

Analisis *Ticket War* Konser *K-pop* melalui Media Sosial Twitter dalam Perspektif *Space Transition Theory*

Widi Humaira Adisti, Untung Sumarwan

Program Studi Kriminologi, Universitas Budi Luhur, Jakarta

1943500783@student.budiluhur.ac.id, untung.sumarwan@budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang modus penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teori transisi ruang (*space transition theory*) yang dikembangkan oleh K. Jaishankar (2008). Dalam teori transisi ruang berpendapat bahwa seseorang berperilaku berbeda ketika mereka berpindah dari satu ruang ke ruang lainnya. Teori transisi ruang memiliki 7 (tujuh) proposisi terkait kejahatan di dunia maya. Dalam penelitian ini akan dijelaskan modus penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter. Menurut para narasumber dan informasi dari informan, modus dalam kejahatan penipuan tiket konser yaitu pelaku membeli tiket konser *K-pop* yang digunakan untuk melakukan penipuan, pembayaran melalui *Cash on Delivery* (COD), *fee* yang ditawarkan murah, harga tiket normal, identitas palsu yang digunakan oleh pelaku, iklan terpercaya yang dibuat oleh pelaku. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran dan pemahaman terkait penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter dan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mengetahui modus serta faktor penyebab penggemar menjadi korban penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter.

Kata kunci: *Ticket War* Konser *K-pop* di Twitter, Penipuan *Online*, Teori Transisi Ruang (*Space Transition Theory*)

ABSTRACT

This study discusses the mode of K-pop concert ticket fraud through social media Twitter. This study was analyzed using space transition theory developed by K. Jaishankar (2008). In space transition theory, it's argued that people behave differently when they move from one space to another. Space transition theory has 7 (seven) propositions related to cybercrime. This study will explain the mode of K-pop concert ticket fraud through social media Twitter. According to sources and information from informant, the mode in the crime concert ticket fraud is that the offender buys K-pop concert ticket which are used to commit fraud, payment through Cash on Delivery (COD), the fee offered is cheap, the ticket price is normal, the fake identity used by the offenders, trusted advertisement made by the offenders. This study uses a qualitative approach method to provide an overview and comprehension of K-pop concert ticket fraud through social media Twitter and descriptive qualitative research type to find the mode and factors that cause fans to become a victim of K-pop concert ticket fraud through social media Twitter.

Keywords: *K-pop Concert Ticket War on Twitter, Online Fraud, Space Transition Theory*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan. teknologi juga memberikan kemudahan dan berbagai cara baru untuk melakukan aktivitas bagi para penggunanya. Mereka juga sudah menikmati manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan dalam 10 tahun terakhir (Ngafifi, 2014). Adanya media sosial yang memiliki fasilitas teknologi yang lengkap membuat para penggunanya dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya secara berjauhan, namun mereka seolah-olah berada pada jarak yang dekat. Media sosial banyak berperan juga dibidang ekonomi dan perdagangan dengan kemampuan yang dapat mendukung kegiatan pemasaran produk sampai pada kegiatan jual beli. Penggunaan media sosial yang sangat meluas kemudian membentuk suatu interaksi sosial berupa jejaring sosial (*social network*) merupakan sebuah struktur sosial yang dibentuk oleh individu (atau kelompok) yang terhubung oleh satu sama lain yang saling ketergantungan, seperti persahabatan, persaudaraan, kepentingan bersama, pertukaran perdagangan, ketidaksukaan, kesamaan keyakinan, pengetahuan atau prestise (Rusmana, 2015).

Menurut keterangan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hasil survei menunjukkan bahwa ada peningkatan pengguna internet sebesar 77,02% dari tahun sebelumnya. Ada 210,3 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021-2022. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 73,7% dari populasi di Indonesia atau setara dengan 196,7 juta pengguna internet. Berikut adalah data pengguna internet dari tahun 2017 hingga tahun 2022:



Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2017 sampai 2022

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), telah diolah kembali oleh penulis

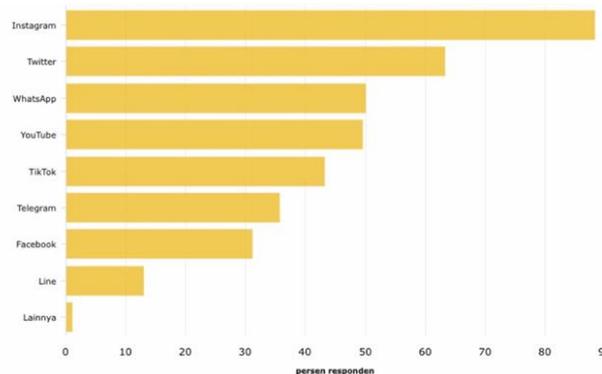
Perkembangan dunia saat ini telah mempengaruhi masuknya budaya-budaya asing ke wilayah Indonesia. Salah satunya adalah budaya Korea Selatan yang biasa disebut dengan “*Korean Wave*” (hallyu *한류* dalam bahasa Korea). Musik *K-pop* di Indonesia dipengaruhi oleh grup idola yang menampilkan musik-musik ceria dengan tarian melalui video musik yang bagus, kini industri musik *K-pop* menjadi industri yang sangat besar dan menguntungkan bagi negara Korea

Selatan (Kurniawaty, 2022). *Korean pop* biasa disingkat *K-pop* adalah musik populer yang berasal dari Negeri Ginseng, yaitu Korea Selatan yang popularitasnya semakin menyebar diseluruh dunia.



Gambar 2. Data Negara dengan Jumlah Penggemar *K-pop* terbanyak pada Tahun 2021

Sumber: Data Internal Twitter



Gambar 3. Data Penggemar *K-pop* menggunakan Media Sosial Twitter pada Tahun 2022

Sumber: Katadata.com

Indonesia termasuk salah satu negara yang memiliki jumlah penggemar *K-pop* paling banyak, mulai dari kalangan anak-anak hingga remaja. Banyak hal-hal menarik yang diberikan oleh *K-pop*, yang membuat para remaja menaruh minat pada *K-pop* dan mereka menemukan hal yang luar biasa dan disukai. Perilaku yang sering ditemui pada penggemar *K-pop* yaitu mengoleksi barang-barang yang berbau dengan *K-pop*, seperti *merchandise*, album, *photocard*, poster, dan tiket konser *K-pop* (Hidayati & Indriana, 2022). Twitter merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan oleh para penggemar *K-pop* di Indonesia. Selain itu, Twitter juga menjadi salah satu media sosial yang digunakan sebagai wadah untuk jual beli, seperti *merchandise K-pop*, tiket konser *K-pop*, aplikasi *streaming* legal berbayar, dan sebagainya.

Penipuan melalui media sosial yang sering terjadi di berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa. Penipuan bisa terjadi kapan

saja dan dimana saja, misalnya penipuan *online*. Penipuan *online* sama saja dengan tindak pidana penipuan, bedanya penipuan *online* menggunakan teknologi. Salah satunya kasus penipuan melalui media sosial yaitu jual beli tiket konser *K-pop* di Twitter. Data penipuan *online* melalui layanan cek rekening dari Kominfo yang telah dilaporkan yaitu penipuan *online* melalui *ecommerce* dan juga media sosial pada bulan September 2021 sebanyak 115.756 kasus. Kasus yang dilaporkan ialah penipuan transaksi *online*, investasi *online* fiktif, prostitusi *online*, dan kejahatan lainnya (Cnnindonesia, 2021). Dari tahun 2017 sampai 2022, terdapat 486.000 laporan dari masyarakat terkait tindak pidana informasi dan transaksi elektronik. Terdapat penipuan transaksi *online* sebanyak 405.000 laporan, dilanjut penipuan investasi *online* kurang lebih ada 19.000 laporan, dan kejahatan jual beli *online* sebanyak 12.000 laporan (Admin Aptika, 2022).

Kejahatan penipuan dalam interaksi melalui media sosial menunjukkan bahwa adanya tindakan penipuan yang dilakukan oleh pelaku yang memanfaatkan kepercayaan yang telah diberikan oleh korban dalam mempersepsi tawaran dan ajakan yang diberikan pelaku selama interaksi mereka berlangsung (Rusmana, 2015). Penipuan secara *online* salah satunya yaitu penipuan tiket konser *K-pop* yang selalu terjadi ketika *boyband* atau *girlband* yang akan mengadakan konser di Jakarta, Indonesia. Penipuan yang terjadi melalui media sosial yaitu Twitter yang menjadi salah satu platform dimana banyak nya transaksi jual beli album *Kpop*, *merchandise*, *photocard*, dan sebagainya yang berbau dengan *K-pop*, sehingga para penggemar lebih sering berbelanja melalui Twitter.

Kajian pertama, yang dilakukan oleh (Kakoe, Ruba'i, & Madjid, 2020) yang berjudul "Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli *Online* melalui Ganti Rugi sebagai Pidana Tambahan" pada tahun 2020. Penelitian ini berfokus pada bentuk perlindungan hukum pada korban penipuan transaksi jual beli *online* dari perspektif Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan ganti rugi sebagai pidana tambahan bisa ditetapkan sebagai upaya untuk melindungi korban penipuan transaksi *online*. Hasil penelitian bahwa penipuan melalui transaksi *online* dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 hanya mengatur tentang ketentuan pidana penjara maupun denda, tanpa adanya ganti rugi pada korban dari tindak pidana tersebut. Dalam transaksi *online* terkait jual beli, keberadaan korban sangat lemah karena hanya bermodalkan kepercayaan sehingga transaksi dilakukan. Makadari itu, kesempatan tersebut disalahgunakan oleh sebagian orang untuk mendapatkan keuntungan dalam proses transaksi jual beli *online*.

Kajian kedua, yang dilakukan oleh (Rantesalu, 2022) dengan judul "Penanggulangan Kejahatan Penipuan Belanja *Online* di Wilayah Kepolisian Daerah Jawa Timur" pada tahun 2022. Penelitian ini menganalisis modus serta faktor penyebab terjadi penipuan jual beli melalui *e-commerce* dan menganalisis penanganan tindak pidana penipuan jual beli *online* serta kendala yang terjadi dalam proses penegakan hukum. Hasil penelitian bahwa modus yang dilakukan oleh pelaku penipuan jual beli *online* yaitu pelaku mengajak pembeli bertransaksi diluar *e-commerce* resmi, pelaku berpura-pura menyamar atau mengatasnamakan *merchant online*, pelaku pura-pura meminta kode OTP, dan pelaku mengirimkan barang yang tidak sesuai ke alamat korban dan kurir meminta pembayaran.

Penyebab terjadinya penipuan jual beli *online* karena kultur budaya masyarakat yang kurang memahami resiko jual beli *online*, lemahnya keamanan sistem jual beli melalui media sosial, dan faktor ekonomi.

Kajian ketiga, yang dilakukan oleh (Sumenge, 2013) yang berjudul “Penipuan Menggunakan Media Internet berupa Jual-Beli *Online*”. Penelitian ini menjelaskan bahwa penipuan secara *online* sama saja dengan penipuan konvensional, yang membedakannya hanya sarana perbuatannya, yaitu menggunakan sistem elektronik (komputer) atau *handphone*. Salah satu jenis tindak pidana di kejahatan dunia maya adalah penipuan jual beli *online* di internet. Penipuan ini banyak terjadi yang disebabkan banyaknya masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhannya dengan cara yang mudah dan tak banyak makan waktu. Penipuan ini memanfaatkan kelemahan dari segi keamanan dan kebiasaan pada saat menggunakan internet. Penipuan jual beli *online* dimana pihak pembeli selalu dirugikan atas tindak perbuatan dari penjual yang berlaku tidak adil dan tidak melaksanakan tugas dan kewajibannya sebagai penjual.

Berdasarkan pemaparan dan kajian terdahulu yang dilakukan, fenomena penipuan sudah lumrah terjadi di dalam masyarakat. Meski demikian, penipuan yang terjadi masih terfokus pada belanja *online*. Jual beli tiket konser yang menjadi fokus penelitian ini menjadi kebaruan penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui modus penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter dan memberikan gambaran dan pemahaman tersebut berdasarkan kajian *space transition theory* dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun menggunakan metode kualitatif diharapkan dapat menggambarkan dan memberikan pemahaman terhadap objek yang akan diteliti. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami sebuah fenomena secara menyeluruh, dan mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata, bahasa, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari informan, dan dilakukan dalam kehidupan yang alamiah (Fadli, 2021). Melalui metode kualitatif, penulis berusaha dapat memberikan gambaran dan pemahaman terkait modus penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter.

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ada 2 (dua) cara, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer mencakup observasi dan dokumentasi untuk mencari tahu *war* tiket konser Kpop di Twitter dan jual beli tiket konser *K-pop*, dimulai dari pencarian dengan *hashtag* WTS (*Want to Sell*), WTB (*Want to Buy*), Penipuan Tiket Konser *K-pop*, *Scam* Tiket, *Scammer*, Tiket NCT, Blackpink dan muncul beberapa *thread scam* tiket konser. Wawancara yang dilakukan dengan tanya jawab bersama narasumber berdasarkan permasalahan dalam penelitian. Wawancara akan dilakukan kepada 4 (empat) orang narasumber dan 1 (satu) orang informan yang bersedia untuk dimintai keterangan. Sedangkan data sekunder berupa studi literatur yaitu menurut Cooper dalam Creswell (2010)

studi literatur memiliki tujuan yaitu menginformasikan kepada pembaca dari hasil-hasil penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian pada saat itu (Hariyanti & Wirapraja, 2018). Studi literatur yang digunakan oleh penulis berupa buku, jurnal, skripsi, *thesis*, karya ilmiah, artikel *online*, media *online*, dan sebagainya yang relevan dengan penelitian. Setelah itu penulis melakukan identifikasi modus penipuan tiket konser *K-pop* penipuan tiket konser Kpop di Twitter. Lalu penulis dapat melakukan analisis dengan menggunakan teori transisi ruang untuk mengetahui temuan penelitian tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Cyber Media dan Social Media

Media siber (*cyber media*) adalah sarana komunikasi yang menggunakan jaringan internet atau bentuk-bentuk komunikasi yang terdapat di dunia maya (Uma, 2022). Media siber merupakan media baru yang tumbuh seiring berkembangnya teknologi internet dan media siber tergolong baru, namun memiliki kelebihan dalam berkomunikasi melalui internet, sehingga meningkatnya minat masyarakat terhadap media siber. Perkembangan media siber juga dimanfaatkan oleh pemerintah, lembaga, perusahaan, dan penyedia media massa untuk kepentingan masing-masing. Kehadiran media siber memudahkan seseorang untuk berkomunikasi dengan teman, kerabat lainnya tanpa harus dipisahkan dengan jarak dan waktu. Media siber memiliki berbagai macam jenis, diantaranya (Nasrullah, 2016) :

- a) Situs (*Web Site*)
- b) *E-mail*
- c) Forum di Internet (*Bulletin Boards*)
- d) Blog
- e) Wiki
- f) Aplikasi Pesan
- g) Internet "*Broadcasting*"
- h) *Peer-to-peer*
- i) The RSS
- j) MUDs
- k) Media Sosial (*Social Media*)

Sebagai salah satu bentuk media siber, media sosial adalah media baru yang merupakan bentuk dari berbagai perangkat teknologi yang mempunyai karakteristik yang sama selain dimana selain didukung oleh proses digitalisasi, dan juga tersedia secara luas sebagai alat komunikasi (Watajdid, Lathifah, Andini, & Fitroh, 2021). Media sosial terdiri dari dua kata yaitu "media" dan "sosial". Media adalah sebagai alat komunikasi, dan sosial adalah kenyataan sosial bahwa masing-masing individu melakukan tindakan yang memberikan kontribusi pada masyarakat. Dari pernyataan tersebut menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan "sosial" atau produk dari proses sosial (Shofiyah, 2022). Adapun media sosial memiliki fungsi yang diantaranya adalah sebagai berikut (Purbohastuti, 2017) :

- a) Media sosial berfungsi untuk memperluas interaksi sosial manusia melalui internet dan teknologi *web*,
- b) Media sosial berhasil mengubah praktik komunikasi media siaran dari satu institusi ke banyak audience (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (*many to many*), dan
- c) Media sosial juga ikut serta mendukung segala bentuk demokratisasi pengetahuan dan informasi.

Kajian *Space Transition Theory*

Space transition theory atau teori transisi ruang yang dikembangkan oleh K. Jaishankar pada tahun 2008. Teori transisi ruang menjelaskan tentang sifat perilaku orang-orang yang memunculkan perilaku yang sesuai dan tidak sesuai baik di ruang fisik dan ruang maya. Transisi ruang berpendapat bahwa seseorang berperilaku berbeda ketika mereka berpindah dari satu ruang ke ruang lainnya. Proposisi dari *space transition theory* (Jaishankar, 2007), ialah :

- a) Seseorang, yang memiliki perilaku kriminal yang tertekan (di ruang fisik) memiliki kecenderungan untuk melakukan kejahatan di dunia maya, yang jika tidak, mereka tidak akan melakukannya di ruang fisik, karena status dan posisi mereka,
- b) Fleksibilitas identitas, anonimitas disosiatif, dan kurangnya faktor pencegahan di ruang siber yang memberikan pilihan bagi pelaku untuk melakukan kejahatan siber,
- c) Perilaku kriminal pelaku di dunia maya cenderung diimpor ke ruang fisik yang di ruang fisik dapat diekspor juga ke ruang siber,
- d) Usaha intermiten dari pelaku kejahatan ke ruang siber dan sifat spatio-temporal yang dinamis dari dunia maya memberikan kesempatan untuk melarikan diri,
- e) (a) Orang asing cenderung bersatu di dunia maya untuk melakukan kejahatan di ruang fisik. (b) Rekan-rekan dari ruang fisik cenderung bersatu untuk melakukan kejahatan di dunia maya,
- f) Orang-orang dari masyarakat tertutup lebih mungkin melakukan kejahatan dari di dunia maya daripada orang-orang dari masyarakat terbuka, dan
- g) Konflik norma dan nilai ruang fisik dengan norma dan nilai dunia maya dapat menyebabkan kejahatan dunia maya.

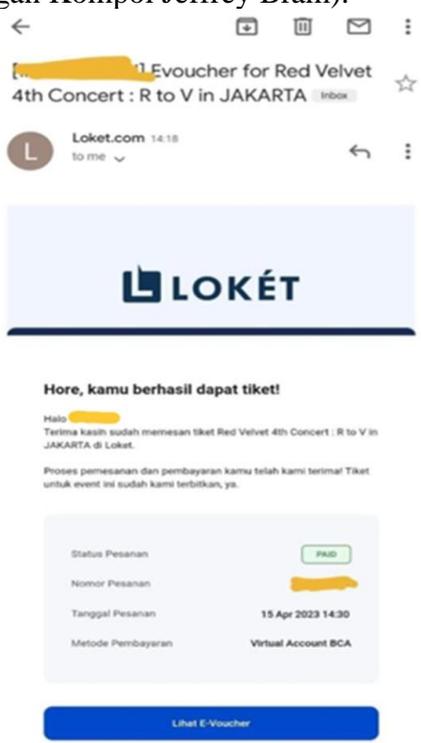
Teori ini merupakan teori yang menjadi acuan dari banyak penelitian untuk melihat kejahatan di ruang siber. Ruang siber yang menjadi lokus baru dari tempat aktivitas kriminal membuat hal ini menjadi bahasan yang menarik bagi penelitian kriminologi. Aktivitas kriminal yang semakin marak terjadi akhir-akhir ini menempatkan ruang siber sebagai tempat baru bagi para pelaku kejahatan. Berbagai bentuk tindak kriminal konvensional yang terjadi di ruang fisik kini mulai bertransisi ke ruang siber (Sari, Febrianti, & Fauziah, 2022).

Modus Penipuan Tiket Konser *K-pop* melalui Media Sosial Twitter

Kejahatan dunia maya ialah kejahatan yang dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, yaitu internet. Dalam media internet, kejahatan yang sering terjadi ialah penipuan yang mengatasnamakan usaha jual beli dengan melalui internet yang menawarkan berbagai macam produk yang akan dijual. Penipuan yang terjadi di dunia maya menggunakan berbagai macam modus operandi yang dapat menggiring bagi calon pembeli (Aswan, 2019). Modus penipuan yang dikirim melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan sebagainya adalah jual beli produk dan jasa dengan rata-rata penjualnya adalah pelaku penipuan. Dalam jenis penipuan jual beli produk atau jasa yang sudah ditransaksikan bisa atau tidak datang ke pembeli dan produk tidak sesuai dengan yang dijanjikan (Kurnia, et al., 2022).

Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama Kompol Jeffrey Bram yang menjelaskan bahwa pelaku kejahatan memiliki modus untuk menarik para calon korbannya untuk dapat membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam wawancara Kompol Jeffrey Bram mengatakan:

Pertama pelaku memasang iklan sesuai dengan ini. Pelaku sebelum melakukan kejahatan, ia mempelajari dulu modus apa yang akan dibuat. Misalkan modus tiket konser K-pop, kita harus tau dulu K-pop itu konsernya kapan, waktunya kapan, harganya berapa, siapa sponsornya, sehingga itu bisa membuat korban lebih yakin. Kemudian harga berapanya sehingga bisa memasang harga lebih miring, sehingga orang bisa tertarik menghubungi kita. Sebelumnya pelaku itu akan beli dulu sendiri, biar tahu seperti apa mekanismenya. Sampai dia akan bisa membuat website palsu, sehingga gampang buat orang tertipu. (Wawancara dengan Kompol Jeffrey Bram).



Gambar 4. Bukti Pelaku sudah Membeli Tiket Konser K-pop yang Dipergunakan untuk Menipu

Sumber: *Thread* di Media Sosial Twitter

Ada berbagai macam cara yang dilakukan oleh pelaku untuk melakukan kejahatan penipuan yaitu dengan membuat modus, identitas palsu, dan iklan yang dapat meyakinkan para korbannya. Pertama, modus yang biasanya dilakukan yaitu bisa *cash on delivery* (COD) di tempat konser, harga tiket normal, *fee* murah. Kedua, pelaku menggunakan identitas palsu atau milik orang lain seperti KTP, Kartu Pelajar, SIM, dan sebagainya. Ketiga, iklan yang dibuat seperti tanggal dan waktu diselenggarakannya konser, *promotor* nya siapa, dan sebagainya.

Diketahui bahwa transaksi jual beli tiket konser *K-pop* di media sosial tidak aman dan sangat tidak disarankan, hal tersebut diungkapkan oleh Kompol Jeffrey Bram, berikut penjelasannya:

“Tidak aman. Sekarang secara logika media sosial itukan luas. Platform ada diluar negeri sana bukan ditempat kita. Apakah mungkin platform itu akan memberikan data-data user kepada kita dengan kasus ini?. Ia tidak akan mau, kecuali itu extraordinary crime seperti terorisme, narkoba, dan lain-lain. Tapi sangat tidak disarankan.” (Wawancara dengan Kompol Jeffrey Bram).

Tabel 1. Kasus Penipuan Tiket Konser *K-pop* di Media Sosial Twitter

TAHUN	KASUS	RESPON	PUBLIKASI
2022	<i>Scam</i> penipuan tiket Blackpink VIP 4,3 Juta akun @chickypeachyyy	15.000 likes, 4.168 retweet, dan 1.729 quote tweet	CNN Indonesia “Cerita Fan Kena Tipu Tiket WTS' BLACKPINK di Medsos”
			Bulat.co.id “Sejumlah Penggemar Jadi Korban Penipuan Tiket Konser Blackpink” (Elfa Harahap, 2022)
			Indozone “Lagi, Muncul Korban Penipuan Tiket Konser Blackpink di Jakarta, Rp4,3 Juta Dibawa Kabur”
			Kompas.com “Cerita Pao Ditipu Rp 4,3 Juta Saat Beli Tiket Konser BLACKPINK via WTS” (Baharudin Al Farisi, 2022)
2022	<i>Help</i> RT Penipuan Tiket Konser NCT akun @bonxbei	3.505 retweet, 336 quote tweet, dan 5.901 likes	Kompas.com “Dugaan Penipuan Tiket Konser NCT 127, Korban dirugikan 14,4 Juta” (Ady Prawira Riandi, 2022)
			TribunTangerang.com “Beli Tiket Konser NCT 127 di Twitter, Fans K-pop Kena Tipu Rp 14,4

			Juta" (Desy Selvianny, 2022)
			JatimNetwork.com "Rp 14 Juta Hilang, Waspada Penipuan Tiket Konser NCT 127 Jakarta, Ini Terduga Pelakunya" (Qotrun Nadha, 2022)
	Scammer TDS, Scammer The Link, Scammer Blackpink, Scammer Tiket Konser	368 <i>retweet</i> , 29 <i>quote tweet</i> , dan 244 <i>likes</i>	Thread oleh Akun @exs_alfati (https://twitter.com/exs_alfati/status/1624692459304534016?t=WsTTjQzO_3nwU3_MM6ZX7g&s=08)
	Penipu Jual Tiket Born Pink akun @jenniears	2.666 <i>retweet</i> , 427 <i>quote tweet</i> , dan 5.226 <i>likes</i>	Dream.co.id "Beli Tiket Konser via Jastip, Fans Blackpink Kena Tipu Rp1,3 Juta" (Alfi Salima Puteri, 2022)
2023	Kena Tipu Ticket Blackpink akun @audimarissa	7.368 <i>retweet</i> , 2.033 <i>quote tweet</i> , dan 31.000 <i>likes</i>	Merdeka.com "Beli Tiket Konser Blackpink, Audi Marissa Kena Tipu Gadis 19 Tahun" (Sekar Andini Wibisono Putri, 2023)
			Liputan6.com "6 Kronologi Audi Marissa Kena Tipu Oknum Penjual Tiket Blackpink, Hampir Gagal Nonton" (Selma Intania Hafidha, 2023)
			Kompas.com "Audi Marissa Kena Tipu Oknum Penjual Tiket Konser Blackpink, Pelaku Masih Berusia 19 Tahun" (Rintan Puspita Sari, 2023)
			Parapuan.co "Beli Tiket Konser Blackpink dari Orang Lain, Audi Marissa Malah Kena Tipu" (Rizka Rachmania, 2023)
	Scammer Tiket TDS2	1.536 <i>retweet</i> , 31 <i>quote tweet</i> , dan 1.903 <i>likes</i>	Thread oleh Akun @_adelynjeong (https://twitter.com/_adelynjeong/status/1634820991644991490?t=hG_xjOsZtau4td_4A_683Q&s=08)
	Penipuan Scammer Tiket Blackpink	368 <i>retweet</i> , 161 <i>quote tweet</i> , dan 530 <i>likes</i>	Thread oleh Akun @matzcoolrz (https://twitter.com/matzcoolrz/status/1634778445891731457?t=I55GE75hv_hbqQRHUgbSvA&s=08)
	Scammer Tiket Suga Agust D in Jakarta	684 <i>retweet</i> , 29 <i>quote tweet</i> , dan 373 <i>likes</i>	Thread oleh Akun @bianshiki (https://twitter.com/bianshiki/status/1654114482032095238?t=jI4Xs7pQjShnIFFE7-h9Qw&s=08)
Scammer Tiket Red Velvet RtoV Jakarta	209 <i>retweet</i> , 14 <i>quote tweet</i> , dan 201 <i>likes</i>	Thread oleh Akun @chclvmilo (https://twitter.com/chclvmilo/status/1647267840381296640?t=11H61Dcis-MNurz9jFMkDA&s=19)	

<i>Scammer</i> Tiket Red Velvet RtoV Jakarta	154 <i>retweet</i> , 8 <i>quote tweet</i> , dan 96 <i>likes</i>	Thread oleh Akun @mawyangtine (https://twitter.com/foryihang/status/1647299701606334475?t=3U1-LFVrNP2QlvtR1Ps5Gg&s=08)
--	---	--

Sumber: Diolah oleh penulis

Penyebab Penggemar menjadi Korban Penipuan Tiket Konser *K-pop* melalui Media Sosial Twitter

Penipuan secara *online* adalah suatu bentuk kejahatan yang menggunakan teknologi dalam aksinya. Prinsip penipuan *online* sama halnya dengan penipuan konvensional atau penipuan biasa, dimana kejahatan penipuan terjadi karena disitu terdapat korban yang dirugikan dan pihak yang diuntungkan secara tidak sah (Rahmad, 2019). Berdasarkan hasil wawancara bersama korban dan informan yang terdiri dari 4 (empat) orang korban dan 1 (satu) orang informan dari Badan Reserse Kriminal (Bareskrim) Polri. Dalam wawancara tersebut terdapat penyebab penggemar menjadi korban penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter.

- a) Kondisi Psikologis Korban yang Dimanfaatkan oleh Pelaku
Penyebab terjadinya penggemar menjadi korban penipuan tiket konser *K-pop* yaitu kondisi psikologis korban yang dipengaruhi oleh pelaku penipuan untuk memperdayai mereka dengan melihat kondisi mereka yang sedih tidak dapat tiket konser dan mengeluh di media sosial. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh pelaku untuk melakukan kejahatan penipuan.
- b) Keinginan untuk Menghadiri Konser
Konser yang dilakukan oleh *Boyband* atau *Girlband* asal Korea Selatan yang akan diselenggarakan di Jakarta, Indonesia yang berhasil membuat para penggemar semangat untuk menghadirinya. Menonton konser bagi penggemar *K-pop* merupakan salah satu keinginan untuk membahagiakan diri sendiri dengan melihat secara langsung idola yang disukai. Oleh karena itu, ketika tidak mendapatkan tiket konser, para penggemar akan mencari tiket yang dijual melalui media sosial Twitter dengan pencarian WTS (*Want to Sell*) atau WTB (*Want to Buy*) di kolom pencarian. Para korban juga mengatakan bahwa mereka beli tiket konser *K-pop* di media sosial Twitter karena keinginan untuk dapat menghadiri konser idola kesayangan mereka.
- c) Kurangnya Pengetahuan dan Informasi
Minimnya pengetahuan dan informasi bagi para pengguna internet yang dapat menyebabkan penggemar menjadi korban penipuan melalui media sosial.
- d) Pelaku Termotivasi dan Sulit Diidentifikasi
Maraknya penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter disebabkan pelaku yang termotivasi dan sulit diidentifikasi atau dilacak saat korban melapor ke Kepolisian. Pelaku melakukan kejahatan dengan berbagai cara, antara lain teliti atas situasi, memperkirakan target, dan upaya menghindari diri dari tanggung jawab (Sumarwan, 2017). Tindak kejahatan penipuan tiket konser *K-pop* semakin meningkat karena para penggemar

yang ingin hadir diacara konser tetapi tidak berhasil membeli tiket konser di *website* resmi yang telah disediakan oleh promotor sebagai penyelenggara. Hal itu menyebabkan para pelaku kejahatan termotivasi atas kesempatan yang ada, dilakukan dengan mengelabui korban, dan biaya yang digunakan tidak banyak.

Analisis *Space Transition Theory* terhadap Penipuan Tiket Konser *K-pop* melalui Media Sosial Twitter

Space transition theory atau teori transisi ruang merupakan suatu teori yang dikembangkan oleh K. Jaishankar untuk melihat kejahatan di ruang siber. *Space transition theory* menjelaskan tentang bagaimana pergerakan sifat perilaku individu baik yang sesuai (*conform*) maupun tidak sesuai (*nonconform*) di ruang fisik dan ruang siber. Transisi ruang ini melibatkan adanya suatu perpindahan perilaku seseorang dari satu ruang ke ruang yang lain. Teori ini melihat bahwa seseorang dapat memiliki perilaku yang berbeda ketika mereka berpindah ruang, misalnya dari ruang fisik ke ruang siber ataupun sebaliknya (Sari, Febrianti, & Fauziah, 2022). *Space transition theory* memiliki 7 (tujuh) proposisi, sebagai berikut (Jaishankar, 2007):

- a) *Persons, with repressed criminal behavior (in the physical space) have a propensity to commit crime in cyberspace, which, otherwise they would not commit in physical space, due to their status and position,*
- b) *Identity Flexibility, Dissociative Anonymity and lack of deterrence factor in the cyberspace provides the offenders the choice to commit cybercrime,*
- c) *Criminal behavior of offenders in cyberspace is likely to be imported to Physical space which, in physical space may be exported to cyberspace as well,*
- d) *Intermittent ventures of offenders in to the cyberspace and the dynamic spatiotemporal nature of cyberspace provide the chance to escape,*
- e) *(a) Strangers are likely to unite together in cyberspace to commit crime in the physical space. (b) Associates of physical space are likely to unite to commit crime in cyberspace,*
- f) *Persons from closed society are more likely to commit crimes in cyberspace than persons from open society, and*
- g) *The conflict of Norms and Values of Physical Space with the Norms and Values of cyberspace may lead to cybercrimes.*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa proposisi dari *space transition theory* yang dapat digunakan untuk analisis hal tersebut, yaitu :

- a) Proposisi nomor dua, yaitu *identity flexibility, dissociative anonymity and lack of deterrence factor in the cyberspace provides the offenders the choice to commit cybercrime*. Identitas fleksibel dan anonimitas pada kejahatan penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter yang mendorong pelaku melakukannya dengan menggunakan identitas palsu atau identitas pribadi seseorang yang tidak dikenal untuk mengelabui para korban penipuan. Selain itu, kurangnya faktor pencegahan yang

memberikan pilihan bagi pelaku kejahatan untuk melakukan kejahatan penipuan secara *online*. Pencegahan kejahatan di ruang siber yaitu ada pada UU ITE. Akan tetapi, dengan adanya hal tersebut masih belum membuat jera bagi pelaku kejahatan penipuan *online*.

- b) Proposisi nomor tiga, yaitu *criminal behavior of offenders in cyberspace is likely to be imported to Physical space which, in physical space may be exported to cyberspace as well*. Pelaku kejahatan menganggap bahwa kejahatan yang dilakukan di dunia siber lebih menguntungkan dengan membuat modus yang dapat dipercaya oleh korban dan risiko yang didapati lebih sedikit. Penipuan biasa dilakukan di ruang fisik, akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, penipuan bisa dilakukan di ruang siber, salah satunya penipuan tiket konser *K-pop* di Twitter. Kejahatan penipuan dapat merugikan bagi para korban dengan nominal yang sedikit tetapi dengan jumlah korban banyak dengan modus yang dibuat oleh pelaku kejahatan. Selain itu, risiko yang didapati pelaku dari kejahatan penipuan *online* tidak sebanding dengan perbuatannya.
- c) Proposisi nomor empat, yaitu *intermittent ventures of offenders in to the cyberspace and the dynamic spatiotemporal nature of cyberspace provide the chance to escape*. Ruang siber menjadi salah satu tempat bagi pelaku penipuan untuk melakukan tindak kejahatan penipuan, selain itu pelaku juga dapat melarikan diri. Seperti yang diketahui bahwa kejahatan di dunia siber dapat dilakukan dimana saja, kapan saja dengan tenaga yang sedikit, seperti penipuan tiket konser *K-pop* di media sosial. Ketika pelaku sudah mendapatkan keuntungan dari kejahatan penipuan, ia akan melarikan diri dengan cara menonaktifkan atau menghapus akun Twitter, memblokir akun-akun para korban, menonaktifkan nomor telepon sehingga tidak bisa dihubungi lagi.
- d) Proposisi nomor lima, yaitu (a) *Strangers are likely to unite together in cyberspace to commit crime in the physical space*. (b) *Associates of physical space are likely to unite to commit crime in cyberspace*. (a) Kejahatan siber dapat membentuk individu-individu lain untuk melakukan kejahatan di ruang siber, seperti kejahatan penipuan tiket konser *K-pop*, dimana individu-individu lain dapat merekam kejahatan yang terjadi di ruang siber lalu mempraktikannya. (b) Pelaku kejahatan penipuan tiket konser yang terjadi di media sosial cenderung melakukan kejahatan di ruang siber.
- e) Proposisi nomor enam, yaitu *Persons from closed society are more likely to commit crimes in cyberspace than persons from open society*. Individu-individu yang terbiasa terlibat dalam kejahatan di ruang fisik lalu berpindah ke ruang siber yang mana kejahatan di ruang siber tidak terbatas, salah satunya kejahatan penipuan yang dilakukan secara *online*. Ketika melakukan kejahatan penipuan di ruang fisik itu memerlukan waktu dan tenaga yang cukup untuk melakukan suatu kejahatan penipuan, sedangkan penipuan *online* bisa dilakukan tanpa mengeluarkan banyak waktu dan tenaga.
- f) Proposisi nomor tujuh, yaitu *The conflict of Norms and Values of Physical Space with the Norms and Values of cyberspace may lead to cybercrimes*.

Ruang fisik dan ruang maya memiliki norma dan nilai yang tersendiri, contohnya perilaku seseorang di ruang maya berbeda dengan perilaku saat di ruang fisik. Perbedaan tersebut dapat memicu kejahatan dunia maya. Kejahatan penipuan tiket konser *K-pop* di media sosial dimana perilaku pelaku kejahatan yang ditonjolkan berbeda saat di ruang fisik.

Kesimpulan

Penipuan secara *online* merupakan kejahatan yang bisa terjadi dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan teknologi. Salah satunya kejahatan penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter. Berdasarkan hasil penelitian, modus penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter dilakukan oleh pelaku yang membeli tiket konser *K-pop* yang digunakan untuk melakukan penipuan. Tiket konser ini akan dipergunakan untuk menipu calon korban agar mereka percaya bahwa tiket tersebut memang untuk dijual. Tahap selanjutnya adalah pelaku mencari korban yang akan melakukan pembayaran bisa dilakukan melalui *Cash on Delivery* (COD). *Fee* yang ditawarkan murah, harga tiket normal, dan bisa melakukan pembayaran uang muka (dp), modus tersebut dapat dipercaya oleh calon korban karena mereka yakin bahwa ketika melakukan pembayaran melalui COD, memberi uang muka, itu pasti bukan penipuan.

Pelaku menggunakan identitas palsu untuk mengamankan dirinya dan hal ini dimungkinkan karena dimediasi oleh sosial media. Mayoritas kejahatan penipuan yang sering terjadi di media sosial itu para pelaku menggunakan identitas orang lain, seperti KTP, Kartu Pelajar, dan sebagainya. Hal tersebut membuat para pelaku meminimalisir risiko yang terjadi karena mereka sulit untuk ditemukan dan diidentifikasi. Terakhir, iklan terpercaya yang dibuat oleh pelaku, pelaku kejahatan penipuan membuat iklan yang dapat dipercaya untuk mengelabui calon korban supaya membeli tiket konser *K-pop* dengan melihat iklan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kejahatan di ruang fisik berpindah tempat ke ruang siber, contohnya penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial. Kejahatan penipuan tersebut yang dilakukan di ruang siber memberikan kesempatan bagi pelaku kejahatan karena kejahatan di ruang siber mudah dilakukan, lebih menguntungkan, rendahnya risiko yang didapat, dan pelaku dapat melarikan diri.

Saran

Penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter menjadi salah satu permasalahan yang sering terjadi disaat konser idola asal Korea Selatan datang untuk melakukan konser di Indonesia. Hal tersebut disebabkan karena penggemar tidak dapat tiket secara resmi dan langsung membeli melalui media sosial Twitter. Penipuan tiket konser *K-pop* akan terus meningkat jika banyaknya pembeli sebagai calon korban yang melakukan pembelian tiket konser *K-pop* di media sosial. Cara mengatasi agar hal tersebut tidak terjadi yaitu dengan melakukan pembelian tiket konser *K-pop* secara resmi yang sudah ditentukan oleh pihak promotor.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, penulis berharap untuk semua *stakeholder* yang memiliki wewenang agar diperhatikan lagi untuk kasus-kasus penipuan *online*, salah satunya penipuan tiket konser *K-pop* melalui media sosial Twitter karena kejahatan tersebut memakan banyaknya jumlah korban. Untuk penggemar yang melakukan pembelian tiket konser *K-pop* di media sosial Twitter untuk lebih berhati-hati dalam bertransaksi dan lebih aman jika melakukan pembelian tiket di *website* resmi yang sudah disediakan oleh pihak penyelenggara konser untuk menghindari hal yang tidak diinginkan.

Daftar Pustaka

- Admin Aptika. (2022, Oktober 22). *Upaya Kominfo Berantas Aksi Penipuan Transaksi Online*. Retrieved from Aptika.kominfo.go.id: <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/upaya-kominfo-berantas-aksi-penipuan-transaksi-online/>
- Aswan. (2019). *Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik*. Guepedia.
- Cnnindonesia. (2021, Oktober 15). *Kominfo Catat Kasus Penipuan Online Terbanyak: Jualan Online*. Retrieved from Cnnindonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211015085350-185-708099/kominfo-catat-kasus-penipuan-online-terbanyak-jualan-online>
- Fadli, M. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Hariyanti, N., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1).
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar Kpop Di Semarang. *Jurnal EMPATI*, 11(01).
- Jaishankar, K. (2007). Establishing a Theory of Cyber Crimes. *International Journal of Cyber Criminology*, 1(2), 7-9.
- Kakoe, S., Ruba'i, M., & Madjid, A. (2020). Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online melalui Ganti Rugi sebagai Pidana Tambahan. *Jurnal Legalitas*, 13(02), 115-128.
- Kurnia, N., Rahayu, Wendratama, E., Monggilo, Z., Damayanti, A., Angendari, D., . . . Desmalinda. (2022). *Penipuan Digital Di Indonesia Modus, Medium, Dan Rekomendasi*. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

- Kurniawaty, Y. (2022). Viktimisasi Terhadap Korban Penipuan Dengan Modus Penjualan Album K-Pop. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(4).
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1).
- Purbohastuti, A. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tritayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Rahmad, N. (2019). Kajian Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Secara Online. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 103-117.
- Rantesalu, H. (2022). Penanggulangan Kejahatan Penipuan Belanja Online di Wilayah Kepolisian Daerah Jawa Timur. *Janaloka*, 1(2), 70-94.
- Rusmana, A. (2015). Penipuan Dalam Interaksi Melalui Media Sosial (Kasus Peristiwa Penipuan Melalui Media Sosial Dalam Masyarakat Berjerjaring). *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 3(2), 187-194.
- Sari, E., Febrianti, D., & Fauziah, R. (2022, Desember). Fenomena Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Baru Berdasarkan Kajian Space Transition Theory. *Deviance Jurnal Kriminologi*, 6(2), 153-168.
- Shofiyah, S. (2022). Dampak Media Sosial Dan Pornografi Terhadap Perilaku Seks Bebas Anak Di Bawah Umur. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 57-68.
- Sumarwan, U. (2017). Media Massa, Tutorial Aksi Kejahatan. *Deviance Jurnal Kriminologi*, 1(1).
- Sumenge, M. (2013). Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jual-Beli Online. *Lex Crimen*, 2(4).
- Uma, B. (2022, Juni 08). *Definition of Cyber Media (Cyber Media)*. Retrieved from bamai.uma.ac.id: <https://bamai.uma.ac.id/2022/06/08/pengertian-media-siber-cyber-media/>
- Watajdid, N., Lathifah, A., Andini, D., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163-179.