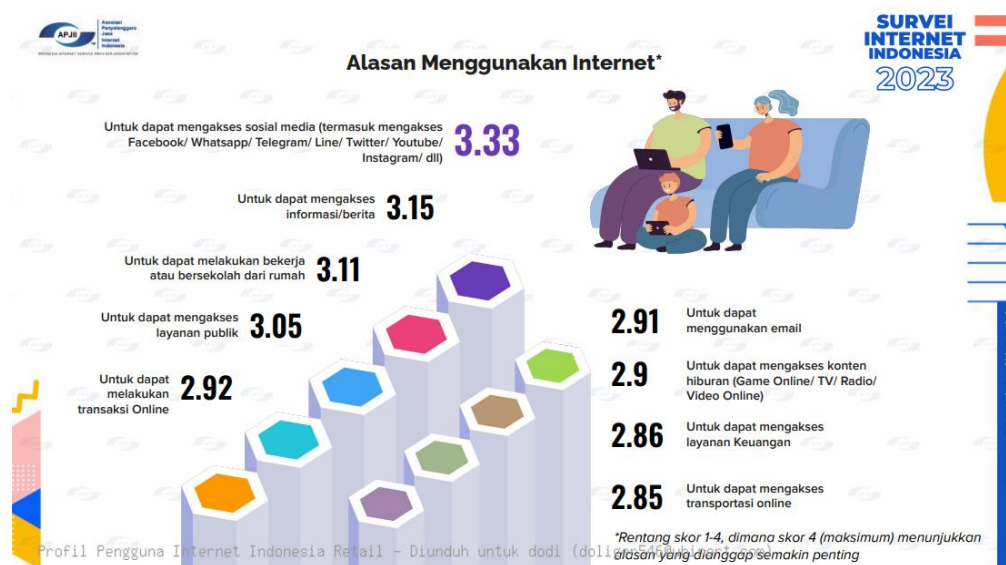


BAB I

PENDAHULUAN

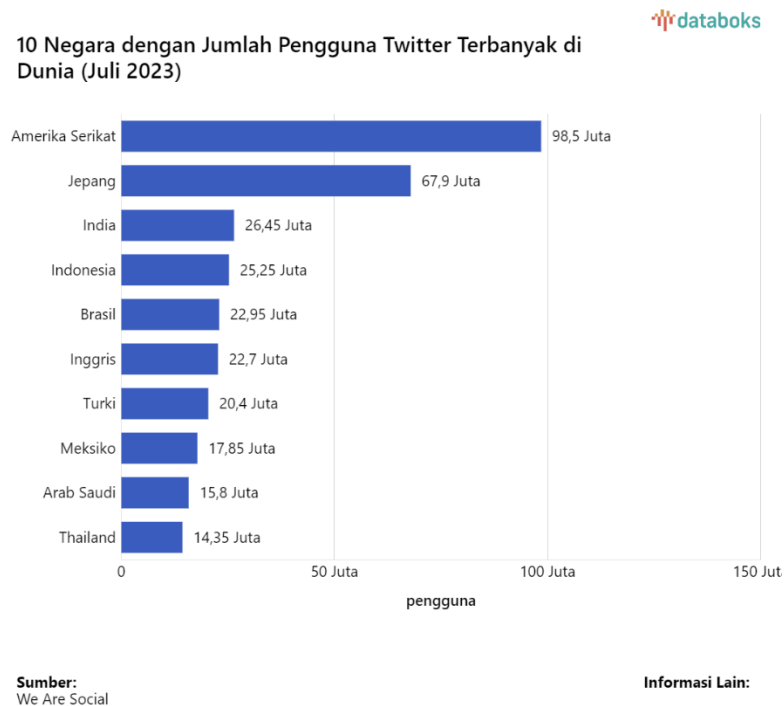
1.1 Latar Belakang

Dalam era perkembangan internet yang semakin maju seperti saat ini, akses masyarakat kepada informasi menjadi sangat luas dengan adanya internet. Salah satu sumber informasi yang paling banyak diakses oleh masyarakat adalah melalui media sosial. Media sosial tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Hasil survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 menunjukkan bahwa alasan utama masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses media sosial, dengan perolehan skor tertinggi mencapai 3.33 pada skala 1-4. *Smartphone* masih menjadi pilihan utama masyarakat dalam mengakses media sosial. Hal ini tidak lepas dari harga *smartphone* yang lebih terjangkau dibandingkan dengan komputer atau laptop, serta kemampuannya yang dapat menggantikan fungsi komputer [1].



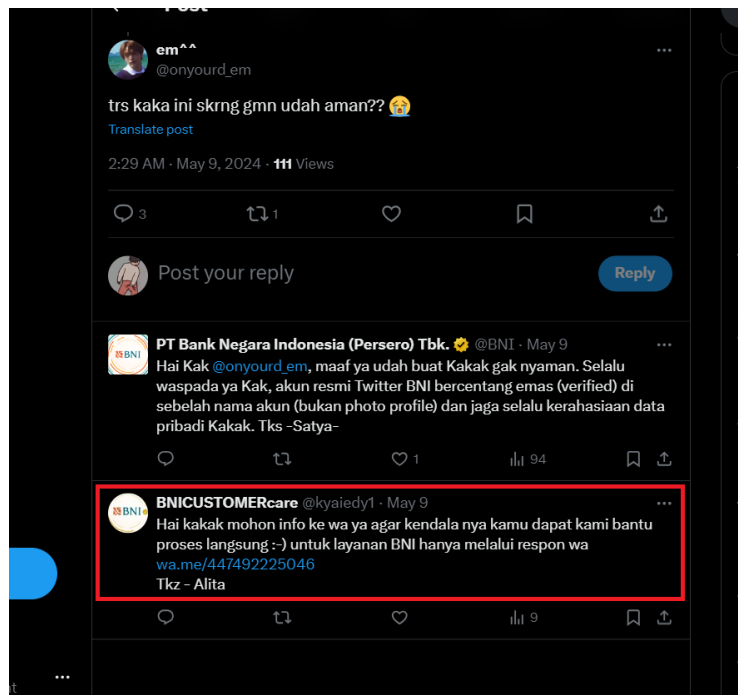
Gambar 1.1 Survey Alasan Menggunakan Internet

Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Twitter (X). Menurut data yang dipaparkan oleh Databoks pada tahun 2023 Indonesia menempati 10 besar pengguna media social Twitter (X) di dunia [21]. Twitter (X) memberikan pengguna sarana untuk berbagi pemikiran, ide, dan informasi melalui pesan pendek yang dikenal sebagai “tweets”. Dengan pembatasan karakter sebanyak 280 dalam setiap tweet, Twitter (X) mendorong pengguna untuk menyampaikan pesan secara singkat namun tegas. Platform ini telah menjadi wadah untuk beragam topik, mencakup berita terkini, diskusi politik, hingga tren hiburan. Fasilitas retweet dan like memungkinkan pengguna untuk menyebarkan dan menandai konten yang dianggap menarik atau relevan. Terlebih lagi, Twitter (X) juga menjadi arena yang signifikan bagi tokoh publik, selebritas, dan perusahaan untuk berinteraksi secara langsung dengan penggemar atau pelanggan mereka.



Gambar 1.2 Data Pengguna Twitter (X) di Indonesia

Namun demikian dibalik kemudahan yang ditawarkan Twitter (X), terdapat banyak pula dampak negatif yang dihasilkan, salah satunya adalah maraknya kasus penipuan yang terjadi di Twitter (X). Sebagai platform yang seharusnya menjadi wadah interaksi yang aman antara konsumen dan layanan pelanggan, Twitter (X) ternyata telah menjadi sarang bagi para penipu yang memanfaatkan kesempatan ini [20]. Modus penipuan yang kerap kali terjadi di Twitter (X) adalah modus penipuan *customer service* palsu, Menurut Ismail Fahmi, seorang analis media sosial yang dikutip oleh CNN Indonesia, terdapat banyak akun berseliweran di media sosial dan sekitar 47,7 persen dari akun tersebut adalah akun penipu [20]. Ironisnya, keberadaan banyak akun palsu telah menciptakan lingkungan yang tidak aman dan merugikan.



Gambar 1.3 Contoh kasus penipuan

Gambar 1.3 merupakan contoh aksi penipuan yang dilakukan oleh pelaku yang membalas aduan korban dengan menyamar sebagai seorang *customer service* palsu, akun-akun ini seringkali

menggunakan taktik manipulatif untuk menarik perhatian konsumen, menyamar sebagai *customer service* yang sah, dan akhirnya memanfaatkan kepercayaan tersebut untuk tujuan penipuan. Akun *customer service* palsu tersebut akan mencari aduan pelanggan di Twitter (X) yang menandai akun resmi dari layanan tertentu seperti perbankan atau layanan jasa lainnya. Setelah pelanggan membuat aduan tersebut maka pelaku akan membalas aduan tersebut dengan menyamar sebagai *customer service* layanan terkait. Pelaku akan mengarahkan korban untuk melanjutkan percakapan ke Whatsapp melalui sebuah link. Sementara itu korban yang tidak sadar jika akun tersebut merupakan akun *customer service* palsu maka akan menuruti ajakan pelaku untuk melanjutkan aduan melalui Whatsapp. Setelah pelaku berhasil mengarahkan korban ke *instant messenger* Whatsapp maka selanjutnya pelaku akan teknik manipulasi informasi untuk melancarkan aksinya guna mencuri informasi rahasia korban seperti informasi kartu kredit atau kartu debit dan mendapatkan kode OTP (*One Time Password*) yang telah dikirimkan ke ponsel korban.

Sebagai salah satu platform pesan instan yang sangat diminati di Indonesia, WhatsApp telah menjadi pilihan utama bagi banyak pengguna. Kepopuleran WhatsApp di Indonesia memberikan kesempatan bagi pelaku kejahatan untuk memanfaatkannya sebagai alat untuk melancarkan aksinya. Menurut data dari Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim Polri, WhatsApp tercatat sebagai platform yang paling banyak digunakan dalam melakukan tindak kejahatan, dengan jumlah laporan mencapai 4.888. Dari jumlah tersebut, 2.145 diantaranya merupakan kasus penipuan atau fraud [4].

Penelitian ini mengadopsi metode *National Institute of Standards and Technology* (NIST). Penerapan metode NIST melibatkan beberapa tahapan esensial, yaitu *collection*, *examination*, *analysis*, dan *reporting*. *National Institute of Standards and Technology* (NIST) adalah suatu

pendekatan yang berasal dari bagian administrasi teknologi Amerika Serikat, dan merupakan badan nasional non-regulator. Fungsinya adalah mendorong dan mengembangkan pengukuran, standar, serta teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas hidup bagi semua individu [5]. Metode ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan kerangka kerja berstandar nasional yang dapat diterapkan dalam investigasi *mobile* forensik. Penerapan metode forensik digital ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam mengumpulkan bukti terkait kasus customer service palsu yang terjadi pada platform pesan instan WhatsApp.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Bagaimana proses pengumpulan barang bukti digital pada aplikasi instant messenger Whatsapp dan media sosial Twitter (X) yang berjalan pada *smartphone* Android dengan metode National Institute of Standard and Technology (NIST)?
- B. Bagaimana menganalisis hasil barang bukti digital yang telah didapatkan dari aplikasi forensik yang digunakan?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Aplikasi WhatsApp yang diteliti adalah yang berjalan di *platform Android*.
- B. Objek penelitian yang digunakan adalah ponsel dari korban yang menggunakan sistem operasi *Android*.
- C. Tools yang digunakan adalah MOBILedit Forensic Express, SQLiteStudio, dan Belkasoft Evidence Center.
- D. Fokus penelitian hanya berfokus pada aksi penipuan customer service palsu di media sosial Twitter (X).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Menerapkan investigasi atau *forensic digital* untuk menganalisis dan memunculkan barang bukti digital yang terdapat pada kasus penipuan *customer service* palsu menggunakan *instant messenger* Whatsapp dan media sosial Twitter (X).
- B. Menunjukkan hasil analisis terhadap pesan Whatsapp yang digunakan pelaku untuk mencuri informasi pribadi dari korban.
- C. Mengidentifikasi pola-pola perilaku dan teknik manipulatif yang umumnya digunakan dalam kasus penipuan *customer service* palsu melalui *instant messenger* Whatsapp dan media sosial Twitter (X).

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah menambah pengetahuan mengenai modus penipuan *customer service* palsu melalui media sosial Twitter dan *instant messenger* Whatsapp serta menjadi referensi bagi semua peneliti atau ahli bidang yang bersangkutan.