Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media (JURRSENDEM)
Vol.2, No.2 Oktober 2023
e-ISSN: 2829-0186; p-ISSN: 2829-0283, Hal 51-59
DOI: https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i2.1549

Kampanye Sosial Pencegahan Fenomena Penipuan *File.APK*

Ayu Ramadia Sali
Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Dwi Mutia Sari
Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Alamat: Air Tawar Barat, Padang Utara, Kota Padang, 25132, Sumatra Barat
ayuramadiasali123@gmail.com

Abstract *: Technological developments are currently widely used by some people to commit cyber crimes, especially in this case using the .apk file. Android Package Kit / APK is an application format for Android-based smartphones. The number of victims arising from the phenomenon of file.apk fraud, so understandably there are still many who don't know about file.apk fraud. Therefore the designer makes a design for a media campaign as a means of preventing the phenomenon of file.apk fraud. The design method used is Design Thinking which is based on data obtained through questionnaires, documentation, and literature studies regarding the phenomenon of file.apk fraud. In the problem solving process, apply the 5W+1H analysis (what, who, when, why, where, and how). This design produces prevention media in the form of infographic posters.*

Keywords*: APK, Campaign, Fraud, Media, Prevention*,

Abstrak : Adanya perkembangan teknologi saat ini dimanfaatkan oknum untuk melakukan kejahatan siber, terutama dalam hal ini menggunakan file.apk. Android Package Kit / APK ialah format aplikasi pada Smartphone berbasis Android. Banyaknya korban yang ditimbulkan dari fenomena penipuan file.apk sehingga dapat dipahami bahwa masih banyak yang belum mengetahui penipuan file.apk. Maka dari itu perancang membuat perancangan media kampanye sosial sebagai pencegahan fenomena penipuan file.apk. Metode perancangan yang digunakan yaitu Design Thinking yangmana dilandasi data yang diperoleh melalui kuesioner, dokumentasi, dan studi literatur mengenai fenomena penipuan file.apk. Dalam proses pemecahan masalah menerapkan analisis 5W+1H (what, who, when, why, where, dan how). Perancangan ini menghasilkan media pencegahan berupa poster infografis.

Kata kunci: APK, Kampanye, Penipuan, Media Pencegahan.

LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi masa ini telah mempermudah masyarakat terutama untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi di era digital. Adanya kemajuan teknologi juga dimanfaatkan oleh para oknum kejahatan dengan memanfaatkan literasi dunia siber/maya (*cyber space*) sehingga disebut sebagai kejahatan dunia siber (*cybe crime*). Menurut Kepolisian Inggris Tahir (Arifah, 2011:186) "*Cyber Crime* adalah segala macam penggunaan jaringan jaringan komputer untuk tujuan kriminal dan atau kriminal berteknologi tinggi dengan menyalahgunakan kemudahan teknologi digital"

Salah satu kejahatan siber yang kini terjadi ialah modus penipuan *file* berekstensi *Android Package Kit*/*APK*, yangmana *APK* ini adalah bentuk format aplikasi yang dapat digunakan di *smartphone* berbasis *android*. Penipuan yang menggunakan *file.apk* ini kronologisnya dikirimkan melalui *chat*/obrolan di sosial media *WhatsApp* dengan berbagai modus seperti modus surat undangan pernikahan, cek resi paket, tagihan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan, surat tilang kepolisian, dan modus lainnya. Akibatnya apabila aplikasi ini jika telah ter-*install* maka akan memudahkan pelaku menyadap data penting seperti kode OTP (*One Time Password*), pin dan *password* dari *m-banking* atau *e-wallet* korban kemudian disalahgunakan untuk mencuri seluruh jumlah saldo *m-banking* atau *e-wallet* milik korban.

Berlandaskan data yang terkumpul hingga Januari 2023 lalu, Bareskim Polri menyebutkan bahwasannya telah tercatat 29 laporan masyarakat disejumlah Polda. Total korban berjumlah 439 orang dengan kerugian yang cukup besar yakni mencapai Rp 12 Milyar. Kasus ini telah diungkapkan oleh Direktur Tindak Pidana Siber Bareskim Polri Brigjen Adi Vivid Agustiadi Bachtiar dalam konferensi pers di Mabes Polri Kamis (19/1). (Artikel, Detik News. 2023).

Berdasarkan penelitian awal melalui kuesioner yang dilakukan oleh perancang pada tanggal 23 Maret 2023 hingga 27 Maret 2023 dengan total 102 responden. Hasilnya menunjukkan 24.5 % pelajar, 51 % mahasiswa, 11.8 % guru, 6.9 % karyawan, 6 % umum, dan diketahui bahwa sebanyak 54.9 % tidak mengetahui tentang penipuan modus *file.APK* ini. Berangkat dari pemaparan hasil tersebut dapat disimpulkan masih banyak masyarakat yang berpotensi mengalami dan menjadi korban penipuan *file.APK* sehingga ini menjadi urgensi permasalahan yakni kurangnya pengetahuan/pengetahuan masyarakat terkait penipuan *file.APK*.

Berkenaan dengan isu terkait penipuan *file.apk* yang dapat menyadap informasi pribadi dan mencuri saldo *m-banking* milik pengguna/*user* maka diperlukan suatu tindakan pencegahan agar fenomena ini tidak semakin meluas dan menambah lebih banyak korban. Oleh karena itu, perancang bermaksud untuk melakukan penyebaran informasi melalui kampanye sosial untuk menambah wawasan masyarakat.

Kampanye sosial sebagai wujud upaya pencegahan fenomena penipuan *file.apk* ini memiliki tujuan agar para pengguna *e-money*, *m-banking*, *i-banking*, *online shop, e-commerce*, dan *social media* dan korban dapat berhati-hati. Melalui kampanye sosial tentunya membutuhkan sarana yang dapat mendorong penyebaran informasi lebih cepat. Maka dari itu perancang berencana memanfaatkan desain infografis sebagai media utama penyebaran

informasi. Pemilihan infografis yang akan diterapkan dalam media cetak berbentuk poster sebagai salah satu alternatif pemecahan masalah karena media ini lebih fleksibel dan efisien dalam segi pendistribusian. Media poster infografis ini bisa diposisikan di lokasi-lokasi strategis seperti bandara internasional, karna dilewati oleh masyarakat diberbagai daerah Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

1. Kampanye Sosial

Menurut pendapat Ramlan mengemukakan bahwa kampanye sosial merupakan suatu cara dalam menyampaikan informasi dan pesan-pesan yang memuat perkara sosial masyarakat dan bersifat non-profit. Tujuan utama dari kampanye sosial yakni menstimulasi wawasan masyarakat terhadap gejala sosial yang ada. (Windi, 2022:12). Dalam hal ini terdapat beberapa gagasan penting, bersifat sosial yang perlu untuk disebarkan pada khalayak umum, diantaranya penghematan penggunaan daya listrik dalam rumah. Hal ini perlu disampaikan pada masyarakat karena memiliki urgensi bahwa banyaknya pemakaian daya listrik yang dinyalakan pada alat elektronik yang sedang tidak digunakan akan menimbulkan pemborosan energi sehingga mengakibatkan efek pemanasan global.

2. Iklan Layanan Masyarakat

Pengertian Iklan Layanan Masyarakat merujuk dari buku "Iklan Layanan Masyarakat" (Pujiyanto, 2013:7), dapat dipahami bahwa Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan suatu bentuk publisitas yang memaparkan informasi yang urgensinya berfokus untuk meningkatkan kesadaran masyarakat kepada sejumlah problematika yang harus dihadapi, meliputi keadaan yang dapat mengganggu keberlangsungan hidup dan ketentraman masyarakat. Iklan Layanan Masyarakat yakni sebuah usaha untuk mempropaganda masyarakat dengan motif berupa seruan atau ajakan agar menyadai, memahami, ikut berpartisipasi dan memposisikan diri supaya tidak terseret dalam permasalahan.

METODE PENELITIAN

Proses dalam perancangan karya ini menggunakan prosedur *Design Thinking* untuk memproses kegiatan yang dilakukan. Menurut Kelly & Brown (Fariyanto F, dkk.2021:54), "*Design Thinking* adalah metode inovasi yang berpusat pada manusia yang menggunakan alat desain untuk mengintegrasikan kebutuhan orang-orang, kemungkinan teknis, dan persyaratan

untuk kesuksesan bisnis. *Design Thinking* mampu memberikan solusi bagi beberapa permasalahan yang kompleks".

Design Thinking adalah suatu proses iteratif yang melibatkan penulis dalam usala memahami pengguna, mempertanyakan asumsi yang ada dan mengartikulasikan kembali masalah dengan tujuan mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif yang mungkin terlewatkan pada tingkat pemahaman awal kita. Selain itu, design thinking juga bertujuan untuk memberikan pendekatan berbasis solusi dalam mengatasi masalah yang telah dirumuskan.

Metode perancangan ini memiliki beberapa tahapan sebagai bentuk langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Empathize*

Tahap awal dari *Design Thinking* yakni memahami secara mendalam dan menempatkan posisi baik dalam sosial ataupun emosional tentang apa yang terjadi dan bagaimana dampak yang dialami dan dirasakan oleh masyarakat akibat fenomena penipuan *file.APK*.

2. *Define*

Tahap kedua ialah *Define*, yangmana pada tahap ini setelah mengumpulkan dan merangkum informasi selama tahap *Empathize*, data tersebut diolah melalui analisa pengamatan dan mensistensinya agar dapat merumuskan permasalahan mendasar dan paling penting, yaitu kurangnya kesadaran dan kewaspadaan terhadap fenomena penipuan *file.APK*

3. *Ideate*

Proses penghasilan ide menggunakan cara *mindmapping* yangmana berdasarkan rangkuman data yang telah dicatat sebelumnya diambil beberapa kata kunci atau *keyword* untuk proses berpikir kritis dalam menghadapi masalah.

4. *Prototype*

Tahap selanjutnya adalah *Prototype*, dimana pada tahap ini perancang akan mencetak media utama yakni poster sebagai solusi terhadap permasalahan.

5. *Test*

Berikutnya tahap terakhir dari *Design Thinking*, yakni *Test*. Dengan melakukan uji kelayakan agar dapat mengetahui hasil media yang dirancang cukup efektif untuk dipublikasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

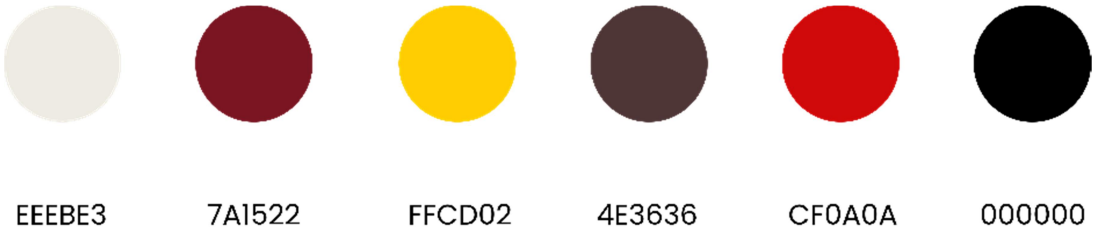
Media Utama

Konsep yang akan diterapkan oleh perancang terhadap desain poster infografis ialah memiliki konsep mitigasi penipuan untuk masyarakat terhadap penipuan *file.apk*. Poster infografis berbasis cetak yang akan didesain perancang menggunakan *flat illustration*. Poster infografis ditujukan kepada masyarakat yang belum mengalami & belum mengetahui penipuan *file.apk* yakni dengan target audiens masyarakat berumur 17 tahun hingga 30 tahun mulai dari pelajar, mahasiswa dan pekerja di Indonesia.

Pesan verbal yang akan disampaikan pada perancangan media ini akan diinformasikan melalui media poster infografis. Perancang memaparkan beberapa info penting mengenai penipuan *file.apk*. Oleh sebab itu dengan adanya poster infografis melalui pesan-pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterapkan atau dipraktekkan tindakan yang harus dilakukan masyarakat selanjutnya.

Pesan visual dalam perancangan poster infografis penipuan *file.apk* ini perancang akan menerapkan ilustrasi 2-3 karakter yang mendeskripsikan penipu, korban penipuan, dan alat (media) berupa *smartphone* dan 55omputer. Selain itu juga akan menggunakan beberapa icon penting untuk setiap detail penjelasan mengenai penipuan *file.apk* disertai judul dengan warna yang mencolok. Penggabungan tulisan informasi yang jelas dan elemen visual yang menarik akan mudah dimengerti masyarakat.

Warna utama yang digunakan dalam perancangan poster infografis pencegahan penipuan *file.apk* meliputi kombinasi merah, kuning, dan hitam yang mendeskripsikan tema peringatan, bahaya dan kewaspadaan.



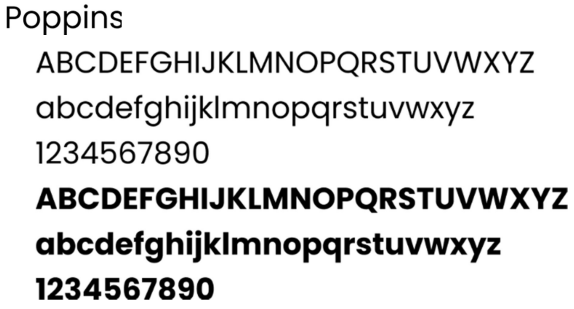
Gambar 1. Palet Warna

Untuk tipografi yang digunakan bertipe *Sans-Serif* dengan 2 jenis font yaitu Bangers dan Poppins.

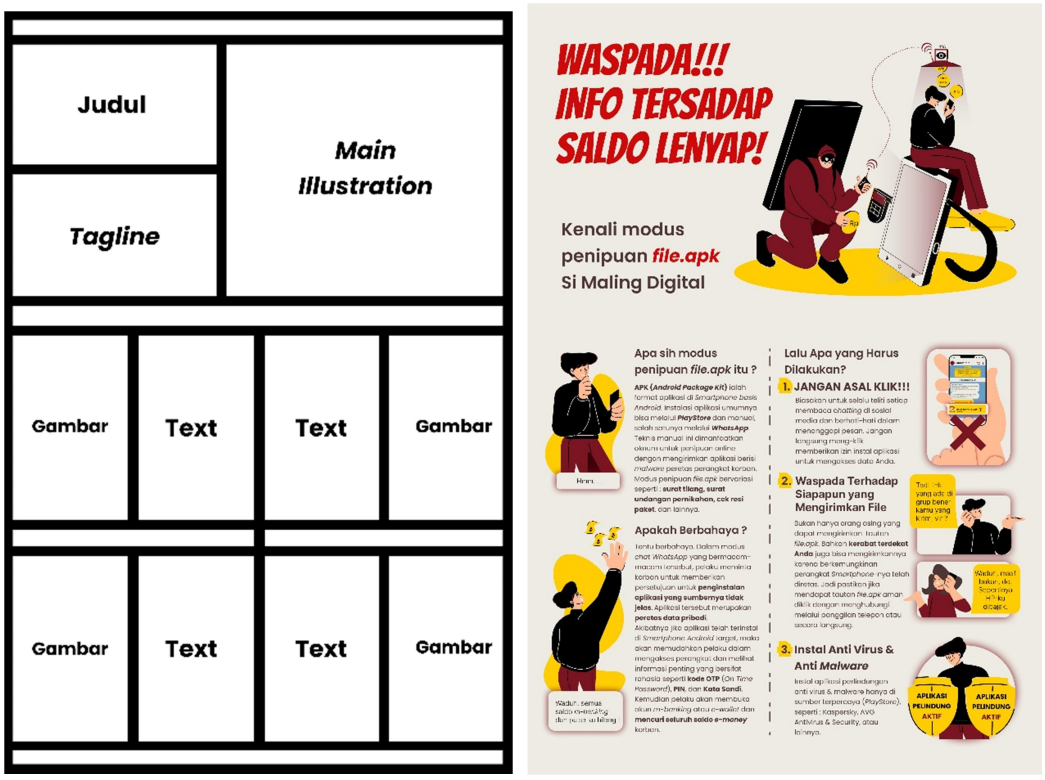
1. ***Font* Bangers**; digunakan untuk Judul/*Headline* 230pt.

Gambar 2. *Font Bangers*

2. ***Font* Poppins**; digunakan untuk *Tagline* 94pt, *sub headline 58pt* dan *bodytext* 36pt



Gambar 3. *Font* Poppins



Gambar 4. *Layout* dan *Final Media*

Uji Kelayakan Karya

Uji kelayakan pada perancangan kampanye sosial pencegahan fenomena penipuan *file.apk* merupakan langkah terakhir dari metode yang diterapkan perancang yakni *design thinking*. Adanya uji kelayakan ini untuk menilai media fungsional dari segi *layout*, warna, tingkat keterbacaan dan keseluruhan. Uji kelayakan dilakukan kepada 22 orang yang terdiri dari mahasiswa, mahasiswa desain komunikasi visual, desainer grafis, karyawan, dan umum dengan memperlihatkan desain poster infografis menggunakan *link googleform* kepada responden yang dituju dengan indikator penilaian sebagai berikut :

1. Apakah penyampaian informasi memiliki keterbacaan yang jelas
2. Apakah media menarik untuk dilihat
3. Apakah media telah memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami
4. Jika audiens berada diruang publik, apakah akan tertarik untuk melihat dan membaca media
5. Apakah audiens dapat mengingat dengan jelas informasi yang disampaikan dari media

No	Responden	Indikator Penilaian	Skala				Total Responden
			Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Sangat Kurang	
1.	Mahasiswa	1	✓✓✓✓	✓✓			6
		2	✓✓✓✓✓	✓			
		3	✓✓✓✓✓	✓			
		4	✓✓✓✓✓✓				
		5	✓✓✓✓✓	✓			
2.	Mahasiswa DKV	1	✓✓✓✓✓	✓			6
		2	✓✓✓✓✓	✓			
		3	✓✓✓✓✓	✓			
		4	✓✓✓✓	✓✓			
		5	✓✓✓✓	✓✓			
3.	Desainer Grafis	1	✓✓	✓			3
		2	✓✓	✓			
		3	✓✓	✓			
		4	✓✓✓				
		5	✓	✓✓			
4.	Karyawan	1	✓✓✓	✓✓			5
		2	✓✓✓	✓✓			
		3	✓✓✓✓		✓		
		4	✓✓✓✓	✓			
		5	✓✓	✓✓	✓		
5.	Freelancer	1	✓	✓			2
		2	✓	✓			
		3	✓✓				
		4	✓	✓			
		5		✓✓			

Berdasarkan hasil uji kelayakan Kampanye Sosial Pencegahan Fenomena Penipuan *File.APK* dalam bentuk poster infografis pada tabel diatas didapati bahwa pemahaman terhadap media secara keseluruhan mengarah pada respon baik dan sangat baik. Selain itu sudah bisa dipahami dari segi *tagline*, tipografi, *layout*, visualisasi menarik, warna, tingkat

keterbacaan, dan keseluruhan sudah dapat diterima dengan baik oleh responden. Sehingga dari hasil tersebut media sudah dapat dipublikasikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui bagian akhir dari perancangan media ini, perancang memaparkan hal positif dari kesimpulan yang didasarkan pada temuan hasil penelitian. Berdasarkan hasil perancangan Kampanye Sosial Fenomena Penipuan *File.APK* yang melibatkan poster infografis sebagai alat utama penyebaran informasinya semoga dapat membantu masyarakat Indonesia lebih waspada terhadap fenomena penipuan yang marak setiap tahunnya dengan berbagai modus, khususnya penipuan *file.apk*.

DAFTAR REFERENSI

Arifah, Dista Amalia. 2011. *Kasus Cybercrime di Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi UNISSULA.

Detik News. 20 Januari 2023. *Terbongkar Penipuan APK Link Ilegal Bikin Rugi Belasan Miliar*. Diunduh dari : https://news.detik.com/berita/d-6525230/terbongkar-penipuan-apk-link-ilegal-bikin-rugi-belasan-miliar. Diakses pada 13 Maret 2023.

Fariyanto, F., Suaidah, Faruk U. 2021. *Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus : Kampung Kuripan)*. Jurnal Sistem Informasi Universitas Teknokrat Indonesia.