

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial pada saat ini sangat pesat. Kini semakin banyak orang yang mengakses media sosial dengan berbagai tujuan sesuai dengan kebutuhannya masing – masing, seperti untuk mencari hiburan, mencari informasi, dan berbagai informasi lainnya. Media sosial yang tengah populer pada saat ini, yaitu aplikasi Tiktok [1]. Aplikasi Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang dimiliki oleh Zhang Yiming yang dikembangkan oleh perusahaan *ByteDance* asal Tiongkok [2]. Salah satu aplikasi yang banyak diunduh di *Apps Store* dan *Google play* pada saat ini yaitu Aplikasi Tiktok. Tiktok telah menjadi salah satu aplikasi yang mendapatkan popularitas di seluruh dunia. Aplikasi ini berhasil menarik perhatian banyak pengguna, terutama kalangan remaja karena tampilan dan fitur-fitur menarik yang disediakan [3]. Tiktok memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video – video pendek yang bagus untuk selanjutnya diunggah di media sosial. Memberdayakan pemikiran – pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan aplikasi Tiktok sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para *online content creators* di seluruh dunia [1].

Aplikasi Tiktok di Indonesia secara resmi menghadirkan *fitur* baru yang dinamakan dengan TikTok Shop. *Fitur* ini bertujuan untuk memberikan kesempatan peluang bagi pembisnis untuk memasarkan produknya dengan memanfaatkan kreativitas mereka untuk menarik minat pembeli. Tiktok shop menyediakan berbagai kebutuhan sehari – hari seperti *fashion*, makanan,

skincare, make up dan produk lainnya, yang memudahkan masyarakat melakukan pembelian tanpa harus keluar rumah [4].

Salah satu negara yang sedang *trend* dengan toko *online* atau *online shop* adalah Indonesia. Di antara berbagai *online shop* yang cukup populer di Indonesia adalah Tiktok Shop. Menurut hasil survey Populix, Tiktok Shop merupakan *social commerce* nomor satu di Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 46% dari total seluruh pengguna *social commerce* yang ada di Indonesia [5].



Gambar 1.1 Perkembangan Social Commerce

Tiktok Shop menggunakan salah satu strategi untuk menarik minat konsumen dalam berbelanja dengan menyediakan fitur *live streaming* dalam aplikasi Tiktok Shop. Melalui fitur *live streaming* ini, penjual dapat merekam dan menyiarkan videonya secara langsung (*real time*) dan memungkinkan adanya interaksi antara *live streamer* dan pemirsa yang menonton. Fitur live di Tiktok shop memberikan kemudahan dalam berkomunikasi antara penjual dan calon pembeli, terutama dalam memberikan informasi mengenai produk yang dijualnya tentang kualitas produk, ukuran, dan bahan secara detail sehingga konsumen dapat memahami dengan lebih baik dan bisa mendapatkan produk yang berkualitas. Namun, berbelanja online tidak selalu

menguntungkan pembeli. Sebab ada pula pembeli yang menjadi korban penipuan saat jual beli atau transaksi online. Namun, adanya *live streaming* di Tiktok Shop juga memicu tumbuhnya kejahatan penjualan didalamnya. Salah satu modus yang dilakukan oleh para pelaku melakukan *live streaming* menggunakan video *live streaming* akun lain dan memanfaatkan etalase pada fitur *live streaming* di Tiktok Shop. Konsumen tidak mengetahui adanya *review* dan *rating* palsu atau hanya menggunakan latar belakang berupa gambar atau background *live streaming* toko lain. Selain itu, sering juga ada perbedaan penataan barang yang terdapat pada suasana toko dengan apa yang dipromosikan saat *live streaming* [4].

Dalam proses pembelian, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi. Semakin berkembangnya teknologi, masalah pada keamanan menjadi tuntutan bagi pelaku bisnis online untuk membuat layanan *e-commerce* yang dapat menjamin kepercayaan dan keamanan pada konsumen sehingga konsumen tidak ragu dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Semakin pesat teknologi juga semakin berkembang pula modus penipuan berbasis teknologi pada online shopping. Pada situs-situs online shopping, tidak sedikit penjual online fiktif yang memasarkan produk fiktif juga. Keamanan di nilai sebagai kemampuan toko online untuk mengontrol dan menjaga keamanan transaksi data [6].



Gambar 1.2 Statistik Penipuan Online Shop Di Asia

Pada gambar 1.2 merupakan grafik rata-rata korban penipuan online yang dialami pengguna aktivitas online. Satu dari tiga orang di Asia Tenggara pada 2020 pernah mengalami penipuan online. Pengalaman itu terjadi ditengah booming aktivitas online, seperti *e-commerce* dan kerja jarak jauh yang dipicu oleh pandemi COVID-19. Pada 2019, Asia Tenggara kehilangan US\$ 260 juta akibat penipuan digital. Laporan tersebut menemukan 71 persen penipuan online.

Di Indonesia jumlah kasus kejahatan di dunia maya semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini didukung dengan mudahnya masyarakat dalam mendapatkan perangkat elektronik seperti *smartphone* dan PC serta akses internet yang semakin luas. Dalam menangani kasus kejahatan yang berkaitan dengan kejahatan di dunia maya, Indonesia sendiri telah memberlakukan UU ITE yang mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik, atau teknologi informasi secara umum. Serta membekali penyidik dengan pengetahuan terkait forensik digital yang tujuannya untuk menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi penyidik untuk menemukan bukti yang dapat membantu menyelesaikan kejahatan yang berhubungan dengan dunia maya [7].

Pada bidang teknologi, analisa forensik terhadap barang bukti atau elektronik disebut dengan sebutan komputer forensik atau *digital forensik*. Proses analisis bukti digital melibatkan pengumpulan data digital yang relevan dan memeriksa bukti digital. Penelitian ini memerlukan *framework* forensik agar proses penyidikan lebih efisien dan efektif. Pada penelitian ini akan menggunakan metode *Association of Chief Police Officers (ACPO)*. Metode ini digunakan untuk menjabarkan gambaran proses tahapan – tahapan secara lebih jelas dan mudah dipahami pada aplikasi Tiktok Shop dimana kasusnya adalah kejahatan penjualan pada video *live streaming* [8].

1.2. Batasan Masalah Penelitian

Adapun batasan masalah dari penelitian “Analisis Forensik Kejahatan Penjualan *Live Streaming* Di Tiktok Shop Menggunakan Metode Framework Association Of Chief Police Officers” ini adalah :

1. Penelitian ini akan fokus dengan identifikasi bukti *digital* yang relevan pada aplikasi Tiktok Shop dengan video *Live Streaming*.
2. *Tools* yang digunakan dalam metode ini adalah MOBILedit Forensic express, Magnet Axiom, dan HashMyFiles.
3. Dalam penelitian ini menggunakan Tiktok App Mobile Android.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka muncul rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana validasi pada hasil penemuan barang bukti *smartphone* pelaku dan korban ?
2. Bagaimana mengimplementasikan tahapan ACPO dalam mendapatkan bukti *digital* pada kasus kejahatan penjualan *live streaming* di Tiktok Shop ?
3. Bagaimana hasil analisis forensik digital dalam kasus kejahatan penjualan *live streaming* di Tiktok Shop menggunakan *tools* forensik ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menghasilkan ekstraksi data berupa barang bukti digital pada *smartphone* korban dan pelaku.
2. Melakukan implementasi dengan langkah-langkah forensik digital dengan menggunakan metode ACPO dalam tahapan *Plan, Capture, Analyst, Present*.
3. Menunjukkan hasil perbandingan dari kedua *tools* dalam menemukan bukti digital pada *smartphone* pelaku dan korban.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai laporan untuk penyidikan ataupun dalam pengadilan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang teknik anti forensik dan penerapannya untuk mengetahui tentang kejahatan penjualan *live streaming* di Tiktok Shop.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat dalam mengetahui jenis produk atau layanan yang paling sering di jual saat *live streaming* sehingga dapat mengatasi masalah pada saat melakukan orderan di *live streaming* Tiktok Shop.