

Peran Publikasi Akun Instagram @blacklist_akunpenipu Sebagai Himbauan Followers Untuk Membeli Barang di Online Shop

Oleh:

Tesa Kurnia Wijayanti,

Dosen Pembimbing: Nur Maghfirah A.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

Pendahuluan

Akun instagram merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Selain itu instagram mempunyai banyak fitur yang mendukung para penggunanya dalam mengembangkan bisnis maupun usaha secara online begitupun para pengguna nya dapat dengan mudah mengakses situs-situs atau akun lapak yang berjualan beraneka ragam barang-barang maupun makanan segala macam yang sekarang bisa dapat dengan mudah di beli secara online. Namun dengan marak nya akun penjualan online shop di Instagram yang dapat mudah diakses siapa saja kini tidak jarang ditemui akun-akun yang menyalah gunakan meskipun sudah ditegaskan dalam Undang – Undang Hukum Pidana (KUHP) , UU No 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE) Pasal 28 Ayat 1 menyatakan “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik” . Atas maraknya kejadian penipuan di media social, terdapat salah satu akun media social yang menampung informasi akun-akun Instagram yang menjual produk secara tidak jujur dan amanah, yaitu akun @blacklist_akunpenipu.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Berdasarkan dari uraian pendahuluan yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: Apakah akun dari @blacklist_akun penipuan bermanfaat bagi followersnya?

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yaitu dengan memfokuskan pada data-data penelitian yang akan dihasilkan dari sebuah perkataan melalui sebuah bentuk pengamatan dan komunikasi secara online.

Obyek penelitian dalam penelitian ini yaitu akun instagram @blacklist_akunpenipu. Subyek penelitian dalam penelitian ini yaitu lima followers dari akun instagram @blacklist_akunpenipu yang menjadi korban penipuan online shop.

Wawancara dalam penelitian ini yaitu secara mendalam atau in dept interview dan wawancara ini dilakukan secara online melalui *direct messenger* atau dm pada followers di akun instagram @blacklist_akunpenipu .

Hasil

Berikut hasil wawancara peneliti terhadap informan

- **. Pembelian Online**, pada penelitian ini dapat dilihat dari hasil wawancara melalui *direct message* pengikut akun @blacklist_akunpenipu dari 2 narasumber menyatakan bahwa mereka pernah berbelanja melalui aplikasi Instagram.
- **. Dampak Pembelian Online**, dari hasil wawancara melalui *direct message* penelitian ini hampir ke 5 narasumber mengalami penipuan terhadap online shop , narasumber mengatakan tergiur dengan barang murah, lalu melakukan transaksi pembayaran secara transfer, namun beberapa hari kemudian barang tidak dikirim dan nomor Whatsapp di blokir oleh penjual. Dari berbagai pernyataan tersebut kini dapat dilihat bahwa tidak semua online shop dapat dipercaya
- **. Informasi Yang Di Dapat**, dari ke 5 narasumber yang mengikuti akun instagram @blacklist_akunpenipu hampir menyatakan hal yang sama selama mereka mengikuti akun tersebut mereka dapat memperoleh informasi-informasi tentang akun penjualan online shop .
- **Eksistensi Akun @Blacklist_akunpenipu, ditunjukkan** dengan jumlah followers yang tidak sedikit. Ini berguna agar informasi dapat sampai kepada berbagai kalangan pengguna Instagram. Dengan adanya akun @blacklist_akunpenipu ini narasumber menyatakan bahwa akun tersebut sangat membantu kepada para pengguna instagram dalam menyaring akun-akun penipu . Maka dari itu peran akun instagram @blacklist_akunpenipu sangat berperan penting dalam keputusan pembelian barang secara online di instagram
- **. Laporan Penipuan**, dari hasil wawancara yang dilakukan kepada ke 2 narasumber melalui *direct message* mereka memiliki jawaban yang berbeda. Ada yang melaporkan pengalamannya dan tidak melaporkan.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil paaparan penelitian yang dijelaskan, peran informasi akun instagram @blacklist_akunpenipu ini sangat berperan penting terhadap keputusan pembelian bafrang di online shop instagram, karena dapat kita lihat bahwa hasil wawancara kepada 5 narasumber tersebut hampir semua menyatakan bahwa akun @blacklist_akunpenipu sangat berperan penting dalam membantu para pengguna instagram dalam melakukan belanja online di instagram bisa dilihat dalam teori Blumer, dan Gurevitch (1974). Mereka menyatakan lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan sebagai berikut: a) Audien aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. b) Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audien. c) Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. d) Audien sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media. e) Penilaian isi media ditentukan oleh audie

Temuan Penting Penelitian

Pada penelitian ini ditemukan bahwa penipuan digital merupakan kejahatan siber yang paling sering ditemui dan menjadi persoalan global. Penegakan hukum terhadap tindak pidana penipuan berbasis transaksi elektronik memiliki banyak hambatan. Beberapa diantaranya kesadaran masyarakat, lemahnya pengawasan pemerintah, dan terbatasnya tenaga ahli.

Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, dengan dibuatnya penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai komunikasi dan komunikasi antar pribadi
2. Bagi pembaca, penelitian dapat memberikan suatu informasi yang mungkin saja belum diketahui sebelumnya dan juga dapat dijadikan suatu bentuk referensi maupun acuan yang berhubungan dengan komunikasi antar pribadi

a. Manfaat Teoritis

1. Khususnya untuk program studi Ilmu Komunikasi hasil dari penelitian ini dapat berguna sebagai suatu pertimbangan di dalam bidang studi ilmu komunikasi
2. bagi kajian ilmu komunikasi diharapkan penelitian ini dapat memberikan sebuah bantuan atau rujukan referensi bagi para peneliti selanjutnya yang berkajian tentang ilmu komunikasi

Referensi

- [1] N. A. Tama, S. Murdiningrum, And S. Rahayu, "Strategi Komunikasi Interpersonal Media Instagram @Dinkesdki Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Selama Pandemi Covid-19," *J. Mhs. Bk An-Nur Berbeda, Bermakna, Mulia*, Vol. 8, No. 1, P. 79, 2022, Doi: 10.31602/Jmbkan.V8i1.6554.
- [2] M. Rachmansyah And L. P. Supratman, "Peran Media Instagram Dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies The Role Of Instagram In Marketing Fashion Product Dollies," *J. Stud. Komun. Dan Media*, Vol. 24, No. 1, Pp. 73–90, 2020.
- [3] A. Rahmadillah, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Keterampilan Komunikasi Interpersonal Di Kalangan Remaja Kecamatan Tambun Utara Bekasi Jawa Barat," *J. Daring Mhs. Komun.*, Vol. 1, No. 2, Pp. 1–20, 2022.
- [4] L. Evanne, A. Adli, And N. Ngalimun, "Dampak Game Online Terhadap Motivasi Belajar Dan Keterampilan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan," *Al-Kalam J. Komunikasi, Bisnis Dan Manaj.*, Vol. 8, No. 1, P. 55, 2021, Doi: 10.31602/Al-Kalam.V8i1.4158.
- [5] S. Shuqair And P. Cragg, "The Immediate Impact Of Instagram Posts On Changing The Viewers' Perceptions Towards Travel Destinations," *Asia Pacific J. Adv. Bus. Soc. Stud.*, Vol. 3, No. 2, 2017, Doi: 10.25275/Apjabssv3i2bus1.
- [6] M. F. Alfindra And M. Yahya, "Motivasi Mahasiswa Bergabung Dalam Media Sosial Instagram," *Commun. Q.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 559–77., 2017.
- [7] Roswita, "Motif Dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Pelajar Siswa Sma Negeri 5 Samarinda," *Ejournal Ilmu Komun.*, Vol. 3, No. 3, Pp. 290–300, 2015.
- [8] E. P. Sari, D. A. Febrianti, And ..., "Fenomena Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Baru Berdasarkan Kajian Space Transition Theory," *Deviance J. ...*, Vol. 6, Pp. 153–168, 2022, Doi: 10.36080/Djk.V.
- [9] S. Setyawan And R. A. Putra, "Motivasi Subscriber Dalam Menonton Channel Youtube Gadgetin," *Perspekt. Komun. J. Ilmu Komun. Polit. Dan Komun. Bisnis*, Vol. 6, No. 1, P. 123, 2022, Doi: 10.24853/Pk.6.1.123-128.
- [10] S. Candrasari, "Komunikasi Interpersonal Melalui Penggunaan Media Sosial Antara Dokter Dan Pasien Di Klinik Medika Lestari Jakarta," *Prof. J. Komun. Dan Adm. Publik*, Vol. 6, No. 1, 2019, Doi: 10.37676/Professional.V6i1.836.
- [11] D. Halim, G. T. Dini, And S. Salim, "Analisis Komunitas Online Girl We Can Terkait Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara Pengurus Dan Anggota," Vol. 22, No. 2, Pp. 301–324, 2022.
- [12] S. S. Lestari And K. Kurniawati, "Analisa Kemampuan Komunikasi Interpersonal Najwa Shihab Melalui Akun Instagram @Najwashihab," *Al-Ittizaan J. Bimbing. Konseling Islam*, Vol. 4, No. 2, Pp. 65–72, 2021, Doi: 10.24014/Ittizaan.V4i2.16475.
- [13] D. J. Sari, M. H. Ritonga, And K. Jamil, "Perilaku Komunikasi Interpersonal Dalam Penggunaan Media Sosial Youtube Pada Anak Remaja," ... *J. Pendidikan, Sos. Dan ...*, Vol. 2, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.yana.or.id/index.php/algebra/article/view/388>
- [14] D. Kushardiyanti, N. K. Khotimah, A. Humardhiana, R. Ika, And M. Binasdevi, "Literasi Digital Dan Teknologi Komunikasi Interpersonal (Studi Kasus Penipuan Melalui 'Kencan Online' Di Media Sosial)," Vol. 6, No. 1, Pp. 24–30, 2022.
- [15] Afwan Syahril Manurung, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sumatera Utara," *Front. Neurosci.*, Vol. 14, No. 1, Pp. 1–13, 2021.

