan di dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 mengenai Informasi

dan Transaksi Elektronik (ITE). Undang-undang ini sendiri lebih terfokus pada penyebaran kebencian, berita bohong dan penyebaran informasi maupun dokumen yang melanggar muatan kesusilaan (Informasi Dan Transaksi Elektronik, 2016). Namun, regulasi ini masih belum cukup untuk mengikat para pelaku kejahatan berkedok penipuan identitas.

Salah satu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agus Rusmana meneliti penipuan dalam interaksi di media sosial. Penelitian tersebut mempelajari interaksi di media sosial yang memunculkan istilah masyarakat ber-jejaring. Dalam interaksi yang dilakukan oleh pengguna, terdapat interaksi yang menyimpang, yaitu penipuan. Penipuan tersebut dilandasi oleh faktor ekonomi dan tidak menyebutkan mengenai *catfish* (Rusmana, 2015). Ada juga penelitian mengenai pendeteksian dan pencegahan penipuan identitas daring di SNS yang dilakukan oleh Tsikerdekis dan Zeadally, namun penelitian ini tidak membahas regulasi yang diterapkan oleh pemerintah untuk mengatasi hal tersebut (Tsikerdekis & Zeadally, 2015).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara singkat apa langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah dalam menangani penipuan identitas dalam bentuk '*catfish*.' Sehingga, pertanyaan dari penelitian ini adalah "Bagaimana kebijakan pemerintah dalam mengatasi permasalahan identitas palsu dengan kaitannya terhadap fenomena *catfish*?"

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Penelitian kualitatif sendiri berfokus pada makna pengalaman seseorang dengan cara mengeksplorasi bagaimana orang tersebut mendefinisikan, mendeskripsikan, dan secara metaforis memahami pengalaman yang telah dia alami (Vanderstoep & Johnston, 2009). Penelitian kualitatif adalah sebuah aktivitas yang ketika peneliti menempatkan diri di dunia tempat dilakukannya penelitian tersebut. Penelitian kualitatif melibatkan interpretasi dan pendekatan alami terhadap dunia yang sedang diamati. Hal ini berarti, peneliti harus mengamati di dalam habitat alaminya, kemudian berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena dalam arti makna yang dibawa orang kepada mereka (Denzin & Lincoln, 2018).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara dan studi pustaka. Wawancara kualitatif itu sendiri memiliki dua fitur utama yaitu mengalir secara alami, dan kaya akan detail. Oleh karena hal tersebut, maka penting bagi para peneliti ada untuk 'mendengarkan,' bukan berbicara. Selain itu, para peneliti harus bersikap netral, dan harus dapat mengajukan pertanyaan yang tepat supaya mendapatkan jawaban yang sesuai (Alshenqeeti, 2014). Wawancara dilakukan untuk mengecek regulasi yang diterapkan pemerintah Indonesia, yaitu Undang - Undang No. 9 Tahun 2016 mengenai ITE terhadap penipuan identitas dan langkah apa yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk melakukan pencegahan dan

pemberian edukasi terhadap masyarakat. Sedangkan, pengalaman terhadap kasus penipuan diambil dari pengalaman korban berinisial BS yang diunggah di kanal YouTube (Lihat Tabel 1).

**Tabel 1.** Data Informan

No	Informan	Pekerjaan
1.	Dyah Permana Erawaty	Staf di Kementerian Komunikasi dan Informatika
2.	BS	YouTuber & <i>Content Creator</i>

Sumber :Olahan Data Penelitian (2020)

## **TEMUAN HASIL DAN DISKUSI**

### **SNS sebagai Media *Online Dating***

"Di akun Instagram-nya, namanya DFC. Dia seorang dokter, teman. Dia mengambil gelar master. Dia akan lulus tahun depan. Di Singapura. Dan ayahnya orang Jerman dan ibunya adalah orang Indonesia. Jadi, dia setengah keturunan. Baik. Dia memasuki hidupku di awal 2017" (BS, komunikasi personal, Maret 2020) BS mengaku mengenal sosok DFC yang merupakan seorang dokter berusia 19 tahun yang kini sedang melanjutkan pendidikannya di Singapura. Hubungan tersebut berawal sebuah pesan singkat di *Instagram* miliknya terkait perannya di salah satu film. Berawal dari pesan singkat tersebut, hubungan keduanya menjadi dekat dan BS kagum dengan sosok DFC yang juga kerap mengingatkannya untuk beribadah. Hubungan tersebut kemudian berkembang menjadi *online dating*. Tidak hanya itu, menurut penuturan BS, dia juga cukup dekat dengan kedua orang tua DFC. Namun, ketika BS mengajak bertemu, DFC selalu menolak dengan berbagai alasan (Skak, 2017).

Hal ini kemudian diceritakan oleh BS kepada temannya, RD, yang curiga bahwa sosok DFC merupakan sosok palsu karena selalu menolak ajakan pertemuan DS. RD mencoba mengecek alamat rumah DFC yang dengan mengirim makanan, namun ternyata alamat tersebut palsu. Meski begitu, BS tetap mempercayai bahwa sosok DFC merupakan sosok asli karena akun media sosial DFC merupakan akun yang aktif. Selain itu, ada beberapa hal yang mempengaruhi kepercayaan BS terhadap sosok DFC, yaitu aktifnya DFC di semua media sosialnya, seperti Blog dan Twitter - yang aktif sejak tahun 2013. Selain itu, DFC juga memiliki akun *Soundcloud*. Bahkan, DFC juga pernah mengikuti kontes kecantikan dan cukup populer di Instagram, terbukti dari pengikutnya sebanyak 26 ribu akun (Skak, 2017).

Setelah melakukan penyelidikan, BS dan RD menemukan bahwa sosok bernama DFC tidak pernah ada. Lebih lagi, foto profil yang digunakan oleh DFC merupakan foto artis India yang bernama Dipshika. DFC bahkan memalsukan akun kedua orang tuanya, yang biasa digunakan untuk berkomunikasi dengan BS. BS juga menceritakan

bahwa DFC melakukan semua itu karena dia kesepian dan tidak pernah mendapatkan kasih sayang dan cinta dari orang di sekitarnya. Untungnya, BS tidak mengalami kerugian secara materiil dari kejadian ini (Skak, 2017).

Meskipun demikian, kasus-kasus penipuan identitas seperti ini marak terjadi di luar negeri dan bahkan menimbulkan kerugian materiil. Maka dari itu, untuk mencegah hal ini terjadi di Indonesia, pemerintah sudah sewajarnya untuk membuat regulasi terkait.

### **Catfish sebagai bentuk Konstruksi Identitas Daring**

Apabila berbicara mengenai *catfish*, maka sangat erat kaitannya dengan pembentukan identitas yang dibangun secara virtual. Pembentukan identitas menempatkan seseorang untuk menampilkan diri mereka dengan cara-cara tertentu yang mereka anggap ideal. Hal ini juga erat kaitannya dengan interaksi kehidupan di dunia nyata dari pengguna tersebut, dimana mereka dituntut untuk dapat memainkan peranan dan menyajikan tampilan dari apa yang ingin mereka tampilkan agar dapat sesuai dengan hubungan sosial tertentu. Hal ini biasanya didukung dengan penggunaan narasi fiktif sebagai penggambaran diri dan menampilkannya kepada orang lain sehingga orang tersebut memiliki keyakinan terhadap identitas yang dibangun (Goffman, 1959). Agar dapat menampilkan sesuai dengan apa yang diharapkan, seseorang memiliki kecenderungan untuk mengonstruksi identitasnya. Adapun empat komponen penting dalam konstruksi sebuah identitas yaitu: *Input*, *Standard Identity*, *Comparator*, dan *Output*. **Input** merupakan sebuah persepsi yang diterima oleh seseorang. Hal ini dianggap vital terhadap proses pembentukan identitas. Persepsi yang diterima memberitahukan hal-hal yang terjadi di lingkungan sekitar individu tersebut. Tiap individu sering kali berpikir untuk mengatur lingkungan sekitarnya dengan cara memanipulasi obyek fisik dan sosial: dia mencoba untuk berinteraksi dengan yang lainnya. Sehingga hubungan persepsi dengan identitas adalah sebagai input, dimana persepsi ini sebagai alat untuk mengidentifikasi lingkungan sekitar. *Standard Identity* adalah rangkaian makna yang mana setiap identitas memiliki makna masing-masing. Hal ini dapat dilihat sebagai definisi dari karakter sebuah identitas. *Comparator* adalah sesuatu yang membandingkan antara persepsi makna yang diterima oleh individu terhadap identitas dengan makna ingatan dari *Standard Identity*. *Output* adalah sebuah sistem dari identitas yang mana merupakan hasil dari situasi atau lingkungan. *Output* biasanya berupa perilaku pada sebuah situasi (Burke & Stets, 2009),

Sama halnya dengan apa yang dialami oleh BS mengenai *catfish*, pada kasus ini, DFC mengonstruksi identitas yang ia tampilkan sebagai sosok yang cantik, pintar, cerdas dan memiliki keluarga yang berkecukupan sehingga dapat diterima oleh orang lain. Kecantikan di dalam diri seseorang selalu dikaitkan dengan kebahagiaan yang akan dia dapatkan. Pada dasarnya, wajah seseorang menjadi titik berat

penilaian di masyarakat. Wajah yang cantik memiliki arti kebenaran, kebaikan, sifat positif seseorang. Wajah merupakan penampilan pertama supaya kita dapat diterima oleh masyarakat dimana hal ini nantinya membawa interaksi bagi individu tersebut sehingga mereka dapat membawa dan menyajikan peran yang ingin ditampilkan agar dapat sesuai dengan hubungan sosial yang diharapkan (Goffman, 1959; Synnott, 2003). Hal inilah yang kemudian menjadikan sosok yang bernama DFC sebagai seseorang yang memiliki identitas hampir sempurna sehingga membuat orang tertarik, termasuk BS.

Hubungan antara BS dan DFC berkembang menjadi hubungan *online dating*. Jalinan hubungan tersebut tentunya berbeda dengan hubungan *dating offline* (hubungan yang bertemu di dunia nyata). Pada *offline dating*, validitas data diri mengenai pasangan bisa didapatkan melalui orang lain yang juga memiliki relasi, sehingga dapat terjadi *crosscheck* pada informasi yang didapatkan. Namun, hubungan yang dilakukan melalui *online dating* merupakan sebuah hubungan yang termediasi, dimana validitas informasi yang didapatkan tidak serta merta dapat dibuktikan secara langsung. Hal ini menjadikan validitas informasi yang bisa didapatkan sangat bergantung terhadap informasi yang ditampilkan oleh seorang individu dan kepekaan penerima informasi. Oleh karena itu, *online dating* tergolong area abu-abu karena penerima informasi tidak dapat benar-benar memastikan apakah informasi yang diterima tersebut *valid* atau tidak (Ellison et al., 2006).

### **Catfish sebagai Penipuan Identitas dan Ancaman yang Tidak Disadari**

"*Catfish* sendiri menjadi salah satu bentuk penipuan yang memanfaatkan teknologi. Kali ini, penipuan itu dilakukan lewat dunia digital yang merupakan ruang virtual sendiri. Ada avatar di dalamnya, dan kebebasan dalam memilih identitas avatar apapun. Ya, *catfish* merupakan ancaman bagi *user*" (Dyah Erawaty, komunikasi personal, Maret 2020).

Berkembangnya SNS di era digital saat ini turut mendukung kebebasan tiap individu dalam mengekspresikan diri. Namun, terlepas dari berbagai manfaat yang ditimbulkan oleh SNS, ada hal yang dapat mengancam para penggunanya apabila tidak diedukasi dan tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai hal ini. Kemudahan memilih identitas di internet kerap kali dimanfaatkan pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab sebagai media untuk melakukan kejahatan seperti penipuan identitas (Wani Ahmad et al., 2017).

Berkembangnya penipuan identitas, dalam hal ini *catfish*, juga didukung oleh penggunaan narasi fiktif untuk menggambarkan diri dari seorang pengguna dan menampilkannya kepada khalayak (pengguna lain). Narasi fiktif yang dimaksud adalah penggunaan nama palsu, penggunaan avatar, *display picture*, *profile picture* palsu, dan lain sebagainya. Sebagai pengguna internet, kita harus berhati-hati dalam penggunaannya. Internet menyediakan berbagai cara dimana pengguna

internet dapat memoles aspek – aspek yang ada di dalam dirinya untuk ditampilkan kepada khalayak seperti teman-teman, keluarga, ataupun pengguna lain. Interaksi di internet yang tidak memerlukan tatap muka inilah yang membuatnya menjadi tempat bersembunyi yang nyaman. Setiap orang dapat bersembunyi, menyamar, ataupun meniru orang lain di internet (Long & Wall, 2009).

Penggunaan SNS yang dimanfaatkan sebagai sebuah media untuk menipu orang lain dengan tujuan yang menguntungkan diri sendiri tentunya berisiko dan merugikan bagi para korban. Hal ini juga dipicu oleh kemudahan dan hasrat individu untuk menciptakan identitas sesuai yang ingin dia tampilkan, walaupun hal tersebut belum tentu berdasarkan kenyataan yang ada. Selain itu, ada pula tujuan ingin mendapatkan keuntungan ekonomi yang membuat SNS ini menjadi banyak digunakan untuk melakukan penipuan *online dating*. Dikarenakan kebebasan bagi pengguna untuk menciptakan identitasnya, maka dari itu sebenarnya permasalahan di internet terutama di SNS ini adalah identitas palsu yang dimanfaatkan untuk menipu seseorang dan melakukan kecurangan (Donath, 1998). Selain itu, karakteristik dari para pengguna Internet dan SNS yaitu *no sense of place*, yang berarti terjadi konsep anonimitas di dalam ruang virtual sehingga mengakibatkan terjadinya multiplikasi peran, jati diri, dan bahkan identitas dari penggunanya (Narwoko & Suyanto, 2011). Maka dari itu, sebenarnya pengguna SNS memiliki keleluasaan untuk mengaktifkan identitas-identitas yang relevan sesuai dengan makna dari situasi yang dihadapi (Anwar, 2017).

Menurut penjelasan yang diberikan oleh pakar psikologi siber kepada Vice, Chris Fullwood, identitas fiktif dapat terbangun karena adanya budaya daring itu sendiri. Budaya daring yang dimaksudkan adalah sebuah budaya yang tercipta di era digital yang mana tiap individu dapat dengan mudah membagikan informasi baik yang bersifat pribadi maupun tidak melalui akun SNS yang mereka miliki. SNS merupakan media yang mendorong tiap individu untuk semakin mudah dalam membagikan kegiatan sehari – harinya. Hal ini tentunya memiliki risiko dimana para pelaku kejahatan dunia maya memanfaatkan hal ini untuk mengambil dan membagikan informasi yang dibagikan di SNS korbannya. Informasi pribadi itu dapat berupa foto, video, dan lain sebagainya. Dia juga menambahkan bahwa pada dasarnya di era digital saat ini tiap individu tidak lagi memiliki apa yang dinamakan identitas stabil dan tunggal di masa sekarang, tiap individu sudah terbiasa untuk menyajikan kepribadian yang telah disesuaikan dengan lingkungan (Duhita, 2018).

Dilansir dari Tirto.id, Monica Whitty, psikolog yang berasal dari Universitas Leicester, menyebutkan bahwa kebanyakan korban catfish yang telah ia temui rata-rata sama sekali tidak mengetahui bahwasanya pada saat itu mereka sedang ditipu oleh para pelaku catfish. Sampai pada suatu saat mereka menyadari bahwa uangnya telah diambil.

Bahkan, masih banyak yang tak sadar kalau tidak disadarkan oleh orang-orang terdekatnya (Adam, 2017).

"Tapi, RD masih berkata, "BS, apa kamu serius?" RD selalu, Ya Tuhan, dia sangat skeptis, teman. Dia sangat kritis. Dan dia mengatakan ini sangat mencurigakan. Dia (DFC) mencari alasan dan tidak bisa bertemu denganmu tiga kali. Dan dia ada di Malang. Dan alasannya adalah dia ingin sendirian. Bagi Saya (RD), itu super duper yang mencurigakan" (BS. komunikasi personal, Maret 2020).

Pada dasarnya, korban dari tindakan *catfish* ini rata-rata pada awalnya sama sekali tidak mengetahui bahwa pada saat itu mereka sedang ditipu oleh para pelaku *catfish*. Mereka terlalu terjerat dengan identitas palsu yang mereka temui di dunia maya hingga mereka tidak menyadari risiko yang akan mereka hadapi seperti kerugian material dan moral. Sampai pada suatu saat mereka menyadari bahwa uangnya telah diambil. Bahkan, masih banyak yang tak sadar dan memerlukan orang di sekitarnya untuk menyadarkan dirinya (Adam, 2017). Hal tersebut sama seperti yang dialami BS dimana ia sama sekali tidak pernah menyadari bahwa Dara merupakan sosok fiktif yang tidak pernah ada di dunia ini karena profil di SNS yang digunakan sangat meyakinkan. Melalui temannya yang bernama RD, BS sedikit demi sedikit baru mulai menyadari bahwa selama ini pacar yang dia temui melalui SNS itu ternyata tidak pernah ada.

Penipuan dalam hal ini didasarkan pada fakta bahwa seseorang secara sadar mewakili dirinya sendiri, dan pihak ketiga kemudian bergantung pada kesalahan representasi ini. Yang pertama ditemukan adalah representasi palsu yang bermaksud untuk mengandalkan pihak ketiga. Beberapa jenis kerugian yang dialami pihak kedua atau ketiga harus digantikan. Kerugian material mungkin mudah dibuktikan dalam *online dating*, tetapi ada beberapa kerugian mungkin lebih sulit dibuktikan. Keberhasilan memberikan hukuman mungkin didasarkan pada apakah penipuan itu digunakan untuk mendapatkan uang atau barang kredit lainnya dari korban.

Jika tidak ada keuntungan finansial atau barang berharga lainnya dialami, seorang korban dapat mempertimbangkan untuk mengajukan klaim atas kerugian emosional yang disengaja. Secara umum, korban harus menunjukkan bahwa perilaku peniru menyebabkan tekanan emosi yang parah pada korban. Tentu itu akan membutuhkan bukti kerusakan psikologis karena perilaku peniru itu. Hanya mengikuti pengguna dengan avatar yang menarik kemungkinan tidak akan memenuhi kondisi ini. Jika kita melihat kasus Manti Teo, di mana seseorang menciptakan pacar yang kemudian dikatakan telah meninggal, maka argumen tekanan emosional mungkin lebih berhasil. Beberapa negara bagian—California (Dillon v. Legg, 1968), Illinois (Rickey v. Chicago Transit Authority, 1981), dan North Carolina (Young v. Western Union Tel. Co., 1890)— telah mengakui konsep kelalaian yang menyebabkan penderitaan dan tekanan emosional. Kasus Dillon di California telah menjadi tolok ukur dalam kasus jenis ini. Pada kasus Dillon, penggugat

mengklaim adanya “syok dan cedera pada sistem sarafnya, yang menyebabkan sakit dan penderitaan fisik dan mental yang hebat” setelah berada di dekat, dan menyaksikan, tabrakan yang merenggut nyawa putrinya. Pengadilan itu memutuskan bahwa penggugat harus mendapat bantuan dalam kasus seperti, atau mendapatkan “perawatan yang tepat.” Hal ini berarti kerusakan emosional yang dapat dipertanggungjawabkan adalah jika kerusakan emosional itu bermanifestasi secara fisik karena tekanan emosional yang parah saja tidak akan cukup.

### **Kebijakan Pemerintah Indonesia terkait dengan Identitas Palsu (*Catfish*)**

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menekankan penggunaan media sosial, termasuk SNS, adalah untuk dimanfaatkan ke hal-hal yang positif dan produktif. Kominfo juga meminta agar masyarakat sendiri dapat menggunakan SNS dengan bijaksana dan menggunakannya sebagai alat berkomunikasi yang positif dan sesuai dengan etika dan kaidahnya (Diandra, 2017). Namun, meskipun demikian, masih ada pihak – pihak yang tidak bertanggung jawab dan tetap menggunakan SNS-nya untuk melakukan tindakan-tindakan pelanggaran, seperti penipuan identitas daring berkedok *online dating (catfish)*, baik dengan tujuan ekonomi ataupun hanya untuk kepuasan pribadi.

Permasalahan mengenai *catfish* yang merupakan salah satu bentuk penipuan identitas ini sebenarnya cukuplah dilematis karena tidak ada regulasi dan juga edukasi terhadap masyarakat. Hal ini juga diperparah dengan praktik *online dating* yang telah merekat erat di kebudayaan masyarakat *digital* saat ini, dimana akses pertemuan dapat dimediasi melalui media daring seperti SNS. Dengan demikian, maka pada dasarnya orang yang melakukan *online dating* sendiri dapat mempresentasikan dirinya dengan menunjukkan karakter ideal yang dia anggap, baik walaupun hal tersebut tidak akurat hanya untuk mendapatkan pasangan (Noor et al., 2016; Sari & Kusuma, 2018).

Dalam hal ini, sebenarnya sosialisasi dengan edukasi bahaya dan dampak SNS juga perlu dilakukan oleh pemerintah. Hal ini kemudian bisa juga diperkuat dengan penerapan regulasi berupa undang-undang terkait Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Saat ini, peraturan pemerintah untuk ITE diatur dalam Undang-Undang No. 19 ITE tahun 2016 yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika. Namun, pada kenyataannya, regulasi yang dibuat pemerintah ini belum cukup untuk mengikat, bahkan mencegah para pelaku penipuan identitas untuk mengurungkan tindakannya.

Undang-Undang No. 19 ITE tahun 2016 dalam hal isi masih kurang membahas penipuan *identitas* daring. Beberapa pasal yang telah dibuat pun sebenarnya masih mengarah ke bentuk pelanggaran yang berupa penyebaran *hoax*, penyebaran berita kebencian, dan penyebaran

dokumen, serta konten yang melanggar kesusilaan. Sedangkan, penipuan masih lebih mengarah kepada penipuan dalam jual-beli daring atau *e-commerce* (Rosidah, 2017). "UU ITE saat ini lebih menyoar ke *e-commerce*. Saat ini belum ada rencana untuk melakukan penyuluhan ataupun literasi terhadap identitas palsu, karena pemerintah lebih fokus kepada Hoax" (Dyah Permana komunikasi personal, Maret 2020).

*Catfish* sendiri memang merupakan salah satu tindakan yang merugikan bagi para korbannya. Namun, penanganan *catfish* apabila dibawa ke ranah hukum masih cukup sulit. Hal ini juga dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti kerugian yang ditimbulkan, dan juga keinginan dari korban untuk melaporkan tindak kejahatan. Pada dasarnya, korban penipuan identitas berkedok *online dating* ini akan sangat susah mengajukan laporan kepada pihak berwajib dikarenakan hubungan yang sudah dijalani sudah sangat kuat. Persona yang diadopsi oleh penipu, membuat korban merasa sangat sulit untuk menerima kebenaran, yang malah berujung pada keberlanjutan hubungan (penipuan tahap kedua), misalnya ketika penjahat tersebut mengakui bahwa mereka telah menipu korban tetapi kemudian benar-benar jatuh cinta dengan mereka; atau pihak ketiga yang diduga diajukan untuk mengklaim bahwa mereka bisa mendapatkan uang korban Kembali. Dengan demikian, korban penipuan *online dating* mungkin bisa mengalami kerugian finansial dan psikologis akibat hilangnya hubungan romantis yang penting (Buchanan & Whitty, 2014).

Seperti yang disebutkan sebelumnya, kerugian yang diakibatkan oleh *catfish* sendiri sebenarnya dapat terbagi menjadi dua kategori yaitu kerugian finansial dan psikologis. Maka, seharusnya pemerintah membuat beberapa aturan maupun kebijakan mengenai hal ini. Dalam hal ini, penipuan identitas berkedok *online dating* dapat dikategorikan tindakan kriminal apabila mengakibatkan kerugian secara material non-kriminal karena menimbulkan dampak kerugian psikologis. Adapun tanggapan dari informan dari Staf Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah sebagai berikut, "Sayangnya penanganan yang dapat pemerintah lakukan adalah pemblokiran SNS yang didasarkan pada laporan dari pelapor dan saat ini dari Kominfo belum bisa memberikan cap atau tanda bahwa akun tersebut adalah akun yang memiliki identitas palsu" (Dyah Erawaty, komunikasi personal, Maret 2020). Menurut penuturan staf Kementerian Komunikasi dan Informatika, Dyah Permana Erawaty, saat ini tindakan pemerintah masih terbatas pada pemblokiran, dimana hal ini harus didasarkan pada laporan dan bukti terkait. Pemerintah belum dapat memberikan tanda khusus kepada akun palsu. Pada dasarnya, untuk melaporkan akun tertentu, SNS seperti Instagram ataupun Facebook memiliki metode sendiri untuk melaporkan akun – akun tertentu.

Lebih lanjut, informan staf Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa "Wacana itu masih sebatas rencana, dan belum ada pembahasan lebih lanjutnya. Karena dari pemerintah juga memiliki hambatan untuk menjadikan kebijakan tersebut.

Membuat 1 orang untuk memiliki 1 akun itu sulit, karena tidak di bawah pemerintah. Berbeda dengan provider yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Indonesia” (Dyah Erawaty, komunikasi personal, Maret 2020). Sebelumnya, sempat ada wacana bahwa pemerintah akan menerapkan satu akun SNS untuk satu pengguna (Rosidah, 2017). Namun, pada kenyataannya, hal ini juga hanya menjadi wacana belaka, karena pemerintah mengalami kesulitan untuk menerapkan hal ini, dimana SNS dan media sosial bukan berada di bawah naungan pemerintah, melainkan berada di pihak swasta. Hal ini tentunya berbeda dengan *provider* telepon yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia sehingga lebih mudah untuk mengontrol kebijakan.

Saat ini, yang menjadi urgensi terpenting adalah membuat regulasi yang dapat melindungi pengguna SNS supaya terhindar dari penipuan, terutama penipuan berkedok *online dating*, dan juga mendirikan Lembaga independen yang tugas utamanya adalah mencegah praktik bisnis yang curang, menipu, dan tidak adil. Selain itu, lembaga tersebut juga harus memberikan informasi untuk membantu konsumen (pengguna SNS) menemukan, menghentikan, dan menghindari hal-hal yang diduga penipuan. Salah satu negara yang telah memiliki Lembaga independen tersebut adalah Amerika Serikat yang mendirikan *Federal Trade Commission* (FTC).

FTC sendiri merupakan lembaga independen pemerintah Amerika Serikat yang misi utamanya adalah penegakan undang-undang anti monopoli sipil (non-kriminal) A.S. dan promosi perlindungan konsumen. FTC berbagi yurisdiksi atas penegakan anti-*trust* sipil federal di Amerika Serikat dengan Divisi Anti-*trust* dari Departemen Kehakiman A.S. Komisi ini berkantor pusat di Gedung *Federal Trade Commission* di Washington, DC (Federal Trade Commission, n.d.). Tujuan utama pendirian TFC adalah untuk memberikan edukasi mengenai penipuan identitas berkedok *online dating* berupa artikel dan info grafik yang dapat dilihat di laman web (Federal Trade Commission, n.d.). Selain itu, kanal Youtube mereka juga menampilkan video edukasi berbentuk animasi mengenai skema penipuan dalam *online dating* (Federal Trade Commission, 2016). Pemerintah Amerika Serikat bahkan mendorong warganya untuk melaporkan segala tindakan terkait dengan penipuan yang dialami melalui situs FTC.

Sama halnya dengan pemerintah Amerika Serikat, Pemerintah Australia sudah menaruh perhatian terhadap permasalahan penipuan di SNS melalui *Scamwatch.com*, sebuah laman web yang dibuat oleh Pemerintah Australia melalui *Australian Competition and Consumer Commission* yang diperuntukkan untuk melaporkan tindakan penipuan yang dialami oleh warga negaranya.

Walaupun di dalam contoh kasus ini tidak ditimbulkan kerugian ekonomi, namun memang tidak menutup kemungkinan bahwa ada kerugian secara material yang dialami oleh korban. Seperti yang dilansir dari laman web *Scamwatch.au*, sebuah laman web pengaduan penipuan

bagi warga negara Australia, tercatat sampai dengan bulan Juni 2019 ada sebanyak 1.950 laporan pengaduan korban *catfish*. Sebanyak 35,3% melaporkan kerugian secara material (finansial) sekitar AUD 11,019,068 atau sekitar IDR 10,793,342,392,020 (Scamwatch.au, n.d.).

Sebelumnya, sempat ada wacana bahwa pemerintah akan menerapkan satu akun SNS untuk satu pengguna (Rosidah, 2017). Namun, pada kenyataannya hal ini juga hanya wacana belaka, karena pemerintah mengalami kesulitan untuk menerapkan hal ini dimana SNS dan media sosial bukan di bawah pemerintah dimana hal ini berbeda dengan provider telepon yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia.

Sejak awal langkah pemerintah Indonesia seharusnya sudah cukup jelas yaitu memperkuat Undang-Undang No. 19 ITE tahun 2016, yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan memasukkan pasal mengenai penipuan identitas, supaya dapat menjerat para pelaku penipuan identitas terutama para pelaku *catfish*. Yang tercantum di UU tersebut lebih ke arah penipuan yang dilakukan oleh akun yang berada di dalam *e-commerce* (Rosidah, 2017).

Selanjutnya, pemerintah pun belum mengeluarkan etika tertulis mengenai bagaimana kaidah yang tepat dalam menggunakan SNS. Informasi sebenarnya dapat disampaikan melalui sosialisasi rutin atau dengan merilis artikel atau video info grafik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Selain itu, pemerintah Indonesia dapat memanfaatkan situs milik Pemerintah Indonesia, yaitu situs Lapor.go.id sebagai media untuk melaporkan tindak kejahatan penipuan identitas tersebut. Selanjutnya, pemerintah juga harus memberikan edukasi berupa sosialisasi bahaya penipuan di SNS, terutama penipuan berkedok *online dating*. Sosialisasi yang dapat dilakukan oleh pemerintah seperti bagaimana cara melakukan verifikasi terhadap akun-akun yang berpotensi sebagai penipuan. Dalam konteks SNS, pemerintah dapat memberikan contoh bagaimana mengantisipasi penipuan dengan cara mengenalkan metode verifikasi sederhana seperti umur, status, pekerjaan, foto profil, dll. Selain itu, pemerintah juga harus mendorong masyarakat untuk mulai kritis terhadap informasi yang diterima dari internet, misalnya dengan melakukan pencarian informasi melalui kanal pencarian di internet seperti Google untuk memastikan informasi yang diterima sudah tepat. Selain itu, pemerintah juga sebaiknya melakukan pemblokiran terhadap akun maupun *IP address* yang telah dilaporkan oleh korban. Terlepas dari semua hal tersebut, pada dasarnya pencegahan terhadap penipuan identitas berbasis *online dating* ini dapat dicegah apabila ada metode verifikasi data dimana satu orang hanya dapat memiliki satu akun SNS saja, atau pemerintah dapat membuat satu kanal tambahan di dalam laman web Lapor.go.id untuk mendeteksi akun palsu (Gibbs et al., 2011; Huang et al., 2015; Norcie et al., 2013; Suarez-Tangil et al., 2020).

## KESIMPULAN

*Catfish* merupakan salah satu bentuk pelanggaran di SNS saat ini. Pelanggaran yang dilakukan adalah berupa penipuan identitas yang mayoritas berkedok sebagai pacar virtual dalam *online dating*. *Catfish* menjadi ancaman baru karena identitas di SNS kini menjadi abu-abu dan sulit untuk dicek kebenarannya. Fenomena ini juga dipengaruhi oleh faktor kemudahan dalam mengakses informasi yang ada di internet dan pengguna internet yang cenderung mengabaikan dan tidak mempertanyakan informasi yang ada di internet. Berdasarkan temuan di atas, *catfish* merupakan hasil konstruksi identitas yang dilakukan oleh para pelaku *catfish*.

Meskipun demikian, ternyata pemerintah Indonesia belum memiliki kebijakan khusus dan cara untuk menghadapi penipuan identitas dalam *online dating*. Bahkan, pemerintah pun belum memiliki langkah-langkah pencegahan yang sebaiknya diambil dan diterapkan, walaupun isu ini sangat krusial.

Penelitian ini sendiri memiliki keterbatasan karena beberapa jurnal yang ditemukan hanya membahas penipuan identitas berdasarkan faktor ekonomi seperti penipuan rekening. Selain itu, pada pengambilan sampel, peneliti hanya mengambil berdasarkan kasus yang diunggah melalui akun YouTube Bayu Skak sehingga informasi mengenai motivasi dari pelaku *catfish* sendiri cukup terbatas. Selain itu, ternyata pemerintah Indonesia belum memiliki aturan/regulasi yang mengikat mengenai penipuan identitas terkait dengan *catfish*. Pada penelitian selanjutnya, disarankan agar mendapatkan sampel penelitian yang memiliki pengalaman mengenai *catfish* baik dari sisi korban maupun pelaku.

## REFERENSI

- Abdulah, A., Samadi, B., & Gharleghi, B. (2014). A Study on the Negative Effects of Social Networking Sites Such as Facebook among Asia Pacific University Scholars in Malaysia Sustainable entrepreneurs: who they are? View project E Commerce Implementation on Iranian SMEs View project A Study on the Nega. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10), 133–145.
- Adam, A. (2017). Catfishing: Tipu Muslihat Gebetan Khayalan. *Tirto.Id*.
- Alshenqeeti, H. (2014). Interviewing as a Data Collection Method: A Critical Review. *English Linguistics Research*, 3(1). <https://doi.org/10.5430/elr.v3n1p39>
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni*, 1(1), 137–144.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Business and Management*, 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.9790/487X-0124852>
- Buchanan, T., & Whitty, M. T. (2014). The online dating romance scam: causes and consequences of victimhood. *Psychology, Crime and Law*, 20(3), 261–283. <https://doi.org/10.1080/1068316X.2013.772180>
- Burke, P. J., & Stets, J. E. (2009). *Identity Theory* (1st ed.). Oxford University Press.
- Catfish Definition*. (n.d.). Mirriam Webster.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). The SAGE Handbook of Qualitative Research. In *Synthese* (Vol. 195, Issue 5). <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1319-x>
- Diandra. (2017). *Pemerintah ingin media sosial dimanfaatkan untuk hal produktif*.

- Donath, J. S. (1998). Identity and Deception in the Virtual Community. In P. Kollock & M. Smith (Eds.), *Communities in Cyberspace*. (1st ed., pp. 27–53). Routledge.
- Dowling, S. J. (2011). *Constructing Identity Identity Construction*. Georgia State University.
- Duhita, S. (2018). Pengakuan 'Faker' Online, Sanggup Memperdaya Orang Agar Mau Pacaran Tanpa Ketemuan. *Vice Indonesia*.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Federal Trade Commission. (n.d.). *Online Dating Scams Infographic*.
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. In *Psychological Science in the Public Interest, Supplement* (Vol. 13, Issue 1). <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Frost-Arnold, K. (2016). Social Media, Trust, and the Epistemology of Prejudice. *Social Epistemology*, 30(5–6), 513–531. <https://doi.org/10.1080/02691728.2016.1213326>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Lai, C. H. (2011). First comes love, then comes google: An investigation of uncertainty reduction strategies and self-disclosure in online dating. *Communication Research*, 38(1), 70–100. <https://doi.org/10.1177/0093650210377091>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life* (Issue 1). Anchor Books. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4279016>
- Hildebrandt, L. (2015). Media and Self Representative Perceptions: Deception in Online Dating. *Pace University*, 1–65.
- Huang, J. M., Stringhini, G., & Yong, P. (2015). Quit playing games with my heart: Understanding online dating scams. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 9148(June), 216–236. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-20550-2\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-319-20550-2_12)
- Kayes, I., & Iamnitshi, A. (2017). A Survey on Privacy and Security in Online Social Networks. *Online Social Networks and Media*, 3(4), 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2017.09.001>
- Light, B., & McGrath, K. (2010). Ethics and social networking sites: A disclosive analysis of Facebook. *Information Technology & People*, 23(4), 290–311. <https://doi.org/10.1108/09593841011087770>
- Long, P., & Wall, T. (2009). Investigating Audiences: What do people do with media? In *Media Studies* (2nd ed., p. 536). Routledge.
- Magdy, W., Elkhatib, Y., Tyson, G., Joglekar, S., & Sastry, N. (2017). Fake it till you make it: Fishing for Catfishes. In IEEE/ACM (Ed.), *International Conference on advances in Social Networks Analysis and Mining* (Issue September, pp. 479–504).
- Manning, J. (2014). Definition and Classes of Social Media. *Encyclopedia of Social Media and Politics, January 2014*. <https://doi.org/10.4135/9781452244723.n485>
- McGeer, V. (2008). Trust, hope and empowerment. *Australasian Journal of Philosophy*, 86(2), 237–254. <https://doi.org/10.1080/00048400801886413>
- Narwoko, J. D., & Suyanto, B. (2011). *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan* (4th ed.). Kencana.
- Noor, S. A., Djaba, T., & Enomoto, C. E. (2016). The Role of Social Networking Websites: Do They Connect People Through Marriage or Are They Responsible for Divorce? *Journal of International Social Issues*, 4(1), 40–49.
- Norcie, G., De Cristofaro, E., & Bellotti, V. (2013). Bootstrapping Trust in Online Dating: Social Verification of Online Dating Profiles. In A. A. Adams, M. Brenner, & M. Smith (Eds.), *Financial Cryptography and Data Security* (pp. 149–163). Springer Berlin Heidelberg.
- Informasi dan Transaksi Elektronik, Pub. L. No. Undang-Undang Nomor 16 Tahun

- 2016, 1 (2016).
- Prastyphylia, D. N. (2014). *Catfish: Permainan Identitas dan Muslihat Berkedok Anonimitas*.
- Putra, F. B. (2020). Konstruksi Teknologi Aplikasi sebagai Pengurangan Ketidakpastian dalam Komunikasi Antarpribadi: Fenomena Grindr. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3), 768. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2577>
- Reynolds, G. W. (2014). Ethics in Information Technology. In *Business Ethics* (5th ed.). Cengage Learning.
- Rizka, A. (2018). Macam-macam Kasus Penipuan Oleh Akun Palsu Cewek Cantik . Ternyata Alasannya Nggak Selalu Soal Uang ! *Hipwee.Com*.
- Rosidah. (2017). *Kominfo Bantah Wacana ' Satu Pengguna Satu Akun Sosial Media '*. Kementerian Komunikasi Dan Informatika.
- Rusmana, A. (2015). Penipuan Dalam Interaksi Melalui Interaksi Media Sosial. *Jurnal Kajian Informasi Dan Peroustakaan*, 3(2), 187–194.
- Sari, W. P., & Kusuma, R. S. (2018). Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs dan Aplikasi Setipe dan Tinder. *Mediator*, 11(2), 155–164.
- Scamwatch.au. (n.d.). *Dating & Romance Scam Statistic*.
- Skak, B. (2017). *Hati Hati di Internet*.
- Smith, L. R., Smith, K. D., & Blazka, M. (2017). Follow Me, What's the Harm? Considerations of Catfishing and Utilizing Fake Online Personas on Social Media. *Journal of Legal Aspects of Sport*, 27(1), 32–45. <https://doi.org/10.1123/jlas.2016-0020>
- Suarez-Tangil, G., Edwards, M., Peersman, C., Stringhini, G., Rashid, A., & Whitty, M. (2020). Automatically Dismantling Online Dating Fraud. *IEEE Transactions on Information Forensics and Security*, 15(May), 1128–1137. <https://doi.org/10.1109/TIFS.2019.2930479>
- Synnott, A. (2003). *Tubuh Sosial: Simbolisme, Diri dan Masyarakat* (1st ed.). Jalasutra.
- Tsikerdekis, M., & Zeadally, S. (2015). Detection and Prevention of Online Identity Deception in Social Networking Services ( SNSs ). *IEEE Internet Computing*, 19(3), 1–22.
- Van Dijck, J. (2013). Facebook and the engineering of connectivity: A multi-layered approach to social media platforms. *Convergence*, 19(2), 141–155. <https://doi.org/10.1177/1354856512457548>
- Vanderstoep, S. W., & Johnston, D. D. (2009). Research Methods for Everyday Life: Blending Qualitative and Quantitative Approaches. In *Jossey-Bass* (1st ed., Vol. 702). Jossey-Bass. [https://doi.org/10.1007/978-1-61737-960-4\\_9](https://doi.org/10.1007/978-1-61737-960-4_9)
- Wani Ahmad, M., Ahmad Sofi, M., & Yousuf Wani, S. (2017). Why Fake Profiles: A study of Anomalous users in different categories of Online Social Networks. *International Journal of Engineering Technology Science and Research*, 4(9), 320–329.