

LOVE SCAMMER : KOMODIFIKASI CINTA DAN KESEPIAN DI DUNIA MAYA

Yuni Retnowati

Program Studi Advertising Akademi Komunikasi Indonesia (AKINDO)

Jl. Laksda Adisucipto Km 6,5 No. 279 Yogyakarta 55281

thegreatlecturer@gmail.com

Abstrak

Interaksi dan komunikasi di era *social networking* ternyata memicu munculnya *love scammer* yang menjalin hubungan maya melalui media sosial kemudian melakukan penipuan. Korbannya biasanya mereka yang mendambakan cinta tetapi sibuk bekerja sehingga kurang waktu untuk bergaul yang membuatnya merasa kesepian. *Love scammers* melihat peluang media baru untuk komodifikasi cinta dan kesepian di dunia maya. Hubungan interpersonal dengan calon korbannya berjalan seperti dalam perspektif teori penetrasi sosial yang diawali dengan kedekatan, keterbukaan diri, penetrasi dan depenetrasi. Menurut teori pertukaran sosial, suatu hubungan akan tetap terbina selama hubungan tersebut mampu menghasilkan kepuasan. *Love scammers* beraksi melakukan penipuan dengan berbagai cara untuk mendapatkan sejumlah besar uang dari korbannya yang mungkin awalnya tidak menyadarinya karena merasa telah mendapatkan cinta dan perhatiannya. Pertukaran antara uang dengan cinta atau perhatian dianggap cukup setara. Fenomena ini menunjukkan implikasi dari *on line relation* yang berujung pada *cyber crime*. Tulisan ini menjelaskan kelemahan interaksi antar manusia dalam jejaring sosial sebagai bentuk *communication mediated computer*, tahapan hubungan interpersonal dan pertukaran sosial antara *love scammers* dengan calon korban, serta komodifikasi cinta dan kesepian yang dilakukan *love scammers*. Para pengguna jejaring sosial diharapkan lebih berhati-hati dalam menjalin pertemanan *on line*. Setiap orang perlu pengetahuan yang cukup untuk menyadari konsekuensi penggunaan teknologi.

Kata kunci: *love scammer, communication mediated computer*, komodifikasi

Pendahuluan

Teknologi digital telah mengubah tatanan kehidupan yang sudah ada. Kehadiran teknologi komunikasi telah mengubah cara orang berinteraksi. Kehadiran komputer di rumah pada awal tahun 1980-an menjadi pembuka jalan menuju dunia maya atau realitas virtual. Terbukti satu dekade kemudian internet mulai dikenal sebagai media komunikasi yang populer.

Generasi pertama internet kebanyakan berisikan situs-situs yang bersifat statis, seperti *e-mail* dan mesin pencari informasi. Generasi berikutnya memungkinkan dinamika interaksi yang aktif antar pengguna internet setelah lahirnya web 2.0 yang bersifat interaktif. Perkembangan teknologi komunikasi (internet dan *mobile phone*) ini memicu pertumbuhan pesat media sosial, yang salah satu bentuknya adalah jejaring sosial.

Situs jejaring sosial hadir sebagai salah satu platform interaksi baru. Pengguna yang semula hanya bisa menyimak, sekarang bisa ikut aktif berpartisipasi. Setiap pengguna merasa memiliki media sendiri. Di sini terlihat bahwa media baru mampu menciptakan jejaring antar individu.

Situs jejaring sosial menjadi sesuatu yang fenomenal dalam mengubah cara manusia berinteraksi dengan sesama. Jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang. Sebelumnya interaksi manusia sangat tergantung pada lokasi fisik dari pihak-pihak yang

berkomunikasi karena kebanyakan dilakukan melalui tatap muka. Kehadiran internet menjadi media penghubung antar manusia yang memudahkan mereka berinteraksi. Bahkan memungkinkan replikasi terhadap interaksi tatap muka dengan *video chatting* sehingga mereka merasa berkomunikasi secara langsung karena bisa saling melihat lewat *webcam*.

Penelitian Pew Centre (2013) dalam pemanfaatan jaringan sosial oleh masyarakat menunjukkan Facebook masih menempati urutan pertama (73%). Jumlah pengguna Facebook di Indonesia telah mencapai 72 juta orang. (Info Komputer, 2015) Popularitas Facebook ini bahkan menjadi lebih populer daripada internet itu sendiri.

Ibrahim (2011) menganggap relasi sosial di Facebook hanya sebuah ilusi karena orang merasa dekat dan intim di dunia maya tetapi tidak saling sapa di dunia nyata. Meskipun demikian, Facebook bisa menjadi tempat pelarian dari kesendirian bagi masyarakat yang teralienasi secara sosial dan membunuh waktu luang. Seseorang yang merasa kesepian bisa membangun hubungan dengan orang lain yang berada di media tersebut untuk menjadikannya sebagai panutan atau tempat berbagi pengalaman.

Meyrowitz dalam Melissa dan Hamidiati (2011) berpendapat bahwa menurunnya jumlah interaksi tatap muka karena interaksi yang termediasi dianggap lebih

efektif bagi masyarakat yang hidup di era sekarang di mana mereka harus berpacu dengan waktu dan banyaknya informasi yang tersedia. Komunikasi yang termediasi selain mempersempit keterbatasan ruang dan waktu dalam berkomunikasi juga membantu manusia membangun hubungan interpersonal dengan manusia lainnya.

Karakteristik internet yang tidak menghadirkan kontak fisik dikombinasikan dengan komunikasi tekstual pada situs jejaring sosial dapat dengan cepat mengubah batasan pada diri seseorang menjadi lebih terbuka pada pihak lain yang belum dikenal dengan baik. Mereka merasa telah berbagi pikiran dengan orang lain yang mereka temui di internet melalui jejaring sosial. Ketika berinteraksi melalui komunikasi tekstual dalam ruang lingkup *online* seseorang bisa mengekspresikan diri secara bebas.

Karakteristik dunia *cyber* yang memiliki tingkat kebebasan tinggi berpeluang disalahgunakan untuk kejahatan. Informasi dalam profil dan postingan foto maupun kegiatan yang diunggah pengguna jejaring sosial menggambarkan status sosial ekonomi mereka. Sementara kebebasan mengakses informasi memungkinkan setiap orang mengunjungi situs jejaring sosial untuk mendapatkan teman baru atau sekedar melihat aktivitas orang lain. Di sinilah terbuka peluang bagi munculnya *cyber crime*. Penjahat di dunia maya ini memiliki akses untuk mendapatkan gambaran lengkap dari calon korbannya lewat profil mereka.

Pengguna jejaring sosial mestinya .berhati-hati dalam menerima pertemanan *on line* dari orang yang tidak dikenal secara *off line*. Laki-laki tampan atau perempuan cantik yang mengajukan permintaan pertemanan bisa jadi penjahat cinta yang dikenal dengan sebutan *love scammer*.

Sejak tahun 2011 penjahat cinta (*love scammer*) marak terjadi di Indonesia dan hingga sekarang jumlah korbannya masih cukup banyak. Disinyalir jumlah korban jauh lebih banyak namun karena kejadian ini memalukan maka banyak korban memilih menutup rapat. Hal ini sejalan dengan pernyataan King & Thomas (2009) bahwa lembaga hukum hanya menerima sedikit pengaduan , baik karena korban malu setelah ditipu atau korban tidak menyadari kalau sudah ditipu.

Love Scam atau *Romance scam* adalah penipuan berkedok mencari cinta atau pasangan, baik itu sebagai pacar atau dijadikan pasangan hidup. Penipuan jenis ini awalnya merebak di *on line dating site* dan situs pertemanan *on line* kemudian merambah situs jejaring sosial.

Dunia maya memberi ruang yang luas bagi individu untuk berkreasi dalam menampilkan diri masing-masing. Setiap orang bisa menata diri melalui berbagai elemen untuk menjadi figur yang diinginkan. Demikian pula yang dilakukan *love scammer* untuk mempresentasikan dirinya di dunia maya. Melalui

presentasi diri sebagai sosok impian setiap orang, aksi mereka dalam melakukan penipuan akan berjalan mulus.

Kebutuhan akan rasa cinta dan memiliki (*love and belonging needs*) merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Ketiadaan cinta dan orang dekat (kekasih) dalam kehidupan seseorang sering menimbulkan rasa sepi. Cinta dan kesepian yang kerap melanda kehidupan para lajang yang sibuk bekerja rupanya menjadi celah yang dimanfaatkan *love scammer* untuk menjerat korbannya. Mereka menawarkan cinta bahkan pernikahan. Rayuan dan janji manis dilancarkan terus menerus untuk menaklukkan calon korbannya.

Cinta adalah sesuatu yang murni yang tidak bisa ditukarkan dengan rupiah atau mata uang lainnya. Sedangkan kesepian menurut Baron dan Byrne (2004) adalah keadaan emosi dan kognitif yang tidak bahagia yang diakibatkan oleh hasrat akan hubungan akrab tetapi tidak dapat mencapainya. *Love scammer* mengubah cinta dan kesepian para *single* mapan menjadi komoditas dalam meraih keuntungan dengan mengorbankan aspek-aspek masyarakat.. Proses ini dikenal sebagai komodifikasi

Tulisan ini mencoba memaparkan kelemahan interaksi lewat internet (jejaring sosial) yang dikenal dengan istilah *communication mediated computer*. Pembentukan hubungan interpersonal seperti dalam teori penetrasi sosial dan teori pertukaran sosial juga akan diuraikan di sini. Selanjutnya akan dideskripsikan bagaimana komodifikasi cinta dan kesepian yang dilakukan *love scammers* .

Interaksi dalam CMC

Manusia dalam konsepsi psikologi humanistik adalah *homo luden* atau pelaku aktif dalam merumuskan strategi transaksional dengan lingkungannya (Rakhmat, 2007). Konsep ini melandasi kenyataan bahwa kodrat manusia adalah makhluk sosial yang selalu ingin berinteraksi dengan manusia lainnya untuk kelangsungan hidupnya.

Interaksi dalam jejaring sosial adalah interaksi yang dilakukan melalui media komputer atau *computer mediated communication* (CMC). Ini merupakan jenis interaksi baru yang belum pernah ada sebelumnya. Burnett dan Marshall (2003) menempatkan CMC berada pada batasan model komunikasi interpersonal (*one to one*), komunikasi massa (*one to many*) dan komputerisasi (*many to one*).

Proses komunikasi yang terjadi adalah komunikasi bermedia yang sepenuhnya berbasis penyampaian dan penerimaan pesan antar individu melalui jaringan komputer . Menurut Prajarto dan Ambardi (1998) komputer yang dihubungkan di dalam jaringan merupakan medium atau saluran yang menggantikan seluruh bentuk hubungan dan interaksi yang dibangun dalam fenomena konvensional.

Thompson *dalam* Melissa dan Hamidiati (2011) menyebutkan bahwa interaksi sosial melalui media baru tidak terbatas oleh jarak (dan juga waktu), dan memungkinkan dilakukannya suatu aksi walau keterbatasan tersebut.

Lebih lanjut Rheingold *dalam* Budiargo (2015) menyatakan bahwa di dunia maya kita dapat melakukan apa saja seperti di dunia nyata. Hanya saja kita tidak menyertakan diri kita secara fisik karena komunitas virtual menggunakan kata-kata pada layar untuk bertukar kesenangan, pendapat, slaing berbagi sampai dengan saling jatuh cinta dan mendukung secara emosi, mendapat dan kehilangan teman.

Donath dan Boyd (2004) menyebut dampak positif situs jejaring sosial adalah bisa menambah dan memelihara hubungan-hubungan yang bersifat lemah karena teknologinya sangat cocok untuk membina hubungan-hubungan ini secara mudah dan murah. Survei yang dilakukan Park dan teman-temannya *dalam* Lievrouw (2006) menunjukkan bahwa hubungan *on line* lebih intim dan berkembang dengan baik, bahkan melebihi interaksi tatap muka walaupun frekuensi dan durasinya lebih pendek.

Budiargo (2015) berpendapat jika interaksi melalui komputer akan memberikan rasa aman atau percaya diri yang lebih besar dibandingkan dengan tatap muka sehingga rasa malu agak sedikit tereliminasi. Hal ini membuat banyak orang merasa bebas mengekspresikan apa saja, baik lewat tulisan maupun foto

Jenis interaksi dalam CMC kurang menekankan karakteristik status dan aspek fisik dari pihak lain yang terlibat. Siegel *dalam* Shirley (2008) menyebutnya dengan istilah *equalization effect phenomena* untuk kondisi di mana perasaan akan perbedaan status berkurang sehingga tidak membatasi individu dalam mengeluarkan pendapat

Kehadiran fisik dalam tatap muka membuat individu agak takut ditolak oleh pihak lain ketika menyampaikan pendapat. Melalui CMC, ketidakhadiran fisik dan terbatasnya kontak antar partisipan membuat mereka merasa aman dari sanksi sosial. (Budiargo, 2015). Itulah alasan kenapa seseorang yang pemalu di dunia nyata berubah menjadi sangat terbuka bercerita apa saja kepada teman yang dikenalnya lewat situs jejaring sosial atau situs pertemanan *on line*.

Di samping berbagai kelebihan yang menyertai eksistensi CMC, terdapat pula beberapa hal yang dikategorikan sebagai kelemahan jenis komunikasi ini. Salah satunya adalah kurangnya momen manusia seperti yang dinyatakan oleh Hallowell (1999). Dua syarat mutlak untuk terjadinya momen manusia yaitu harus ada kehadiran secara fisik dan perhatian emosional serta intelektual. Kedua syarat ini diperlukan untuk menjaga aktivitas mental dan juga kesehatan emosional.

Gerungan *dalam* Budiargo (2015) menyetujui pendapat Hallowell dengan mengatakan bahwa tubuh kita dirancang untuk bertemu secara fisik dan psikis. Dari kedua hal itu, manusia diarahkan untuk masuk pada situasi konflik, ada perasaan senang, cinta, marah dan benci. Dengan cara itu, manusia bisa bertahan hidup. Manusia bisa mengasah kewaspadaannya, mampu mengenali orang lain, dan bisa membaca emosi orang lain .

Nugroho *dalam* Budiargo (2015) berpendapat bahwa interaksi manusia yang hanya didasari kontak teknologi akan terasa kering karena bersandar pada nilai materi yang tidak melibatkan hati. Ditambahkan oleh Curtis *dalam* Budiargo (2015) munculnya *shipboard syndrome*, yaitu perasaan yang muncul pada pengguna yang tidak pernah berjumpa secara nyata. Sebuah *syndrome* yang dirasakan oleh orang-orang yang hanya berinteraksi di dunia maya tanpa pernah bertemu secara fisik di dunia nyata.

Nancy Baym *dalam* Littlejohn dan Foss (2009) menegaskan bahwa dalam interaksi yang dimediasi komputer, orang tidak dapat melihat, mendengar atau merasakan satu sama lain, sehingga mengurangi kemampuan mereka untuk menggunakan isyarat-isyarat konteks. Ini yang disebut sebagai kekosongan sosial (*social vacuum*) yang berbeda dengan pembicaraan tatap muka. Karenanya, para partisipan dalam CMC berupaya menemukan cara-cara menempatkan kembali isyarat-isyarat yang hilang dari konteks-konteks eksternal.

Interaksi tatap muka memungkinkan masing-masing partisipan selalu melihat bahasa yang diucapkan dan tanda-tanda sosial seperti gerakan tubuh dan tanda-tanda status sosial sehingga kehadiran seseorang begitu berarti. Sementara interaksi melalui CMC sangat bergantung pada gambaran yang dituliskan. Implikasi dari semua itu adalah hilangnya atau minimnya karakteristik personal dalam CMC.

Cara berkomunikasi yang diperluas dengan komputer memediasi bentuk-bentuk komunikasi tatap muka sehingga CMC dipahami sebagai pengganti tatap muka. Namun tidak bisa sepenuhnya menggantikan karena tanda-tanda komunikasi non verbal hilang dalam peristiwa komunikasi. Isyarat-isyarat non verbal digantikan dengan lambang-lambang *emotions* untuk mewakili ekspresi wajah.

Saat ini terlihat telah berkembang fitur *emotions* atau *icon* wajah yang menggambarkan ekspresi tertentu. Selain itu muncul bahasa slang untuk keperluan interaksi di internet sebagai upaya untuk mengatasi absennya isyarat-isyarat simbolis. Diawali oleh kebutuhan untuk mempersingkat ketikan , muncullah singkatan populer di antara pengguna internet, termasuk jejaring sosial, seperti LOL (*Laughing Out Loud*), ROFL (*Rolling On the Floor Laughing*), IMHO (*In My Honest Opinion*).

Presentasi Diri

Interaksi virtual melalui CMC membentuk identitas sosial yang tidak sepenuhnya didasari norma, nilai peran dan budaya seseorang karena interaksi bersifat dekontekstual. Sangat dimungkinkan membentuk kepribadian *on line* yang beda dengan aslinya. Karena tidak ada tatap muka, mereka dapat menampilkan kepribadian dan identitas yang lain.

Setiap orang memiliki cara dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Begitu pula yang terjadi di media sosial. Ketersediaan fitur masing-masing media sosial memberikan ruang bagi setiap individu untuk berkreasi dalam menampilkan dirinya. Ketika pengguna menata akun media sosial sebenarnya dia sedang menata penampilannya di dunia maya. Memperbaharui status, menulis di *wall*, memodifikasi foto profil adalah aktivitas penataan diri. Melalui penataan diri yang sangat bervariasi seseorang bisa menampilkan diri menjadi sosok impian.

Kenyataan bahwa setiap orang bebas mempresentasikan dirinya di media sosial membawa kita pada kesadaran bahwa tidak semua yang berada di internet adalah benar. Kebebasan untuk menjadi siapapun di media sosial terkadang disalahartikan oleh beberapa pihak dengan membuat akun palsu menggunakan foto dan identitas palsu. Mereka tidak harus menjadi orang yang sesuai dengan dunia nyata. Banyak kasus menunjukkan bahwa sifat asli pengguna media sosial di dunia nyata ternyata berbeda jauh dengan sifatnya saat di dunia maya. Seseorang dapat menjadi periang dan sangat ramah di media sosial padahal di dunia nyata dia adalah orang yang tertutup dan susah bergaul.

Ketiadaan interaksi tatap muka mempengaruhi cara presentasi diri melalui media sosial. Hilangnya elemen non verbal komunikasi dan konteks terjadinya komunikasi membuat presentasi diri di media sosial tidak maksimal. Ketidakhadiran elemen-elemen non verbal dan konteks bisa dipandang sebagai sebuah kondisi yang memudahkan pengguna untuk mengontrol atau melakukan presentasi diri. Meskipun ketiadaan elemen-elemen non verbal membuat komunikasi berjalan tidak cukup kaya, setiap pengguna mendapatkan kesempatan untuk lebih inventif dalam melakukan presentasi diri (Papacharissi, 2002).

Peralatan lengkap yang kita gunakan untuk menampilkan diri disebut *front*. *Front* terdiri dari panggung (*setting*), penampilan (*appearance*), dan gaya bertingkah laku (*manner*). Panggung adalah rangkaian peralatan ruang dan benda yang kita gunakan (Rakhmat, 2007).

Presentasi diri sering juga disebut manajemen impresi yang merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri ini bisa dilakukan oleh individu atau bisa juga oleh kelompok individu atau organisasi

(Boyer, *et.al*, 2006 :4). Jika diaplikasikan ke dalam kehidupan virtual akan membentuk identitas virtual yang bisa sangat variatif

Goffman (1959) menyatakan konsep manajemen impresi sebagai proses di mana orang dalam situasi sosial mengatur *setting* dan pakaian, kata-kata dan *gesture* yang sesuai dengan impresi. Manajemen impresi adalah kegiatan yang dimaksudkan untuk mengontrol dan mengatur informasi untuk mempengaruhi impresi audiens tentang kita. Secara singkat, Dublin (2011) mengartikan manajemen impresi sebagai proses di mana orang mengatur impresi orang lain tentang diri mereka. Sedangkan Newman (2009) melihat manajemen impresi sebagai sebuah kegiatan mempresentasikan kesan yang menyenangkan di depan publik sehingga mendapatkan tanggapan positif.

Goffman (1959) melihat banyak kesamaan antara pementasan teater dengan berbagai jenis peran yang kita jalani dalam interaksi sehari-hari. Dalam suatu situasi sosial, seluruh kegiatan dari partisipan tertentu disebut penampilan (*performance*), sama seperti yang terdapat dalam suatu panggung pertunjukan. Karena adanya penyamaan antara kehidupan sosial dengan pementasan drama, masing-masing individu memiliki peran yang berubah-ubah. Peran yang berubah-ubah ini dapat diibaratkan seperti memakai topeng peran yang dapat dipasang dan dilepas sesuai kebutuhan dan kemauan setiap individu.

Berdasarkan pengamatan Goffman terhadap penampilan individu dan peran sosialnya, terlihat bahwa ketika melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) seorang individu seringkali memerlukan suatu keahlian yang membuatnya mampu menampilkan *image* yang ingin ditampilkannya

Menurut Goffman manusia secara sadar berusaha menampilkan dirinya kepada orang lain sebaik mungkin yang disebut sebagai presentasi diri (*self presentation*). Para pengguna internet mempunyai kontrol dalam menggunakan fitur-fitur komunikasi yang ada pada konten media untuk membentuk penampilan dan perilakunya di lingkungan internet. Fitur-fitur komunikasi ini yang membedakan presentasi diri individu di lingkungan sosial internet dan di lingkungan sosial fisik. Presentasi diri individu cenderung disesuaikan dengan posisi dan berbagai peran individu dalam masyarakat (Tenholm & Jensen, 1996).

Leary (1994) menyatakan bahwa pembentukan sebuah kesan secara sosial maupun material untuk memberikan perasaan yang lebih baik tentang diri kita bahkan untuk merasa lebih nyaman di dsalam identitas sosial kita.

Penampilan individu di dalam media sosial adalah presentasi diri sesuai *image* yang diinginkan. Pengelolaan kesan dilakukan menggunakan *front* yang sesuai untuk mendukung *image* tersebut. Gaya

berpakaian, foto kegiatan, mobil atau rumah bisa dipajang untuk membentuk kesan yang diharapkan. Dengan menampilkan *image* tertentu seseorang merasa lebih baik dan lebih nyaman untuk membina hubungan di dalam komunitas virtual

Di dunia maya orang bisa membangun hubungan *on line* dan identitas *on line*. Pengguna media sosial mempunyai identitas *on line* atau *virtual identity* yang bisa sangat berbeda dengan identitas aslinya di dunia nyata. Secara *online*, orang dapat memalsukan identitas dan penampilan dirinya tanpa terdeteksi. Orang lebih mudah menipu dalam hubungan *on line* karena resiko ketahuan lebih kecil.

Love Scammer Adalah Penipu

Istilah *love scammer* mengemuka sejalan dengan pertumbuhan situs kencan maupun situs jodoh *on line*. Namun lama kelamaan *love scammers* menyusup pula ke situs pertemanan dan situs jejaring sosial. Tagged.com nampaknya menjadi situs yang paling banyak dijarah oleh *love scammer*. Tak luput pula Friendster dan Facebook bahkan LinkedIn menjadi lahan empuk untuk aksi mereka.

Internet memberikan akses kepada penipu atas data pribadi dari *database* identitas *on line* untuk mendapatkan korban yang tepat, memperoleh informasi yang cukup tentang mereka kemudian mendapatkan gambaran seperti apa jati diri mereka.

Komorosky (2012) mencatat banyaknya situs kencan yang penuh *scammer*. Kebanyakan situs lain juga diganggu penipu ini dan tidak bisa menyingkirkannya karena mereka terlihat bagus sehingga menarik lebih banyak anggota

Scam adalah hal atau perbuatan manipulasi atau tipuan, yang dilakukan oleh suatu badan usaha atau perseorangan dengan cara memanipulasi suatu hal untuk mendapatkan kepercayaan dari orang lain yang dilakukan hanya untuk mendapatkan keuntungan. Jadi setelah mendapatkan yang diinginkan (keuntungan), sipelaku (*scammer*) kabur meninggalkan korbannya. Modus *scam* pun beraneka ragam, salah satunya adalah cinta atau yang biasa disebut *love scam* (Jakartakita, 2015)

Love scam identik dengan *romance scam* yaitu jenis penipuan yang menghancurkan secara emosional karena para penipu membuat korban percaya bahwa mereka memiliki perasaan yang kuat terhadap korban. Komponen *romance scam* bertindak sebagai umpan balik untuk menjerat korban sebelum mereka melakukan beberapa jenis penipuan seperti pencurian identitas dan penipuan uang (Arms, 2010). Sementara penipuan lain seperti lotre dan tenaga kerja bersifat agak kurang pribadi, *romance scam* menurunkan pertahanan diri korban dengan menyentuh rasa iba.

Mayoritas pelakunya terdeteksi dari negara Afrika terutama Nigeria, sehingga kejahatan ini terkenal dengan nama *Nigerian Sweetheart Scam*. Pelaku

yang berkulit hitam ini, memalsukan identitas dengan menyebut dirinya sebagai orang kulit putih dari negeri Eropa atau AS. Mereka berpura-pura sebagai orang asing yang bekerja di Nigeria atau Ghana. Biasanya mereka mengaku asli AS dan Inggris, tapi bisa juga Kanada, Australia, dan negara Eropa lainnya. (Harahap, 2015) .

Identitas pribadi dan sosial adalah konsep yang inklusif, di mana individu membentuk keanggotaan kelompok melalui kesamaan dengan yang lain, sementara identitas sah membedakan individu dengan orang lain sebagai sarana membentuk individualitas dan kepribadian (Finch, 2007). Selain itu identitas pribadi dan sosial berkembang ketika individu mengubah perjalanan hidupnya padahal identitas sah adalah abadi dan permanen. Identitas penipu melibatkan penipuan pada orang lain untuk tujuan tertentu. Setelah penipu beralih ke identitasnya sendiri, identitas lain ditelantarkan yaitu identitas lengkap yang berbeda (Berg, 2009; Finch, 2007)..

Pencurian identitas dan penipuan terjadi di dunia fisik, sedangkan dunia maya mengijinkan penipu melindungi identitas aslinya memakai alias yang tersedia dengan mudah. Identitas yang konsisten diharapkan di dunia nyata sementara kesuraman atau ketidakjelasan identitas adalah norma (kebiasaan) di dunia virtual (Finch, 2007:37). Identitas penipu melibatkan persediaan identitas sah yang mampu membuktikan keasliannya sebagai individu tertentu. Secara *online*, orang dapat memalsukan identitas dan penampilan dirinya tanpa terdeteksi.

Love scammers memasang foto bule keren yang menarik hati sebagai foto profil yang rata-rata diambil dari *website modeling* dari seluruh dunia. Para pelaku sindikat biasanya memiliki banyak sekali akun media sosial, khususnya Facebook. Namun, mereka hanya memasang paling banyak dua foto. Mungkin karena agak kesulitan mencuri foto bule ganteng yang mirip di internet. (Harahap, 2015). Mereka melakukan pencurian identitas dengan mudah untuk mendukung kejahatan yang akan dilakukan di dunia maya.

Supaya terlihat memiliki *similar friends* yang banyak, si penipu sengaja menambahkan teman-teman si calon korban. Secara bersamaan si penipu juga sengaja menjaring banyak calon korban. Jika dilihat di akun jejaring sosialnya, penipu hampir tidak pernah *update status*. Mereka tidak mau menunjukkan eksistensinya, karena sebetulnya mereka hanyalah karakter fiktif tanpa kehidupan di dunia nyata. Tidak ada yang harus di-*share*. Mereka adalah tipe pengguna *silent readers* sejati untuk mengamati calon korban. Namun mereka aktif mengirimkan pesan pribadi lewat *inbox* kepada calon korban, berisi bujuk rayu dan pamer dirinya sesuai skenario yang sudah disusun.

Devito (2008) menyatakan bahwa salah satu kerugian ketika kita membina hubungan secara *online* kita tidak dapat melihat secara langsung orang yang

kita ajak menjalin hubungan. Selain itu terdapat kemungkinan orang yang berinteraksi secara *online* memberitahu informasi yang salah mengenai dirinya dan terdapat kemungkinan kecil untuk mengetahui kebohongan tersebut.

Penipuan cinta sudah ada sejak sebelum era internet dengan mengambil berbagai bentuk (CSS,2010). Misalnya korban akan menerima surat romantis lewat pos, setelah melakukan korespondensi dan membangun kepercayaan, penipu pasti meminta uang. Iklan kencan di surat kabar juga menjadi kesempatan untuk melakukan penipuan. Tempat ini lebih sering menjadi sasaran penipu karena mereka tahu korban sedang mencari cinta sehingga cenderung lebih mudah ditipu (Arms, 2010)

Penipu berkedok cinta sekarang bergeser ke situs kencan *on line* yang memungkinkan mereka menebar jaringnya lebih luas dan menghilang dengan lebih mudah dari pada yang dilakukan 20 atau 30 tahun yang lalu (CSS, 2010). Penipu sekarang bisa dengan mudah mengakses wilayah yang lebih luas dari korban yang secara geografis tersebar dan tidak dikenal seperti penipu tradisional. *On line romance scam* tidak hanya merusak emosi tetapi juga menguras jutaan dollar setiap tahun dari korban (O'Key, 2008).

Jaringan pengobrol cinta *Nigerian sweetheart scam* bekerja secara sistematis, dari mulai menjangkau alamat *e-mail* di internet, menjalin pertemanan di akun media sosial yang tidak terproteksi dengan baik hingga memasang perangkat rayuan gombal kepada calon mangsa. Setiap calon mangsa dirayu dengan kata-kata cinta dari seorang karakter pria bule tampan yang sedang tergila-gila. Memang tidak semua calon mangsa menjadi korban, hanya para perempuan lugu pengejar pria bule yang masuk perangkat.

Penipuan jenis ini bisa dilakukan sendiri, berpasangan atau dalam jaringan yang terorganisir. Jaringan *romance scam* Nigeria merekrut anggota berdasarkan ketrampilan dan kecepatannya. Anggota baru direkrut setelah terlihat di warnet (Dixon,2005). Anggota penipu ini terdiri dari komunikator yang bekerja di warnet dari jam 22.30-07.00 sehingga mereka bisa bekerja dengan tenang. Selama shift yang panjang mereka mengambil ribuan alamat email orang Amerika dan mengirim 500 email penipuan setiap hari. Anggota lain bertanggungjawab membuat profil menggunakan foto dari situs *modelling worldwide*. Anggota termasuk juga lulusan PT yang menulis surat romantis yang disebar kepada korban.

Rege (2009) menggambarkan sketsa kejahatan ini yang diawali dengan penipu merancang profil palsu dengan foto yang berkualitas, menghubungi korban, kemudian membangun ikatan kuat dengan korban yang berlangsung antara 6 sampai 8 bulan, kemudian penipu minta uang kepada korban dengan menciptakan cerita tentang suatu keadaan tragis atau yang membuatnya putus asa seperti pencurian

dokumen pribadi selama perjalanan, biaya Rumah Sakit yang tak terduga atau minta uang sebagai biaya untuk menemui korban. Keadaan seperti ini akan sering terjadi sehingga penipu selalu membutuhkan lebih banyak bantuan keuangan karena situasi yang membuatnya putus asa terus berlanjut. Penipu yang berhasil meyakinkan korban akan mendapat lebih banyak korban yang benar-benar terpancing ke dalam penipuan ini. Siklus ini akan terus berlanjut sampai korban kehilangan kesabaran atau menyadari mereka sedang ditipu dan menghentikan pengiriman uang (IC3,2007). Mengingat banyaknya jumlah waktu dan usaha yang dilakukan para penipu untuk meletakkan dasar dan membangun kepercayaan, banyak korban tidak menyadari mereka sedang ditipu sehingga menguntungkan penipu (USDOS,2007).

Para *scammer* ini piawai merayu calon korban, baik lewat *chatting*, pesan yang ditinggalkan di inbox Facebook atau mengirim email. Baru kenal sudah memanggil si calon korban dengan sebutan mesra sambil terus memamerkan dirinya. Mereka biasanya mengobrol cerita betapa suksesnya mereka yang punya pekerjaan super sibuk, banyak uang namun masih sendirian.

Setelah sibuk memamerkan kehidupannya yang mewah kepada para calon mangsanya, mereka biasanya berusaha mengorek apa kegiatan calon mangsa untuk mengetahui kira-kira seberapa kuat finansialnya. Setelah yakin si calon mangsa memang target empuk berduit, barulah para penipu mulai meneruskan skenario selanjutnya.

Di Indonesia modus penipuan yang paling sering adalah mengirimkan sesuatu bisa berupa (katanya) uang dalam jumlah besar atau barang yang sangat berharga (mahal). Hal ini mereka lakukan setelah mendapatkan nomor telepon/HP dan alamat korban (Harahap, 2015).

Barang yang dikirim itu tertahan di Malaysia atau Jakarta (bagi calon korban yang tinggal di luar Jakarta). Calon korban yang biasanya perempuan diminta mengirim uang untuk mengeluarkan barang-barang mahal tersebut. Bahkan, untuk meyakinkan calon mangsa, sang penipu mengirimkan form palsu lengkap dengan *track number*.

Ada banyak skenario lain yang digunakan para *scammers* dalam menipu korban. Berjanji berkunjung ke Indonesia kemudian kecopetan atau mengalami kecelakaan dalam perjalanan dan harus menjalani operasi di Rumah Sakit. Modus penipuan dibuat sangat dramatis untuk menarik simpati agar bisa memperoleh sejumlah besar uang

Presentasi diri *love scammer* dalam identitas *on line* sebagai sosok impian berwajah tampan dan berkehidupan mapan dengan mudah menaklukkan perempuan *single* yang kesepian. Interaksi dan komunikasi intensif yang terus digiatkan oleh mereka

membentuk keintiman.

Pada aktivitas kencan *on line*, keintiman bisa diartikan sebagai suatu kemampuan memperhatikan orang lain dan membagi pengalaman dengan mereka. Maka skenario yang disiapkan adalah mengisahkan kemalangan yang menimpanya. Harapannya akan mendapat perhatian yang menggiring korban untuk mentransfer sejumlah besar uang.

Penetrasi Sosial

Proses meningkatnya keakraban dalam suatu hubungan dikenal dengan penetrasi sosial. (Altman dan Taylor, 1973). Teori ini menggambarkan pola pengembangan hubungan yang diidentifikasi sebagai penetrasi sosial. Penetrasi sosial adalah suatu proses hubungan di mana terjadi pergerakan kedekatan hubungan dterari yang dangkal menjadi hubungan yang lebih intim. Keintiman seseorang tidak hanya dinilai dari kedekatan fisik tetapi bisa juga termasuk dalam kedekatan intelektual dan emosi saat mereka membagi informasi kegiatan mereka (West & Turner, 2006)

Altman dan Taylor mengibaratkan manusia seperti bawang merah. Maksudnya adalah pada hakikatnya manusia memiliki beberapa *layer* atau lapisan kepribadian. Jika kita mengupas kulit terluar bawang, maka kita akan menemukan lapisan kulit yang lainnya. Begitu pula kepribadian manusia.

Lapisan kulit terluar dari kepribadian manusia adalah apa-apa yang terbuka bagi publik, apa yang biasa kita perlihatkan kepada orang lain secara umum, tidak ditutup-tutupi. Jika kita mampu melihat lapisan yang sedikit lebih dalam lagi, maka di sana ada lapisan yang tidak terbuka bagi semua orang, lapisan kepribadian yang lebih bersifat *semiprivate*. Lapisan ini biasanya hanya terbuka bagi orang-orang tertentu saja, misalnya orang terdekat. Lapisan yang paling dalam adalah wilayah *private*, di mana di dalamnya terdapat nilai-nilai, konsep diri, konflik-konflik yang belum terselesaikan, emosi yang terpendam, dan semacamnya. Lapisan ini tidak terlihat oleh dunia luar, oleh siapapun, bahkan dari kekasih, orang tua, atau orang terdekat manapun. Lapisan ini adalah yang paling berdampak atau paling berperan dalam kehidupan seseorang.

Kedekatan kita terhadap orang lain, menurut Altman dan Taylor, dapat dilihat dari sejauh mana penetrasi kita terhadap lapisan-lapisan kepribadian tadi. Dengan membiarkan orang lain melakukan penetrasi terhadap lapisan kepribadian yang kita miliki artinya kita membiarkan orang tersebut untuk semakin dekat dengan kita.

Analogi manusia seperti bawang merah dijelaskan melalui tahapan dalam hubungan interpersonal sebagai berikut :

1. Kedekatan atau keakraban

Kita lebih sering dan lebih cepat akrab dalam hal pertukaran pada lapisan terluar dari diri kita. Kita

lebih mudah membicarakan hal-hal yang kurang penting dalam diri kita kepada orang lain, daripada membicarakan hal-hal yang lebih bersifat pribadi dan personal. Semakin ke dalam kita berupaya melakukan penetrasi, maka lapisan kepribadian yang kita hadapi juga akan semakin tebal dan semakin sulit untuk ditembus. Semakin sulit mencoba akrab ke dalam wilayah yang lebih pribadi.

2. Keterbukaan-diri (*self disclosure*)

Keterbukaan diri (*self disclosure*) bersifat *resiprokal* (timbal-balik), terutama pada tahap awal dalam suatu hubungan. Menurut teori ini, pada awal suatu hubungan kedua belah pihak biasanya akan saling antusias untuk membuka diri, dan keterbukaan ini bersifat timbal balik. Namun semakin dalam atau semakin masuk ke dalam wilayah yang pribadi, biasanya keterbukaan tersebut semakin berjalan lambat, tidak secepat pada tahap awal hubungan mereka dan juga semakin tidak bersifat timbal balik.

3. Penetrasi

Penetrasi akan cepat di awal tetapi akan semakin berkurang ketika semakin masuk ke dalam lapisan yang makin dalam. Tidak ada istilah langsung akrab. Keakraban itu semuanya membutuhkan suatu proses yang panjang. Kebanyakan hubungan interpersonal mudah runtuh sebelum mencapai tahapan yang stabil. Pada dasarnya ada banyak faktor yang menyebabkan kestabilan suatu hubungan tersebut mudah runtuh atau mudah goyah. Jika kita mampu melewati tahapan ini, biasanya hubungan akan lebih stabil, lebih bermakna, dan lebih bertahan lama.

4. Depenetrasi

Depenetrasi adalah proses yang bertahap dengan semakin memudar. Maksudnya adalah ketika suatu hubungan tidak berjalan lancar, maka keduanya akan berusaha semakin menjauh. Meski demikian proses ini tidak bersifat eksplosif atau meledak secara sekaligus, tapi lebih bersifat bertahap. Semuanya bertahap dan semakin memudar.

Tahapan *love scammer* menjalin hubungan dengan calon korbannya sesuai dengan penjabaran di atas. Tahap awal perkenalan terjadi lewat saling mengenali identitas diri, meskipun dalam hal ini si penipu memalsukan identitasnya. Seringnya penipu mengajak *chatting*, mengirim *e-mail*, sms atau bahkan menelpon untuk mengakrabkan hubungan dengan calon korban.

Tahap ke dua, ketika si penipu seperti sedang membuka diri tentang kehidupan pribadinya. Keterbukaan ini memang bersifat timbal balik karena calon korban pun terpancing membuka diri. Padahal ini menjadi kesempatan bagi penipu untuk mengetahui kondisi kehidupan maupun kemampuan finansial calon korbannya.

Menurut Johnson (1981) pengungkapan diri memiliki dua sisi, yaitu bersikap terbuka kepada yang lain dan bersikap terbuka bagi yang lain. Jika kedua proses ini dapat berlangsung secara serentak antara kedua pihak maka akan membuahkan relasi yang terbuka antara kita dengan orang lain.

Penetrasi atau meningkatnya keakraban dengan calon korban memang perlu perjuangan dan kerja keras para penjahat cinta ini. Mereka harus menjaga hubungan beberapa lama melalui komunikasi di dunia maya. Walther (1996) memberi nama "Komunikasi Hiperpersonal" untuk komunikasi dengan perantara komputer yang secara sosial lebih menarik dari pada komunikasi langsung. Rege (2009) memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk membangun ikatan yang kuat dengan calon korban berlangsung antara 6 sampai 8 bulan.

De penetrasi terjadi pada dua keadaan dilihat dari sisi penipu maupun calon korban. Hubungan keduanya akan memudar jika penipu merasa gagal meyakinkan calon korban kemudian dia menjauh. Bisa juga terjadi ketika calon korban mulai menyadari akan menjadi sasaran penipuan maka dia pelan-pelan menjauhi atau bahkan mengakhiri hubungan dengan *love scammer*.

Model Pertukaran Sosial

Model pertukaran sosial memandang hubungan interpersonal sebagai suatu transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu yang memenuhi kebutuhannya (Rakhmat, 2007). Menurut teori penetrasi sosial keputusan tentang seberapa dekat dalam suatu hubungan ditentukan oleh prinsip untung-rugi (*reward-costs analysis*). Setelah perkenalan dengan seseorang pada prinsipnya kita menghitung faktor untung-rugi dalam hubungan kita dengan orang tersebut, atau disebut dengan indeks kepuasan dalam hubungan (*index of relational satisfaction*). Begitu juga yang diterapkan orang lain tersebut ketika berhubungan dengan kita. Jika hubungan tersebut sama-sama menguntungkan maka kemungkinan untuk berlanjut akan lebih besar, dan proses penetrasi sosial akan terus berkelanjutan.

Menurut John Thibaut dan Harold Kelley dalam Kadarsih (2009) dalam konsep pertukaran sosial terdapat sejumlah hal yang penting antara lain adalah soal *relational outcomes*, *relational satisfaction*, dan *relational stability*. Mereka menyatakan bahwa kita cenderung memperkirakan keuntungan apa yang akan kita dapatkan dalam suatu hubungan atau relasi dengan orang lain sebelum kita melakukan interaksi. Kita cenderung menghitung untung-rugi. Jika kita memperkirakan akan banyak mendapatkan keuntungan ketika berhubungan dengan seseorang maka kita lebih mungkin untuk membina relasi lebih lanjut.

Dalam masa-masa awal hubungan kita dengan seseorang biasanya kita melihat penampilan fisik atau tampilan luar dari orang tersebut, kesamaan latar belakang, dan banyaknya kesamaan atau kesamaan terhadap hal-hal yang disukai atau disenangi. Hal ini biasanya juga dianggap sebagai suatu keuntungan. Hal inilah yang mendorong *love scammers* membuat profil diri dengan foto bule berwajah tampan. Penampilan fisik akan dinilai sebagai keuntungan oleh para perempuan yang menjadi calon korbannya.

Kalau kita sudah melihat bahwa ada banyak keuntungan yang kita dapatkan daripada kerugian dalam suatu hubungan, maka kita biasanya ingin mengetahui lebih banyak tentang diri orang tersebut. Pada kasus *love scammers*, calon korban tertipu oleh profil palsu yang biasanya disertai foto dan penampilan menarik juga menyebutkan profesi menjanjikan seperti dokter, insinyur atau anggota militer. Presentasi diri yang dibentuk oleh penipu ini menunjukkan mereka sebagai sosok lelaki tampan dengan kehidupan mapan.

Menurut teori pertukaran sosial, kita sebenarnya kesulitan dalam menentukan atau memprediksi keuntungan apa yang akan kita dapatkan dalam suatu hubungan atau relasi dengan orang lain. Secara psikologis apa yang dianggap sebagai "keuntungan" tadi berbeda-beda bagi setiap orang. Teori pertukaran sosial mengajukan dua standar umum tentang apa-apa yang dijadikan perbandingan atau tolok ukur dalam mengevaluasi suatu hubungan interpersonal.

Yang pertama, terkait dengan *relative satisfaction* kepuasan relatif seberapa jauh hubungan interpersonal tersebut dapat membuat kita bahagia atau justru tidak bahagia. Thibaut dan Kelley menyebut hal ini sebagai *comparison level*. Tentu saja para perempuan atau lelaki yang terjebak dalam hubungan dengan *love scammers* tersebut merasa akan memperoleh kebahagiaan setelah melihat profil menarik, profesi menjanjikan dan terpicat janji-janji manisnya. Hal ini juga yang nampaknya membuat mereka rela membantu meringankan beban para pengobrol janji palsu dengan mengirimkan uang seperti yang diminta. Hubungan interpersonal yang dipersepsi dan diprediksi akan mengarah pada hubungan percintaan romantis menjanjikan kebahagiaan. Pertukaran antara uang dengan cinta dinilai sebanding.

Yang kedua, oleh Thibaut dan Kelley disebut sebagai *the comparison level of alternatives*. Pada tahapan ini kita memunculkan suatu pertanyaan dalam hubungan interpersonal. Kita mulai mempertanyakan kemungkinan apa yang ada di luar hubungan yang sedang dijalani tersebut. Pertanyaan tersebut antara lain "Apakah saya akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak jika saya berhubungan dengan orang yang lain?" atau pertanyaan "Kemungkinan terburuk apa yang akan saya dapatkan jika saya tetap berhubungan dengan orang ini?".

Pertanyaan seperti ini juga muncul di benak calon korban maupun si penipu, Jika calon korban sudah terlanjur terpicu oleh penampilan fisik (yang sebenarnya palsu) dan juga termakan bujuk rayu maka dia akan melanjutkan hubungan. Sebaliknya apabila dia menyadari sedang menjadi target penipuan *love scammer* maka dia akan memutuskan hubungan. Begitu pula yang terjadi pada *love scammer*, mereka akan menghentikan hubungan jika calon korban tidak menjanjikan keuntungan finansial seperti harapannya.

Komodifikasi Cinta dan Kesepian

Cinta adalah sebuah emosi dari kasih sayang yang kuat dan ketertarikan pribadi. Menurut konteks filosofi, cinta merupakan sifat baik yang mewarisi semua kebaikan, perasaan belas kasih dan kasih sayang. Pendapat lainnya mengatakan bahwa cinta adalah sebuah aksi atau kegiatan aktif yang dilakukan manusia terhadap objek lain, berupa pengorbanan diri, empati, perhatian, kasih sayang, membantu, menuruti perkataan, mengikuti, patuh, dan mau melakukan apa pun yang diinginkan objek tersebut.

Fromm (2001) menyebutkan bahwa cinta itu terutama memberi, bukan menerima. Memberi merupakan ungkapan yang paling tinggi dari kemampuan. Yang paling penting dalam memberi adalah hal-hal yang sifatnya manusiawi bukan materi. Cinta selalu menyatakan unsur-unsur dasar tertentu, yaitu pengasuhan, tanggung jawab, perhatian dan pengenalan.

Peck *dalam* Yoga (2010) mendefinisikan cinta sebagai kemauan untuk mengembangkan diri sendiri dengan maksud memelihara pertumbuhan spiritual diri sendiri atau perkembangan spiritual orang lain. Peck menerangkan: "Bila kita mencintai seseorang, cinta kita dapat dibuktikan atau diwujudkan hanya dengan cara pengerahan tenaga kita sendiri. Cinta bukan tanpa usaha. Sebaliknya, cinta itu penuh dengan usaha".

Mencintai dan mengasihi seseorang bukan hanya merupakan perasaan yang kuat melainkan merupakan suatu putusan, suatu penilaian dan suatu perjanjian

Kesepian sebenarnya merupakan respon dari langkanya hubungan yang dapat membuat individu berbagi hal dengan orang lain (Sullivan *dalam* Byrne dan Baron, 2005)

Peplau dan Perlman *dalam* Byrne dan Baron (2005) mendefinisikan kesepian sebagai suatu keinginan yang tidak terpenuhi untuk membangun hubungan interpersonal yang akrab. Menurut Sears *et.al* (1994) kesepian menunjuk pada kegelisahan subyektif yang dirasakan pada saat hubungan seseorang kehilangan ciri-ciri pentingnya. Hilangnya ciri-ciri tersebut bersifat kuantitatif yaitu tidak mempunyai teman atau hanya mempunyai sedikit teman seperti yang diinginkan. Kekurangan itu dapat bersifat kualitatif yaitu seseorang mungkin merasa bahwa hubungan sosialnya dangkal

atau kurang memuaskan dibandingkan dengan apa yang diharapkan.

Menurut Santrock (2002) *dalam* Daryaksini dan Hudaniah (2003) individu yang mengalami kesepian mereka merasa bahwa tidak ada seorangpun dapat memahami diri mereka dengan baik sehingga muncul perasaan merasa terisolasi serta merasa bahwa dia tidak memiliki seorangpun untuk pelarian saat dibutuhkan

Robert Weiss *dalam* Sears *et.al*

(1994) membedakan dua tipe kesepian

berdasarkan hilangnya ketetapan sosial yang dialami oleh seseorang :

1. Kesepian Sosial (*Social Loneliness*).

Kesepian sosial memiliki karakteristik yang khas yaitu adanya perasaan tersisihkan atau dikucilkan yang intens dalam kehidupan sosialnya dan merasa dirinya kecil.

2. Kesepian Emosional (*Emotional Loneliness*).

Kesepian emosional disebabkan karena tidak adanya kelekatan emosional yang akrab seperti teman, sahabat, kekasih, suami atau istri.

3. Kesepian Situasional (*Situational Loneliness*).

Kesepian situasional berlangsung ketika seseorang mengalami hubungan yang memuaskan sampai perubahan tertentu terjadi dalam hidupnya yang menjauhkan seseorang itu dari teman-teman dekat dan hubungan akrab yang dimilikinya.

Matondang (1991) mengatakan bahwa masalah kesepian biasanya banyak dihadapi oleh wanita dan pria lajang. Penelitian yang dilakukan oleh Wheeler, Reis dan Nezlek (1983) menemukan bahwa tingkat kesepian individu yang memiliki *romantic partner* lebih sedikit dari pada individu yang lajang, bahkan perbedaannya mencapai hingga 85%. Pernyataan tersebut didukung oleh Cutrona (1982) yang menyatakan bahwa individu yang kesepian memiliki rasa ketidakpuasan pada kehidupan pertemanan dan juga hubungan romantis.

Orang yang kesepian cenderung menjadi pemalu, *self conscious*, *introvert*, memiliki *self esteem* yang rendah, tidak asertif (Jones & Cutrona, *dalam* Saks & Krupart, 1998) Cargen dan Melko (1982) menyatakan bahwa individu lajang biasanya merasa tidak memiliki seseorang untuk berbagi dan berdiskusi mengenai berbagai hal dan menganggap bahwa kebanyakan dari mereka merasa kesepian. Menurut Stein *dalam* Kemala dan Puspitawati (2009) pengertian lajang yaitu orang yang cukup usia tetapi belum atau tidak menikah. Lajang bukan hanya terjadi pada pria tetapi banyak juga terjadi pada wanita. Pada era globalisasi ini, tidak jarang wanita lebih memilih untuk mengejar karir dari pada berumah tangga.

Target sasaran *love scammer* adalah individu yang masih lajang dan kebanyakan perempuan. Para lajang yang belum menemukan cinta tentu saja merasa kesepian karena tidak mempunyai kelekatan emosional

dengan seseorang yang akrab seperti kalau memiliki kekasih. Kondisi inilah yang dimanfaatkan oleh *love scammers* dengan menawarkan cinta lewat berbagai rayuan yang dilancarkan secara intensif. Mencoba menghapus rasa sepi para lajang dengan sering melakukan kontak baik lewat *e-mail*, *chatting*, sms maupun telpon. Perempuan mana yang tidak akan terlena dengan intensitas perhatian yang sedemikian besarnya? Sementara dalam kehidupan nyata yang dihadapi adalah kesepian tanpa kekasih.

Pada kelompok yang belum menikah dan kelompok orang yang bercerai ditemukan bahwa laki-laki lebih sering mengalami kesepian dibandingkan dengan perempuan (Peplau & Perlman; Rubenstein & Shaver, dalam Brehm 2002). Sementara Check, Perlman dan Malamuth (1985) mengemukakan bahwa pria yang kesepian akan merasakan kebencian pada salah satu sumber frustrasi mereka yaitu wanita. Penelitian mendukung bukti bahwa pria yang kesepian akan menunjukkan kebencian yang merupakan elemen dari agresi. Barangkali ini salah satu alasan kenapa kebanyakan *love scammers* lebih suka mengincar perempuan sebagai calon korbannya. Lelaki lebih sulit dikelabui dan tidak mudah terpicat rayuan. Di samping juga adanya kemungkinan lelaki bisa lebih mudah melakukan agresi jika muncul kebencian.

Pengertian umum dari komodifikasi adalah proses pemberian nilai ekonomi kepada sesuatu yang sebelumnya berada di luar konsep ekonomi. Menurut Marcuse (1964) ciri lain dari masyarakat industri adalah komodifikasi, di mana segala sesuatu dalam setiap aspek kehidupan manusia dibuat menjadi komoditi atau sesuatu yang memiliki nilai pasar dan bisa dijual. Pengertian umum dari komodifikasi adalah proses pemberian nilai ekonomi kepada sesuatu yang sebelumnya berada di luar konsep ekonomi. Secara lebih jelas Pearson dan Simpson (2001) menyatakan komodifikasi adalah sebuah proses di mana obyek material, jasa atau pelayanan, dan ide menjadi komoditas yang diperjual-belikan dalam pasar. Sedangkan Mosco (1996) mengartikan komodifikasi adalah proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar.

Fernandez (2011) mencatat beberapa poin yang selayaknya menjadi inti dari konsep komodifikasi. Pertama, komodifikasi bisa terjadi pada apa saja. Kedua, komodifikasi hadir sebagai sebuah proses, ada kondisi awal dan akhir pada sesuatu apapun yang terkomodifikasi. Ketiga dan terakhir, komodifikasi mengubah cara pandang masyarakat terhadap sesuatu apapun yang terkomodifikasi.

Cinta dan kesepian yang dialami para lajang mapan yang sibuk bekerja dilihat sebagai komoditas oleh *love scammers*. Tidak diperjualbelikan secara langsung seperti misalnya yang dilakukan PSK (Pekerja Seks Komersial) yang menukar cinta dengan sejumlah uang. Di sini *love scammer* mengubah kegunaan cinta sebagai rasa belas kasih dan kasih sayang (nilai guna)

menjadi komoditas untuk menghasilkan uang (nilai tukar).

Sesuai dengan tiga poin yang dicatat Fernandez (2011), komodifikasi bisa terjadi pada apa saja, termasuk juga cinta dan kesepian yang sebelumnya merupakan sesuatu yang berada di luar konsep ekonomi. Selanjutnya mengenai komodifikasi sebagai sebuah proses yang ada awal dan akhirnya juga sesuai jika diterapkan pada modus penipuan yang dilakukan *love scammers*. Diawali dengan pembuatan profil palsu untuk menarik perhatian para lajang mapan yang kesepian karena sibuk bekerja, diintensifkan dengan komunikasi melalui media komunikasi (internet dan telpon) hingga berakhir pada penipuan dengan berbagai modus. Poin terakhir mengubah cara pandang perempuan yang mendapatkan kenalan lelaki bule dari media sosial. Mereka harus lebih berhati-hati agar tidak terjebak perangkap *love scammers*, terutama bagi mereka yang berharap mempunyai kekasih bule berwajah tampan.

Kesimpulan

Dunia maya adalah dunia baru yang tercipta oleh kecanggihan teknologi internet. Namun perlu disadari bahwa teknologi mempunyai kelebihan dan kelemahan. Begitu pula yang terjadi pada teknologi internet yang menjadi embrio kelahiran berbagai situs jejaring sosial. Interaksi menggunakan internet melalui CMC (*Communication Mediated Computer*) memang mampu mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, tetapi ketidakhadiran fisik dan aspek non verbal bisa disalahgunakan untuk memalsukan identitas.

Love scammers yang menyusup ke dalam situs jejaring sosial menikmati kemudahan mengakses informasi untuk mendapatkan profil dan karakter target korbannya. Kemudahan lain yang dinikmati adalah kebebasannya untuk menciptakan identitas dan kepribadian *on line* lewat presentasi diri yang menarik menggunakan profil dan foto palsu. Nampaknya para penipu ini menyadari pentingnya *impression management* (pengelolaan kesan) sehingga mereka memalsukan identitasnya sebagai lelaki bule berwajah rupawan dengan kehidupan mapan. Ini menunjukkan peluang terjadinya *cyber crime* di dunia maya yang dilakukan dengan persiapan matang dan skenario meyakinkan.

Perempuan lajang dengan kehidupan mapan tetapi sibuk bekerja menjadi sasaran penipuan *love scammers*. Mereka yang kesepian dan mendambakan cinta mudah terpicat oleh kehadiran sosok lelaki bule tampan yang tidak hanya penuh perhatian tetapi juga secara materi berkecukupan. Persepsi ini muncul dari melihat foto-foto dan mendengar kisah-kisah yang dituturkan sang penipu lewat *email* dan *chatting*.

Di luar kesadaran para calon korban, *love scammers* mengubah cinta dan kesepian menjadi komoditas untuk menghasilkan uang. Cinta dan kesepian di dunia maya telah dikomodifikasi

sedemikian rupa oleh para penipu tersebut. Cinta yang membutuhkan membuat para korban bersedia memberi karena esensi cinta adalah memberi dan memenuhi keinginan yang dicintainya. Transaksi yang terjadi selanjutnya adalah pertukaran antara perhatian dan cinta dengan sejumlah uang (yang biasanya dalam jumlah besar sampai puluhan juta rupiah) untuk membantu mengatasi kesulitan hidup yang dihadapi *love scammers*.

Konsekuensi penggunaan teknologi internet perlu diwaspadai para pemakainya agar terhindar dari penyalahgunaannya oleh pihak-pihak yang mencoba mencari keuntungan. Sekali kita memasang profil di akun media sosial maka setiap orang bisa dengan mudah mengaksesnya dan menggunakan sesuai kebutuhannya. *Cyber crime* bisa mengintai kapan saja sama seperti jenis kejahatan yang terjadi di dunia nyata.

Para perempuan lajang yang sering mendapatkan teman baru melalui jejaring sosial harus memahami adanya kemungkinan pemalsuan identitas sehingga harus berhati-hati menjalin *on line relation* terutama yang mengarah pada hubungan asmara. Memang ada banyak yang menemukan pasangan hidup dari dunia maya, baik melalui situs kencan maupun media sosial, tetapi seseorang yang benar-benar mencintai kita tidak akan meminta uang dengan menjual kisah sedih atau peristiwa tragis yang dialaminya.

Daftar Pustaka

- Altman, Irwin, and Taylor, Dalmis A, "*Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*," Holt, Rinehart & Winston, 1973.
- Arms, S, "*Romance Scam: Scammers Feign Affection to Commit Fraud*" http://crime.suite101.com/article.cfm/romance_scam. Diakses 20 September 2015
- Baron, RA and Byrne, D, "*Social psychology (10th ed.)*," Allyn & Bacon, Boston, 2004
- Berg, S, "*Identity Theft Causes, Correlates, and Factors: A Content Analysis*" In F.Schmallegger & M. Pittaro. (Eds.), "*Crimes of the Internet*" , Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2009.
- Bhrem, S.& Kassin, S.M, "*Social Psychology*," Houghton Mifflin Company, Boston, 2002.
- Boyer, Pascal, and Pierre Liénard. "*Precaution systems and ritualized behavior*," Behavioral and Brain Sciences, Vol 29 No 06 .2006.
- Budiargo, Dian, "*Berkomunikasi Ala Net Generation*," Elex Media Komputindo, Jakarta, 2015.
- Burnett, Robert, and Marshall, P. David, "*Web theory: An introduction*," Psychology Press, New Jersey, 2003.
- Cargan, I. and Melko, M, "*Singles: Myths and Realities*," Sage Publication, Beverly Hill California 1982
- Check, James VP, Daniel Perlman, and Neil M. Malamuth, "*Loneliness and Aggressive Behaviour*." Journal of Social and Personal Relationships, Vol 2 No 3 .1985.
- CSS (CyberStreetSmart.org), "*Other Types of Online Romance Scams*," 2010, www.cyberstreetsmart.org/dating/dating_others.html. Diakses 20 September 2015
- Cutrona, Carolyn E, "*Transition to college: Loneliness and The Process of Social Adjustment. Loneliness: A Sourcebook of Current Theory, Research, and Therapy*," Iowa, 1982.
- Dayakisni, T.& Hudaniah, "*Psikologi Sosial*," UMM Press, Malang 2003.
- Devito, Joseph, "*Komunikasi Antar Manusia*," Professional Book, Jakarta, 2008.
- Dixon, R, "*Nigerian Cyber Scammers*" www.latimes.com/technology/lafgscammer, 2005. Diakses 22 September 2015
- Donath, Judith; and Boyd, Danah, "*Public Displays of Connection*," Technology Journal, Vol 22 No 4, 2004.
- Dubrin, Andrew J, "*Leadership*" (Terjemahan). Edisi Kedua. Prenada Media. Jakarta.2011
- Fernandez, Primeiro Wahyubinantara, "*Komodifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi*," Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2010.
- Finch, E, "*The Problem of Stolen Identity and the Internet. In Y. Jewkes. (Ed.)*," Crime Online Willan Publishing, Oregon, 2007.
- Fromm, Erich, "*The Art of Loving: The Centennial Edition*," Bloomsbury Publishing, USA, 2001.
- Goffman, Erving, "*The Presentation of Self in Everyday Life*," Doubleday, Garden City, New York, 1959
- Hallowell, Edward M, "*The Human Moment at Work*," Harvard Business Review, Januari-Februari, 1999.

- Harahap, Syahnan, "Waspada Aksi Penipuan Bule Pencari Cinta di SosMed," www.plus.google.com, 13 Mei 2015. Diakses 21 September 2015
- Ibrahim, Idi Subandy." Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia," Jelasutra, Yogyakarta, 2011.
- IC3 (*Internet Crime Complaint Center*), "*Internet Crime Report*," 2007, www.ic3.gov/media/annualreport/2007_IC3_Report.pdf. Diakses 22 September 2015
- Info Komputer, "Pengguna Facebook di Indonesia Jadi *Trendsetter* di Asia Pasific," www.infokomputer.com, 13 April 2015. Diakses 14 Agustus 2015
- Johnson, Marcia K, "*Reality monitoring*." *Psychological Review*, Vol 88 No 1, 1981.
- Kadarsih, Ristiana, "*Teori Penetrasi Sosial dan Hubungan Interpersonal*," *Jurnal Dakwah*, UIN Sunan Kalijaga, Vol X No 1, Januari-Juni 2009.
- Kemala, Dwi Rezka dan Puspitasari,Ira, "Perbedaan Tingkat Kesepian Berdasarkan Status Pada Wanita Dewasa Awal," Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma, Jakarta, 2009.
- King, A. & Thomas, J, "*You Can't Cheat an Honest Man: Making (\$\$\$ and) Sense of the Nigerian E-mail Scams*. In F. Schmalleger & M. Pittaro. (Eds.), "*Crimes of the Internet*," Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2009.
- Komorosky, Zoe, "*Dating Sites Are Full Of Scammers*," www.e-businesscardexchange.com. Diakses 16 September 2015
- Leary, David E. "*Metaphors in the History of Psychology*," Cambridge University Press, 1994.
- Lievrouw, Leah A, "*Oppositional and Activist New Media: Remediation, Reconfiguration, Participation*. In: *Proceedings of the Ninth Conference on Participatory Design: Expanding Boundaries in Design*-Volume 1, ACM, 2006.
- Littlejohn, Stephen W. & Foss, Karen A, "*Encyclopedia of Communication Theory*," Sage Publication, Thousand Oaks California, 2009.
- Marcuse, Herbert, "*One Dimensional Man, Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*" Boston. 1964.
- Matondang, June C, "Perasaan *Loneliness* Pada Pria dan Wanita Lajang," Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, Jakarta, 1991
- Melissa, Ezmieralda & Hamidiati, Anis, "Teknologi Media Baru dan Interaksi Antar Manusia," dalam "Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi," ASPIKOM, Buku Litera , Yogyakarta, 2011.
- Mosco, Vincent, "*The Political Economy of Communication*" Sage Publication, London, 1996.
- Newman, B. M. & Newman P. R. "*Development Through Life: A Psychosocial Approach*,"(9th ed). Thomson Wadsworth ,United State of America. 2009.
- O'Key, S., "*Looking for Love? Keep an Eye on Your Wallet*." 2008, www.cnn.com/2008/LIVING/04/21/romance.fraud/index.html, Diakses 22 September 2015
- Papacharissi, Zizi, "*The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Page*," *Journalism and Mass Communication*, Vol 18 No 4, 2002.
- Pearson, Roberta dan Simpson, Philip, "*Commodification : Critical Dictionary of Film and Television Theory*," Routledge, London, 2001.
- Pew Research Center, "*Demographics of Internet Users*," www.pewinternet.org, 15 February 2008.
- Prajarto, Nunung , Ambardi, Kuskridho, Kurniawan Kunto Yuliarso "Perspektif Teknologi dalam Perencanaan Komunikasi," Penelitian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada. 1998.
- Rakhmat, Jalaluddin, "Psikologi Komnikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007.
- Rege, A, "*What's Love Got to do with it? Exploring Online Dating Scams and Identity Fraud*" *International Journal of Cyber Criminology*, Vol 3 No 2, 2009.
- Rismawati, "Hati-hati dengan Penjahat Cinta," www.Jakartakita.com. Diakses 23 September 2015

- Saks, M.J. & Krupat, E, "*Social Psychology & It's Application*", Harper & Row Pub, New York, 1998
- Sears, D.O., Freedman, J.L., & Peplau.L.A, "Psikologi Sosial Jilid 1," Erlangga, Jakarta, 1985.
- Shirley S, Ho, McLeod, M. Gouglas, "*Social Psychological Influences on Opinion Expression in Face to Face and Communication Mediated Computer*," Communication research, Vol 35, No 2, April, Sage Publication, 2008
- Trenholm, S & Jensen, A, "*Interpersonal communication*," Wadsworth, Belmont, CA, 1996.
- USDOS (United States Department of State), "*International Financial Scams –Internet Dating, Inheritance, Work Permits, Overpayment, and Money-Laundering*."2007.
travel.state.gov/pdf/international_financial_scams_brochure.pdf. Diakses 21 September 2015
- Walther, JB, "*Computer Mediated Communication : Impersonal, Interpersonal and Hypersocial Interaction*," Communication Research, Vol 23, 1996.
- West, Richard, dan Lynn H. Turner. "Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi," Edisi 3, Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer, Salemba Humanika, Jakarta.2008.
- Wheeler, Ladd, Harry Reis, and John B. Nezlek. "*Loneliness, Social Interaction, and Sex Roles*." Journal of Personality and Social Psychology, Vol 45 No 4, 1983.
- Yoga, PW, "Ilmu Pengetahuan tentang Cinta," www.yogapw.wordpress.com. 2010. Diakses 26 September 2015