

Proteksi Masyarakat Dalam Menyikapi Penipuan Giveaway di Media Sosial Instagram

Afina Rahma Thalib¹, Febrina Alya Rabani², Auwalun
Lintang Khusnul Mufidah³
^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya
afina.23451@mhs.unesa.ac.id

Abstract

The rapid development of electronic media and communication makes time and distance not a problem. It not only increases progress in life but can also be a means to commit an act of crime, one of which is fraud. Self-protection against fraud that is circulating on social media such as Instagram is basically needed by the community to reduce the occurrence of similar cases. For this reason, the purpose of this study is to educate the public on how to find out the mode of fraud and examine how people protect themselves against fraud on social media. This research uses descriptive qualitative research methods. The results of this study discuss, 1). Public responses regarding giveaways circulating on Instagram; 2). The impact caused by the giveaway; 3). Fraud cases on behalf of giveaways; 4). Ways to overcome and protect yourself from giveaway fraud. It is hoped that we as social media users must be able to protect ourselves from fraud with such modes by always being wise and careful in sorting out information.

Keywords: Protection; Fraud; Giveaway; Public; Instagram

Abstrak

Perkembangan media elektronik dan komunikasi yang semakin pesat, membuat waktu dan jarak bukan menjadi suatu masalah. Hal itu tidak hanya meningkatkan kemajuan dalam hidup tetapi juga dapat menjadi sarana untuk melakukan suatu aksi kejahatan, salah satunya adalah penipuan. Proteksi diri terhadap penipuan yang tengah beredar di media sosial seperti Instagram pada dasarnya sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mengurangi terjadinya kasus yang serupa. Untuk itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengedukasi masyarakat bagaimana cara mengetahui modus penipu dan mengkaji bagaimana cara masyarakat dalam memproteksi diri mereka terhadap penipuan di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian membahas tentang, 1). Tanggapan masyarakat mengenai giveaway yang beredar di Instagram; 2). Dampak yang ditimbulkan dari diselenggarakannya giveaway; 3). Kasus penipuan yang mengatasnamakan giveaway; 4). Cara untuk mengatasi dan memproteksi diri dari penipuan giveaway. Diharapkan kita sebagai pengguna media sosial harus bisa memproteksi diri dari penipuan dengan modus seperti dengan cara selalu bijak dan teliti dalam memilah informasi.

Kata Kunci: Proteksi; Penipuan; Giveaway; Masyarakat; Instagram

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi semakin berkembang dengan cepat sehingga masyarakat Indonesia dapat lebih mudah mendapat dan mengakses informasi yang mereka inginkan. Kemajuan teknologi dan komunikasi juga dapat mempengaruhi adanya perubahan masyarakat terhadap budaya, ekonomi, keamanan, dan penegakkan hukum di Indonesia. Perkembangan media elektronik dan komunikasi, membuat waktu dan jarak bukan menjadi suatu masalah. Teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya dapat meningkatkan kemajuan dalam pandangan hidup manusia, tetapi juga bisa sebagai sarana untuk melakukan suatu aksi kejahatan, salah satunya ialah penipuan online yang menggunakan modus *giveaway* di media sosial Instagram. Serangan penipuan ini memiliki dampak serius terhadap individu dan organisasi, seperti pencurian identitas, kebocoran data sensitif, dan bahkan kerugian keuangan.

Media sosial merupakan jenis media online yang dapat digunakan dan dimanfaatkan sebagai tempat yang mampu menghasilkan berbagai bentuk komunikasi dan penyediaan beraneka macam informasi bagi semua kalangan masyarakat. Peran media sosial semakin memerankan kebutuhan pokok bagi setiap orang, di gawai yang mereka miliki dapat dibuktikan dengan terpasangnya beberapa aplikasi media sosial, bahkan bisa jadi di dalam satu *platform* media sosial, satu orang bisa memiliki beberapa akun yang berbeda, yang digunakan untuk berbagai tujuan kepentingan yang berbeda. Salah satu media sosial yang paling sering digunakan ialah Instagram. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dari gawai yang digunakan untuk berbagi momen seperti foto, dan video serta untuk mengakses dan mendapatkan berbagai informasi. Melalui Instagram, penipuan *giveaway* dapat menjadi serangan phising yang semakin populer dan sangat berbahaya, memanfaatkan kecerobohan pengguna terhadap potensi risiko. Faktor internal terjadinya penipuan di media sosial adalah iseng atau coba-coba, faktor lainnya yaitu faktor peranan korban serta faktor minimnya tertangkap oleh pihak berwajib. Faktor eksternalnya yaitu faktor ekonomi dan lingkungan. Modus penipuan melalui cara *giveaway* di media sosial Instagram semakin beraneka ragam bentuk dan caranya sehingga semakin sulit untuk dibedakan dengan tindakan *giveaway* asli atau sungguhan.

Secara sederhana, *giveaway* dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan seseorang atau pemilik produk atau *brand* dengan cara membagikan produknya kepada pengikut mereka di Instagram sebagai hadiah atau memberikan hadiah yang bisa berupa uang maupun barang dengan melalui syarat tertentu yang harus dipenuhi. Dalam kasus ini, pelaku menggunakan platform media sosial seperti Instagram untuk mengelabui banyak korban dengan modus *giveaway* yang menuntut korban mengirimkan uang terlebih dahulu sesuai dengan jumlah yang diminta pelaku apabila hadiah *giveaway* ingin diserahkan atau dengan cara korban diminta untuk mengisi data-data pribadi melalui link yang telah mereka kirimkan.

Contoh kasusnya adalah *giveaway* palsu yang mengatasnamakan Baim Wong. Dikarenakan seringnya Baim Wong mengadakan *giveaway*, banyak orang yang menjadi korban penipuan oleh para pelaku. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari kanal Youtube milik Baim Wong, yaitu "Baim Paula", banyak sekali orang berdatangan untuk meminta pertanggung jawaban Baim Wong karena telah tertipu *giveaway* yang mengatasnamakan dirinya. Setelah ditelusuri lebih lanjut oleh Tim Tiger Metro Polres Jakarta Utara, telah ditemukan dua orang yang melakukan penipuan melalui gawai nya dengan mengatasnamakan *giveaway* Baim Wong, menurut kanal YouTube "Baim Paula", pelaku mengaku telah berhasil melakukan penipuan sebanyak enam kali. Pada 26 Desember 2021, Baim Wong Kembali mengunggah video di Instagramnya yang menampilkan

siswa SMP di Makassar yang hampir menjadi korban penipuan giveaway yang mengatasnamakan Baim Wong. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan penulis sebagai upaya untuk meminimalisir terjadinya penipuan dengan kasus yang sama, serta untuk mengedukasi masyarakat dalam memilah berita di media sosial.

2. Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena, kejadian, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran individu dan kelompok.

Sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu “Proteksi Masyarakat Terhadap Penipuan *Giveaway* di Media Sosial Instagram” maka perlu dipastikan dengan melakukan penelitian lapangan (*Field Research*) adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan dengan partisipan yang terlibat. Sifat penelitian pada penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yang dimaksud adalah pendekatan perilaku kepada masyarakat dalam proteksi mereka terhadap penipuan dengan modus *giveaway* di media sosial khususnya Instagram. Metode penelitian ini menggunakan metode wawancara kualitatif. Metode wawancara adalah proses tanya jawab untuk meminta informasi yang diketahui atau pendapatnya dan dilakukan dengan cara tatap muka (*Face to Face*) bersama para partisipan. Jenis wawancara yang kami gunakan untuknya adalah wawancara bebas terpimpin. Ini berarti pewawancara membawa rangkaian pertanyaan yang akan diajukan, bagaimana pertanyaan itu disajikan, dan bagaimana wawancara dilakukan. Metode ini digunakan dengan maksud untuk berdialog langsung kepada masyarakat dan untuk mendapatkan tanggapan serta cara mereka memproteksi diri mereka dalam menyikapi penipuan-penipuan di media sosial khususnya Instagram.

Penelitian ini akan memberikan pemahaman masyarakat agar lebih waspada terhadap berita penipuan yang telah menyebar dengan pesat melalui media sosial Instagram dan dapat menyebabkan kerugian materil maupun immateril. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk memberikan gambaran rinci tentang suatu permasalahan dan mendapatkkn pemahaman yang lebih baik tentang topik yang telah dipelajari sebelumnya dengan menggunakan perspektif yang berbeda. Sifat penelitian deskriptif yang dimaksud adalah pendekatan perilaku masyarakat dalam menyikapi penipuan dengan modus *giveaway* di media sosial Instagram.

3. Hasil dan Pembahasan

Dari wawancara yang telah dilakukan, penulis menemukan 6 partisipan yang berbeda, mulai dari umur hingga kesibukannya. Peneliti meminta tanggapan mereka mengenai bagaimana cara mereka memproteksi diri mereka dari penipuan di media sosial, serta apa yang mereka ketahui tentang *giveaway*. Hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi masyarakat mengenai cara menyikapi penipuan dengan modus *giveaway* melalui media sosial Instagram. Partisipan pertama yaitu FD berusia 18 tahun, mahasiswa UPNVJT. Partisipan kedua yaitu RA berusia 16 tahun, siswa SMKN 13 Surabaya. Selanjutnya partisipan ketiga berinisial RH 19 tahun, mahasiswa UNESA. Partisipan keempat YS berusia 23 tahun, pekerja. Partisipan kelima berinisial DF usia 19 tahun dan merupakan mahasiswa UNESA. Partisipan keenam yaitu FNH 21 tahun yang merupakan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatulloh Tulungagung.

Berikut data dari keenam partisipan:

Partisipan	Umur	Status	Pernah mengikuti <i>giveaway</i>	Mempunyai Instagram
FD	18 tahun	Mahasiswa	Ya	Ya
RA	16 tahun	Siswi	Ya	Ya
RH	19 tahun	Mahasiswa	Ya	Ya
YS	23 tahun	Pekerja	Ya	Ya
DF	19 tahun	Mahasiswa	Ya	Ya
FNH	21 tahun	Mahasiswa	Ya	Ya

➤ **Tanggapan mengenai giveaway yang sering beredar di Instagram**

FD 18 tahun. Memberikan tanggapan nya mengenai *giveaway* yang sering beredar di Instagram, menurutnya *giveaway* adalah hal yang positif bagi pemilik bisnis *brand* atau produk dan orang yang memenangkan *giveaway* tersebut. Karena setiap individu mendapat manfaat masing-masing. Sama-sama diuntungkan. Penyelenggara yang memiliki bisnis akan mendapatkan keuntungan dari syarat yang telah mereka tentukan, misal syarat berupa harus follow seluruh akun Instagram penyelenggara dan membagikan postingan *giveaway* pada seluruh akun sosial media mereka secara tidak langsung itu akan membuat orang lain tertarik dan ikut meramaikan *giveaway* dari akun penyelenggara. Dan bagi orang yang memenangkan *giveaway* juga mendapat keuntungan yaitu mendapatkan hadiah atau hal yang bermanfaat secara gratis (*Free*).

Menurut RA siswi berusia 16 tahun, *giveaway* yang sering beredar di Instagram adalah bagian dari marketing. *Giveaway* yang informasinya dikemas sangat menarik membuat semua pengguna Instagram terutama orang yang membutuhkan hadiah dari *giveaway* tersebut itu menjadi tergiur. Karena apabila berhasil untuk menjadi pemenang maka akan mendapat hadiah secara cuma-cuma atau bisa berupa (*Discount*) voucher potongan harga.

Partisipan ketiga. RH berusia 19 tahun salah satu pecinta dan pemburu *giveaway* memberikan tanggapan, menurutnya itu adalah sebuah kegiatan yang bagus karena merupakan hiburan untuk para *followers* penyelenggara. Tetapi tetap harus berhati-hati dengan informasi-informasi seperti itu dan harus diteliti lagi, apakah itu berita asli atau termasuk salah satu penipuan.

Selanjutnya partisipan keempat berinisial YS seorang pekerja berusia 23 tahun, memberikan tanggapan nya mengenai *giveaway* yang beredar di postingan Instagram. *Giveaway* menurutnya adalah suatu kegiatan yang baik dikarenakan membuat orang senang, akan tetapi jika *giveaway* itu menjadi penipuan, baginya adalah sebuah tindak kejahatan dunia maya yang harus segera dihentikan.

Menuruf DF, mahasiwa 19 tahun. *Giveaway* cukup bermanfaat terutama jika hadiahnya seputar teknologi di era saat ini seperti *giveaway* handphone, tablet, ipad bahkan laptop. Dan bisa jadi dengan adanya *giveaway* tersebut dapat membantu para pemenang yang memang membutuhkan.

FNH, 21 tahun mempunyai pendapat yang sedikit berbeda. *Giveaway* memang kegiatan yang bersifat hiburan dan menurut ia tujuan dari diadakannya *giveaway* ini adalah memenangkan suatu hadiah dan interaksi dalam hal ini bersifat sementara bukan merupakan interaksi yang bersifat jangka panjang, oleh karena itu efek jangka panjang *giveaway* mungkin tidak selalu menghasilkan pengikut atau pelanggan yang setia.

➤ **Dampak apa saja yang ditimbulkan dari diselenggarakannya *giveaway***

FD, mahasiswi 18 tahun berpendapat bahwa setiap hal memiliki dampak positif dan negatif.

1. Dampak positif dari dilakukannya *giveaway*: *Giveaway* dapat menaikkan suatu nama instansi, seseorang, bahkan bisnis karena membuat orang akan tertarik untuk mencari tahu lalu mengenal nama kita, lalu jika menang akan mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
2. Dampak negatif dari dilakukannya *giveaway*: *Giveaway* bukanlah suatu hal yang efisien sebagai media promosi, karena cukup banyak biaya yang akan dikeluarkan untuk promosi kegiatan ini dan belum tentu hal ini adalah media yang efektif.

RA, siswi 16 tahun memberikan pendapatnya mengenai dampak apa saja yang ditimbulkan dari diselenggarakannya *giveaway*, menurutnya terdapat dampak positif dan negatif. Seperti apabila itu adalah informasi yang kredibel benar adanya otomatis akan menjadi dampak positif dan jika menjadi penipuan atau pencurian data yang merugikan maka termasuk pada dampak negatif.

RH, mahasiswi 19 tahun, menurutnya *giveaway* tentu mempunyai dua dampak, yaitu dampak yang positif dan dampak negatif. Dampak yang pertama adalah dampak positif, yaitu dapat memberikan rasa senang kepada para partisipan *giveaway*, dan juga terkadang dapat membantu apa yang dibutuhkan dari pemenang *giveaway*. Kemudian dampak yang kedua adalah dampak negatif, seiring berjalannya waktu dan semakin maraknya kegiatan *giveaway*, yang awalnya hanya sebagai kegiatan hiburan yang menyenangkan namun kini banyak orang menjadikan *giveaway* sebagai ajang belas kasih yang berdampak buruk pada mental para partisipan karena terlalu berharap dan tergiur dengan sesuatu yang belum pasti.

YS, pekerja berusia 23 tahun. Berpendapat bahwa lebih banyak dampak buruk yang dihasilkan daripada dampak positifnya. Salah satu dampak buruknya yaitu penipuan dan membuat para partisipan merasa dirugikan baik secara materi maupun immateril.

Menurut DF, 19 tahun mahasiswa yang merupakan partisipan kelima berpendapat bahwa pasti dan tentu saja *giveaway* berdampak, mulai dari dampak positif dan negatif. Banyak dampak positif yang bisa didapat dari dilakukannya kegiatan *giveaway* di media sosial khususnya Instagram seperti, contoh dari sisi market untuk menaikkan *rating* atau *views* dari brand penyelenggara, sehingga mendapat *feedback* positif dari netizen atau para partisipan *giveaway*. Dan dampak negatifnya juga tak jarang, ada beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab dan justru malah memanfaatkan program *giveaway* ini sebagai sarana untuk menyebarkan *hoax* dan penipuan terhadap kalangan pengguna media sosial.

FNH, mahasiswa berusia 21 tahun. Menurut ia dampak dari diselenggarakannya *giveaway* di Instagram adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan interaksi

Dapat menaikkan *engagement* sosial media, seperti likes, komentar dan jumlah share di postingan Instagram.

2. Peningkatan *followers*

Ini sudah pasti terjadi, tetapi bisa jadi ini berlaku untuk sementara saat acara *giveaway* sedang berlangsung namun setelah itu banyak juga yang berhenti mengikuti akun penyelenggara.

3. Kesadaran merk

Dengan adanya *giveaway* dapat membantu meningkatkan kesadaran merk, karena postingan tentang *giveaway* mungkin dibagikan oleh peserta kepada pengikut mereka.

4. Data pengguna

Dapat mengumpulkan informasi tentang peserta *giveaway*, seperti alamat email atau preferensi mereka, yang dapat digunakan untuk tujuan pemasaran lebih lanjut.

➤ **Kasus penipuan yang mengatasnamakan *giveaway***

Menurut FD, kasus penipuan yang mengatasnamakan *giveaway* sudah banyak sekali beredar di platform manapun khususnya media sosial Instagram, dengan adanya hal seperti ini banyak pihak yang mengikuti *giveaway* merasa dirugikan, serta penipuan *giveaway* yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab dengan mengatasnamakan suatu instansi juga dapat merusak citra dan nama baik dari suatu instansi atau bisnis yang sebenarnya tidak bersalah. RA berpendapat bahwa seharusnya penipuan tersebut harus di bawa ke jalur hukum, karena melibatkan beberapa orang dan juga brand/PT ternama yang membuat banyak orang percaya sehingga terjadi pencemaran nama baik, selain itu juga penipuan seperti ini sangat merugikan korban *giveaway*.

Lalu menurut RH, tentu saja penipuan seperti ini sangat merugikan, baik dari segi materi maupun pada mental. Karena pada beberapa kasus, para pemenang justru mendapatkan pemerasan materi, pada umumnya para peserta di haruskan untuk memberikan uang tebusan terlebih dahulu, yang pada dasarnya sebetulnya itu hanyalah modus dari pelaku. Dan yang kedua adalah kerugian pada mental, karena para pemenang yang sudah berbahagia dan mengharapkan *giveaway* tersebut, harus menerima kenyataan bahwa *giveaway* tersebut adalah palsu, hal ini akan memberikan dampak jangka panjang yaitu rasa trauma, yang mengakibatkan para peserta tidak mau lagi mengikuti acara *giveaway*.

Sama dengan pendapat partisipan lain, menurut YS penipuan seperti itu harus segera dihentikan. YS sendiri sering menemukan kasus penipuan yang mengatasnamakan *giveaway* dengan kasus penipuan yang signifikan dan dapat mengakibatkan kerugian finansial bagi para partisipan yang lainnya.

Lalu menurut partisipan DF, kasus penipuan yang mengatasnamakan *giveaway* ini cukup marak bahkan bisa dibilang sudah banyak orang yang menjadi korban, penipuan seperti ini cukup merugikan banyak pihak terutama sang korban apalagi yang masih awam dan tidak terlalu mengerti dengan modus-modus penipuan yang banyak beredar seperti ini. Biasanya ciri umum dari beberapa modus yang sering dipakai oleh pelaku adalah dengan membujuk korban untuk

membayar atau mentransfer sejumlah uang dengan biaya yang lebih kecil terlebih dahulu sebelum menerima sejumlah besar uang sebagai imbalannya, tetapi pada akhirnya uang tersebut tidak pernah diterima seperti apa yang sudah dijanjikan.

Dan yang terakhir, menurut FNH banyak sekali akun yang mengatasnamakan nama seorang tokoh public (*Influencer*) atau nama dari suatu *brand* besar dengan modus *giveaway*, dan itu tidak hanya terjadi di Instagram saja namun juga di Whatsapp, Facebook bahkan Twitter dengan contoh melalui Shopee atau lewat SMS yang berisi sebuah link, yang sebenarnya itu adalah scam. Hal tersebut sangat mengganggu dan merugikan masyarakat karena kita juga tidak tau apakah akun tersebut asli atau tidak.

➤ **Cara untuk mengatasi dan memproteksi diri.**

Menurut FD cara untuk memproteksi diri dari kasus penipuan *giveaway* yang sedang marak terjadi di sosial media adalah dengan selektif saat mendapatkan informasi serta melakukan observasi lebih lanjut mengenai instansi yang mengadakan *giveaway*.

Menurut pendapat RA sendiri, cara untuk mencegah terjadinya kasus penipuan tidak jauh berbeda dalam pengecekan informasi yang di dapat atau yang ingin diikuti. Jangan asal klik tautan dalam suatu postingan yang menyatakan anda telah memenangkan sesuatu, jika anda tidak merasa mengikuti undian online atau *giveaway* manapun yang sah, mohon untuk tetap diabaikan saja. Sebagai pengguna media sosial juga diperlukan kebijakan dalam menggunakannya.

Adapun menurut RH sendiri berpendapat bahwa memproteksi diri dalam kasus penipuan ini bisa dilakukan dengan beberapa cara seperti memverifikasi dahulu sumber dari suatu event *giveaway* tersebut, lalu bisa juga dengan melihat persyaratan yang diberikan apakah mencurigakan atau tidak, yang terakhir dapat melakukan pengecekan nomor yang menghubungi melalui aplikasi “Getcontact” untuk mengetahui kredibilitas dari pihak penyelenggara.

Selanjutnya tanggapan dari YS mengenai cara memproteksi diri paling efektif dari penipuan *giveaway* adalah dengan menghindari segala bentuk informasi mengenai *giveaway* tersebut.

DF juga berpendapat bahwa sebagai pengguna sosial media kita harus cakap dan cerdas dalam mencari suatu informasi, serta memastikan sumber yang mengklaim program *giveaway* tersebut. Salah satu caranya adalah dengan tetap *update* tentang modus penipuan terbaru, misalnya akhir-akhir ini banyak sekali link tautan yang beredar menyatakan bahwa anda telah memenangkan atau mendapatkan saldo dana sebesar (contoh: Rp. 500 ribu), jika anda ceroboh dan ketinggalan informasi mungkin anda sudah klik tautan tersebut, dan secara tidak sadar saldo dana anda yang sebenarnya terkuras. Dengan tetap *update* berita tentang modus penipuan terbaru, Hal ini bisa menjadi proteksi untuk diri kita agar tidak mudah terpengaruh oleh kasus penipuan yang sedang marak terjadi.

Yang terakhir adalah tanggapan dari FNH mengenai proteksi diri terhadap penipuan *giveaway* adalah dengan memastikan apakah *giveaway* tersebut resmi atau tidak. Melihat beberapa kasus penipuan biasanya diawali dengan meminta uang atau melakukan pembayaran di muka sebagai syarat pemenang. Sementara *giveaway* yang benar adalah program yang memberi hadiah dan tidak memungut biaya apapun.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan enam partisipan, dapat disimpulkan bahwa penipuan dengan modus *giveaway* ini sangat banyak sekali macam dan kasusnya, dan

proteksi diri mereka serta cara mengatasi terhadap penipuan semacam ini juga berbeda-beda. Terjadinya kasus penipuan *giveaway* ini tidak hanya terjadi kepada satu atau dua orang saja, tetapi sudah banyak sekali yang menjadi korban atas penipuan tersebut. Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan juga dapat disimpulkan bahwa cara yang paling mudah untuk memproteksi diri dari penipuan adalah dengan lebih berhati-hati dan teliti dalam memilah informasi, serta bijak dalam menggunakan sosial media khususnya Instagram.

Kejahatan seperti ini sangat rentan terjadi, dikarenakan masyarakat yang kurang terinformasi terhadap berbagai isu penipuan di sosial media dan masih minim pengetahuan mengenai bagaimana alur penipuan terjadi, terutama orangtua yang sangat mudah terkena berita hoax dan menjadi sasaran empuk bagi pelaku penipuan. Minim nya pengetahuan mengenai penipuan ini adalah masalah utama yang harus ditangani sesegera mungkin. Perlu dilakukannya sebuah sosialisasi kepada masyarakat tentang bagaimana cara untuk membedakan informasi yang benar, dan mana yang tidak benar. Serta diperlukannya tindakan hukum yang lebih kuat agar mencegah dan meminimalisir terjadinya penyalahgunaan sosial media Instagram.

Mengenai penipuan *giveaway* yang semakin menyebar diseluruh sosial media seperti Whatsapp, Facebook, Twitter yang bukan hanya terjadi di Instagram. Kementrian KOMINFO juga tengah fokus untuk menguatkan peraturan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) termasuk kepercayaan digital, pengawasan siber, peraturan tersertifikasi Tanda Tangan Elektronik (TTE), literasi digital, dan pengadaan sumber daya terkait. Pihak KOMINFO pun sudah memblokir portal-portal yang mencurigakan (KOMINFO, 2017) tetapi tetap tak terbatas peluang untuk pelaku kejahatan tersebut akan melakukan dengan cara lain seperti membuat link, atau tautan yang digunakan untuk aksi penipuan. Agar mengetahui mana situs yang aman dan situs tidak aman, pihak KOMINFO juga sudah memberi edukasi dan memberi informasi kepada seluruh masyarakat lewat sosial media KOMINFO. Jika merasa kurang yakin atau terdapat hal-hal yang mencurigakan bisa untuk langsung kontak KOMINFO dan menanyakan kebenaran hal tersebut kepada pihak KOMINFO.

Berikut adalah beberapa cara masyarakat yang sudah peneliti rangkum dari beberapa opini partisipan, mengenai bagaimana cara untuk masyarakat memproteksi diri mereka agar terhindar dari penipuan *giveaway* di media sosial khususnya Instagram.

1. Jangan klik tautan yang beredar secara sembarangan. Yang menyatakan kalian sebagai pemenang hadiah *giveaway*. Jika merasa tidak mengikuti suatu *giveaway* apapun secara sah, mohon untuk tetap diabaikan saja.
2. Berhati-hati dengan oknum yang membuat kalian tergiur untuk memikat kalian kedalam aksi penipuan yang telah mereka rencanakan. Tetap memiliki pendirian yang teguh dan selalu melakukan *research* atau riset terlebih dahulu.
3. Tetap *update* tentang modus penipuan terbaru. Bisa dilakukan dengan tetap terinformasi melalui berita, atau konten yang membagikan informasi mengenai kasus penipuan terbaru.
4. Terdapat salah satu tips unik yang dapat menjadi inspirasi cara untuk dilakukan masyarakat guna pencegahan penipuan *giveaway* tersebut. Yaitu dengan menggunakan aplikasi getcontact yang berguna untuk mengecek nomor telepon seseorang. Dari data tersebut bisa kita melihat apakah nomor telepon tersebut mencurigakan atau memang benar resmi dari pihak penyelenggara *giveaway*. Aplikasi getcontact sudah dapat diakses dan didownload melalui google playstore.

5. Jika ingin mengikuti giveaway, pastikanlah untuk mengikuti giveaway yang diadakan oleh situs atau akun media sosial resmi yang dapat diverifikasi kebenarannya.
6. Untuk tips yang selanjutnya adalah dengan menghubungi penyelenggara melalui situs web resmi mereka atau kontak yang tercantum di akun media sosial resmi mereka jika memang telah mengikuti giveaway.

4. Kesimpulan

Menurut hasil analisis yang telah dilakukan, pada pembahasan sebelumnya peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa kemajuan teknologi informasi di Indonesia berkembang pesat sehingga masyarakat lebih mudah untuk mendapat dan mengakses informasi lewat media sosial. Media sosial dapat digunakan dan dimanfaatkan sebagai tempat yang mempermudah masyarakat dalam bertukar informasi, salah satu media sosial yang paling sering digunakan ialah Instagram.

Akan tetapi banyak sekali pihak-pihak tidak bertanggung jawab menggunakan Instagram untuk melakukan tindakan penipuan. Di Instagram sendiri *giveaway* sedang ramai dibicarakan, kegiatan ini sendiri memiliki banyak sekali dampak yang ditimbulkan, mulai dari dampak positif hingga dampak negatif, salah satu dampak negatif dari adanya *giveaway* adalah maraknya kasus penipuan yang mengatasnamakan *giveaway*. Penipuan dengan modus *giveaway* seperti ini dapat menyebabkan kerugian banyak pihak.

Penipuan dengan modus seperti ini harus segera ditangani oleh pihak yang berwajib karena sudah memakan banyak sekali korban, selain itu banyak pihak yang merasa telah dirugikan bahkan ada beberapa brand/PT yang nama baiknya ikut tercoreng karena kasus penipuan ini. Selain itu kita sebagai pengguna media sosial khususnya Instagram kita juga harus bisa memproteksi diri dari penipuan dengan modus seperti ini dengan cara lebih berhati-hati dan teliti dalam memilah informasi, juga berhati-hati saat menggunakan media sosial agar tidak mudah tertipu oleh taktik penipuan seperti ini.

Daftar Pustaka

1. Anugerah, F., & Tantimin, T. (2022). Pencurian Data Pribadi di Internet dalam Perspektif Kriminologi. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 8(1), 419-435.
2. Dwi, M. A. (2021). PERILAKU MAHASISWA DALAM MENYIKAPI BERITA HOAX DIMEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Kelas A Angkatan 2017) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
3. Fauzi, A. M. M., Wahyuni, A. T., Chintia, G., Nenci, I. S., Nurwahidah, N., & Sari, P. N. (2023). Edukasi Pencegahan Penipuan Online Berbasis Sosial Media di Desa Mekarwangi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 60-73.
4. Kusumaningrum, A., Wijayanto, H., & Raharja, B. D. (2022). Pengukuran tingkat kesadaran keamanan siber di kalangan mahasiswa saat study from home dengan multiple criteria decision analysis (MCDA). *Jurnal Ilmiah SINUS*, 20(1), 69-78.
5. Prasetyo, AD, Seta, HB, & Pradnyana, IWW (2023). Analisis Digital Forensik Spear Phishing Menggunakan Metode National Institute of Justice (Studi Kasus: Instagram Verified Account). *Informatika: Jurnal Ilmu Komputer*, 19 (1), 58-67.
6. Rahmadani, R., Hafni, H., Supiyandi, S., & Amin, M. (2022). Antisipasi Kejahatan Dunia Maya (Cyber Crime) Terhadap Media Jejaring Sosial Pada Gen-Z. *Jurnal Abdimas Flora*, 1(2), 1-7.
7. Rahmawati, T., Takariawan, H. A., & Ramadhani, R. H. (2022). PENEKAKAN HUKUM TINDAK PIDANA PENIPUAN BERBASIS ONLINE DENGAN MODUS GIVEAWAY DI PLATFORM MEDIA SOSIAL. *Paulus Law Journal*, 3(2), 102-118.
8. Syah, R. (2023). STRATEGI KEPOLISIAN DALAM PENCEGAHAN KEJAHATAN PHISING MELALUI MEDIA SOSIAL DI RUANG SIBER. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(9), 864-870.
9. Wibowo, MH, & Fatimah, N. (2017). Ancaman phishing terhadap pengguna media sosial dalam dunia kejahatan cyber. *JOEICT (Jurnal Pendidikan dan Teknologi Komunikasi Informasi)*, 1 (1), 1-2.
10. Wulandari, S., Budiawan, R. Y. S., & Mualafina, R. F. (2023). Analisis Wacana Model Van Dijk pada Pesan Penipuan Atas Nama Baim Wong di Media Sosial. *Sintesis*, 17(1), 1-11.