



## Kuasa Simbolik dan Simulakra dalam Praktik Penipuan melalui Teks Pesan WhatsApp

Nur Iman<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia, [nuriman023@gmail.com](mailto:nuriman023@gmail.com)

\*Corresponding Author: [nuriman023@gmail.com](mailto:nuriman023@gmail.com)

**Abstract:** This study analyzes digital fraud communication strategies exploiting state institution identity, particularly the Directorate General of Customs and Excise of Indonesia, via WhatsApp. Employing a qualitative, critical paradigm, it deconstructs how sign structures (logos, formal language, official names, templates, legal terms, deadlines, threats) are manipulated to create false authority. Saussurean semiotics analysis dissects meaning construction, while Baudrillard's simulacra and Bourdieu's symbolic power explain simulated reality formation and symbolic domination. Findings from 414 samples show perpetrators engineer trust via misused visuals and verbs, forming a false reality perceived as more real. This fraud is not merely financial but a communication distortion reproducing symbolic power digitally, subjugating victims through psychological manipulation. The study emphasizes comprehensive digital literacy to recognize symbolic manipulation and proactive government communication strategies to erode public trust in false authority simulacra.

**Keywords:** Digital Fraud, Simulacra, Symbolic Power, Semiotics, WhatsApp

**Abstrak:** Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi penipuan digital yang menyalahgunakan identitas institusi negara, khususnya Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, melalui pesan WhatsApp. Dengan pendekatan kualitatif dan paradigma kritis, studi ini membongkar manipulasi struktur tanda (logo, bahasa formal, nama pejabat, templat resmi, istilah hukum, batas waktu, ancaman) yang menciptakan ilusi otoritas palsu. Analisis semiotika Saussure membedah konstruksi makna, sedangkan konsep simulakra Baudrillard dan kuasa simbolik Bourdieu menjelaskan pembentukan realitas semu dan dominasi simbolik. Temuan dari 414 sampel menunjukkan pelaku merekayasa kepercayaan melalui visual dan verbal, membentuk realitas palsu yang dianggap lebih nyata dari kenyataan. Penipuan ini bukan hanya kejahatan finansial, melainkan distorsi komunikasi yang mereproduksi kuasa simbolik di ruang digital, menundukkan korban melalui manipulasi psikologis. Studi ini menekankan pentingnya literasi digital komprehensif untuk mengenali manipulasi simbol, serta perlunya strategi komunikasi proaktif pemerintah mengikis kepercayaan publik terhadap simulakra otoritas palsu.

**Kata Kunci:** Penipuan Digital, Simulakra, Kuasa Simbolik, Semiotika, WhatsApp

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah secara fundamental mengubah cara individu berinteraksi dan mengakses informasi. Transformasi ini mempermudah akses masyarakat terhadap informasi cepat dan akurat, sekaligus membuka kanal baru bagi pemerintah untuk menyosialisasikan kebijakan melalui media digital. Efektivitas penggunaan media sosial pemerintah dalam diseminasi informasi sangat bergantung pada bagaimana warga negara mempersepsikan manfaat, kemudahan, dan pengalaman positif saat berinteraksi dengan platform tersebut (Ting et al., 2024). Pentingnya pemanfaatan teknologi komunikasi terbaru, termasuk platform digital, oleh pemerintah untuk mengedukasi masyarakat secara efektif juga ditekankan oleh Chuah et al. (2024). Lebih lanjut, layanan *e-government* turut meningkatkan transparansi dengan mengungkap informasi publik, proses pengambilan keputusan, dan kinerja pemerintah, yang pada gilirannya mendorong persepsi positif di kalangan masyarakat (Nguyen et al., 2024). Namun, kemudahan akses ini turut membawa tantangan baru, terutama dalam bentuk kejahatan siber. Penipuan daring menjadi modus kejahatan yang semakin merajalela, termasuk di Indonesia (Rahmadani et al., 2025). Salah satu strategi kejahatan siber yang umum adalah mengeksplorasi informasi pemerintah dan peristiwa terkini melalui media digital untuk menciptakan skema penipuan yang tampak meyakinkan (Al-Qahtani & Cresci, 2022). Platform seperti WhatsApp dan media sosial seringkali menjadi medium utama penyebaran informasi palsu, termasuk penipuan yang menyamar sebagai lembaga resmi pemerintah. Internet dan telepon saat ini menjadi dua media utama yang digunakan dalam serangan penipuan (Al-Qahtani & Cresci, 2022).

Data dari Kementerian Komunikasi dan Digital mencatat adanya 405.000 laporan penipuan transaksi *online* dari tahun 2017 hingga 2024 (Sucipto, 2024). Angka ini didukung oleh laporan Badan Siber dan Sandi Negara (2024) yang menerima 1.467 aduan terkait *cybercrime*. Salah satu modus penipuan yang marak di Indonesia adalah penipuan barang kiriman impor tertahan yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Pelaku seringkali mengirim pesan melalui WhatsApp yang menyerupai komunikasi resmi Bea Cukai, lengkap dengan logo, bahasa formal, dan klaim jabatan fiktif. Korban diinformasikan bahwa mereka memiliki barang tertahan dan diminta membayar sejumlah uang untuk membebaskan paket kiriman impor tersebut. Jika menolak, korban diancam dengan sanksi hukum (beacukai.go.id, 2024). Dalam salah satu laporan yang diterima Bea Cukai, korban mengaku telah mengirim sejumlah uang karena meyakini sedang berurusan langsung dengan institusi resmi setelah menerima pesan peringatan denda dan menghubungi nomor yang tertera. Tingginya angka pengaduan serta interaksi korban dalam bentuk balasan pesan, pertanyaan balik, dan pengiriman uang menunjukkan bahwa simulasi otoritas dalam pesan tersebut berhasil menciptakan hiperrealitas, membuat korban mempercayai pesan sebagai kenyataan meskipun berasal dari sumber yang tidak sah. Sepanjang tahun 2024, tercatat 5.939 laporan penipuan yang mengatasnamakan Bea Cukai, meningkat 28,72% dari tahun sebelumnya (beacukai.go.id, 2025).

Fenomena penipuan ini dapat dianalisis melalui lensa teori semiotika Ferdinand de Saussure, konsep simulakra dan hiperrealitas dari Jean Baudrillard, serta teori kuasa simbolik Pierre Bourdieu. Semiotika Saussure menjelaskan bahwa makna dibentuk dari relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) (Cook, 1992). Dalam penipuan ini, simbol seperti logo dan bahasa formal berfungsi sebagai penanda, sementara makna otoritas yang diasosiasikan menjadi petanda. Namun, dalam konteks simulakra, hubungan ini terdistorsi; simbol tidak lagi merujuk pada makna asli, melainkan menciptakan realitas semu yang dipercayai korban. Jean Baudrillard (1994) menjelaskan bahwa simulakra merujuk pada representasi yang tidak lagi merepresentasikan realitas asli karena realitas tersebut telah menghilang atau tidak pernah ada. Simulakra didefinisikan sebagai salinan tanpa adanya orisinal, tahapan citra tidak memiliki hubungan dengan realitas apa pun dan menjadi murni

simulakrumnya sendiri (Baudrillard, 1994). Distorsi realitas pada akhirnya menciptakan realitas barunya sendiri yang sulit dibedakan dari realitas aslinya. Dalam konteks filsafat, Baudrillard (1994) mengungkapkan bahwa simulasi tidak lagi berkaitan dengan tempat, referensi nyata, atau substansi, melainkan diciptakan oleh model-model yang membentuk realitas tanpa asal-usul, yang disebut hiperrealitas. Ia menjelaskan bahwa kini, wilayah tidak lagi muncul sebelum peta atau tetap ada setelahnya; justru, peta yang lebih dulu hadir dan menentukan wilayah itulah yang disebut Baudrillard (1994) sebagai presesi simulakra. Dalam konteks penipuan, simbol otoritas seperti logo Bea Cukai, bahasa resmi, dan format pesan menciptakan ilusi yang dipercaya korban, mengaburkan batas antara kenyataan dan tiruan. Teknologi komunikasi menciptakan dunia media yang sejajar dengan realitas, memutus hubungan antara tanda dan makna (Eller, 2023; Morris, 2021). Jean Baudrillard (1994) juga menyebutkan konsep hiperrealitas, yaitu suatu kondisi berupa simulasi realitas menjadi lebih nyata daripada realitas itu sendiri, dan referensi ke realitas yang asli telah hilang.

Lebih lanjut, kuasa simbolik dari Pierre Bourdieu (1991) menjelaskan bagaimana simbol-simbol otoritas dalam pesan penipuan menciptakan dominasi dan kepercayaan. Kuasa simbolik bekerja ketika individu secara tidak sadar tunduk pada simbol yang dianggap sah (Minogue, 1992). Bourdieu (1991) menyatakan bahwa kuasa simbolik adalah kekuasaan yang ‘tidak terlihat’ yang ‘salah dikenali’ sebagai kekuasaan dan dengan demikian ‘diakui’ secara sah. Dalam konteks linguistik, Bourdieu (1991) menjelaskan bahwa semua praktik linguistik diukur terhadap praktik-praktik yang dianggap sah, yaitu praktik-praktik dari mereka yang dominan. Beragam perangkat simbolik seperti jubah, wig, bahasa ritual, dan rujukan hormat dalam situasi resmi merupakan bagian dari kuasa simbolik dalam membuktikan suatu otoritas institusi. Bourdieu (1991) menekankan bahwa kuasa simbolik tidak dapat dipisahkan dari simbol-simbol kekuasaan. Dalam konteks penipuan Bea Cukai, penggunaan simbol resmi, bahasa, dan struktur pesan menciptakan persepsi legitimasi di mata korban. Penggunaan simbol otoritas dalam pesan penipuan mampu menciptakan kepercayaan pada korban karena struktur tanda yang digunakan, seperti logo, bahasa formal, dan elemen visual lainnya, membentuk ilusi keaslian yang sulit dibedakan dari realitas. Dalam komunikasi digital, Harracá et al. (2023) menjelaskan bagaimana kode dalam platform digital memiliki kekuatan simbolik yang besar, di mana aktor yang mengelola kode dapat meningkatkan ‘pemaksaan simbolik’ dan memaksakan definisi serta norma tertentu. Poleac (2023) menambahkan bahwa media sosial menciptakan batas antara realitas dan representasi menjadi kabur. Pelaku penipuan mengeksplorasi kuasa simbolik dengan menciptakan identitas palsu melalui bahasa, logo, dan atribut visual, untuk membangun legitimasi dan otoritas yang meyakinkan. Ini menunjukkan keterkaitan antara simulakra yang menciptakan legitimasi simbol otoritas dalam kuasa simbolik.

Meskipun pendekatan semiotika Saussure bersifat strukturalis, yang mengasumsikan bahwa makna dibentuk dalam sistem tanda yang tetap dan memiliki relasi penanda-petanda (Cook, 1992), pendekatan ini tetap relevan sebagai alat awal untuk mengurai struktur dasar dalam teks penipuan. Saussure memandang bahwa sistem bahasa bekerja melalui hubungan diferensial antartanda, dan makna muncul dari posisi suatu tanda dalam jaringan relasi, bukan dari referensi langsung pada realitas (Cook, 1992; Jorgensen & Phillips, 2002). Saussure juga mengklasifikasikan bahasa ke dalam dua level utama, yaitu *langue* (sistem bahasa abstrak yang bersifat struktural, stabil, dan kolektif) dan *parole* (penggunaan aktual bahasa oleh individu dalam situasi tertentu, yang bersifat fisik, unik, dan dinamis) (Jorgensen & Phillips, 2002). Dalam konteks penipuan Bea Cukai, simbol seperti logo, nama instansi, dan bahasa formal bertindak sebagai penanda, sedangkan makna otoritas dan kepercayaan yang terasosiasi dengan simbol tersebut menjadi petanda. Namun, untuk memahami bagaimana struktur ini menciptakan realitas yang menyimpang (simulakra), diperlukan pendekatan pascastrukturalis seperti yang dikemukakan oleh Baudrillard (1994), yang berargumen bahwa dalam era

simulasi, tanda tidak lagi merujuk pada realitas objektif, tetapi justru merujuk pada tanda-tanda lain, sehingga menciptakan hiperrealitas, yaitu sebuah realitas yang tampak lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri (Baudrillard, 1994; Morris, 2021). Karena itu, semiotika Saussure digunakan untuk membedah konstruksi makna dalam teks penipuan, sedangkan teori simulakra Baudrillard (1994) berguna untuk menjelaskan bagaimana tanda-tanda tersebut kemudian membentuk realitas semu yang diyakini sebagai kebenaran oleh korban. Baudrillard (1994) mengklasifikasikan simulakra dalam tiga tahap: (1) simulasi natural, didasarkan pada imitasi alam; (2) simulasi produktif, didasarkan pada energi dan sistem produksi; dan (3) simulakra simulasi, didasarkan pada informasi, model, dan kontrol total, sehingga hiperrealitas muncul. Dalam konteks komunikasi digital, Eller (2023) bahkan menggagas istilah “informulacra” untuk produk simulakra dalam informasi, seperti berita palsu. Morris (2021) menambahkan bahwa era digital mempercepat dan memperluas penyebaran informasi palsu.

Sebagian besar penelitian tentang penipuan digital masih didominasi oleh pendekatan hukum, keamanan siber, atau psikologi korban. Penelitian ini menawarkan kebaruan konseptual dan metodologis dengan mengeksplorasi struktur tanda dalam pesan penipuan menggunakan kerangka semiotika Ferdinand de Saussure, konsep simulakra dari Jean Baudrillard, dan teori kuasa simbolik Pierre Bourdieu. Sementara simulakra umumnya digunakan dalam studi pengaruh media massa dan komunikasi pemasaran, penelitian ini memperluas aplikasinya ke ranah penipuan digital, sebuah konteks yang belum banyak disentuh dari perspektif konstruksi hiperrealitas dan manipulasi tanda. Demikian pula, teori kuasa simbolik Bourdieu selama ini lebih lazim diterapkan dalam studi pendidikan, kebijakan publik, atau ketimpangan kelas sosial. Penelitian ini membawa teori tersebut ke ranah komunikasi penipuan digital, untuk mengurai bagaimana simbol institusi negara disalahgunakan guna membangun legitimasi palsu dan menundukkan korban melalui dominasi simbolik. Melalui kombinasi pendekatan ini, penelitian ini berupaya memahami bagaimana tanda-tanda manipulatif dalam pesan penipuan tidak hanya membentuk realitas semu, tetapi juga menciptakan efek kuasa yang membuat penerima pesan merasa tunduk dan percaya pada otoritas palsu.

Penelitian ini berangkat dari permasalahan mengenai bagaimana simbol otoritas dalam pesan penipuan mampu menciptakan kepercayaan pada korban. Struktur tanda yang digunakan dalam pesan penipuan, seperti logo, bahasa formal, dan elemen visual lainnya, menciptakan ilusi keaslian yang sulit dibedakan dari realitas. Masalah yang muncul adalah bagaimana struktur tanda ini menciptakan simulakra yang membuat korban menerima simbol palsu sebagai realitas, serta bagaimana kuasa simbolik yang muncul dari penggunaan simbol otoritas menciptakan legitimasi pesan, bahkan ketika pesan tersebut bersifat manipulatif. Kasus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai di WhatsApp menunjukkan bagaimana simbol otoritas dapat menciptakan realitas semu melalui mekanisme simulakra dan kuasa simbolik. Berkaitan dengan hal tersebut, penulis ingin mengungkap bagaimana struktur tanda berdasarkan semiotika Saussure dalam teks pesan WhatsApp penipuan mengatasnamakan Bea Cukai menciptakan manipulasi simulakra yang tidak hanya menghasilkan realitas semu, tetapi juga memperkuat otoritas palsu melalui mekanisme kuasa simbolik.

Masalah utama yang dikaji adalah bagaimana struktur tanda seperti logo, bahasa formal, dan elemen visual lainnya membentuk simulakra yang membuat korban menerima simbol palsu sebagai kenyataan, serta bagaimana kuasa simbolik yang melekat pada simbol otoritas mampu memberi legitimasi pada pesan yang manipulatif. Kasus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai di WhatsApp menjadi contoh nyata bagaimana simbol otoritas dimanfaatkan untuk membangun realitas semu. Dengan dasar pertimbangan tersebut, studi ini memiliki tujuan untuk menganalisis struktur tanda dalam pesan penipuan mengatasnamakan Bea Cukai yang menciptakan simulakra, serta mengidentifikasi bagaimana kuasa simbolik memperkuat kepercayaan terhadap simbol palsu di kalangan korban, dengan menggunakan pendekatan

semiotika Saussure. Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu menyajikan wawasan mendalam tentang bagaimana tanda-tanda manipulatif dalam pesan penipuan bekerja menciptakan realitas semu dan dominasi simbolik dalam konteks penipuan digital.

## METODE

Studi ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis, bertujuan membongkar praktik kuasa simbolik melalui struktur tanda dalam pesan penipuan bermodus pengiriman barang dari luar negeri yang mengatasnamakan Bea Cukai di WhatsApp. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman makna simbolik dan ideologis yang dikonstruksi pelaku, dengan fokus pada kekuasaan, ketimpangan, dan manipulasi representasi (Creswell & Creswell, 2023; Leavy, 2022). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memahami konstruksi makna, tetapi juga mengungkap relasi kuasa di balik simbol-simbol otoritas seperti logo institusi, bahasa formal, dan ancaman hukum, yang berfungsi sebagai dominasi simbolik untuk menundukkan korban. Pelaku penipuan dapat memanfaatkan kuasa simbolik ini dengan menciptakan identitas palsu dan menggunakan simbol resmi seperti logo dan bahasa formal untuk membangun legitimasi dan otoritas yang memperdaya korban, sebagaimana terlihat dalam penipuan yang mengatasnamakan Bea Cukai (Harracá et al., 2023).

Data diperoleh melalui teknik dokumentasi dengan metode *purposive sampling* terhadap sejumlah pesan penipuan melalui platform WhatsApp sepanjang 2024–2025. Jumlah pesan yang dianalisis mempertimbangkan aksesibilitas data yang sudah terverifikasi sebagai laporan resmi masyarakat kepada pusat layanan informasi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai dengan kriteria pesan mengandung tanda visual dan linguistik khas mengatasnamakan otoritas resmi Bea Cukai. WhatsApp dipilih karena sifatnya privat dan tertutup menciptakan kepercayaan yang lebih tinggi dari pengguna terhadap informasi yang diterima (Zarouali et al., 2021). Selain itu, data dari Patroli Siber menunjukkan bahwa mayoritas laporan kasus penipuan terjadi melalui pesan WhatsApp, yang memperkuat relevansi platform ini sebagai fokus penelitian (Utami et al., 2021). Fokus analisis diarahkan pada konstruksi tanda dan simulasi otoritas dalam pesan tersebut, khususnya bagaimana simbol dan struktur bahasa digunakan untuk membentuk ilusi legitimasi dan memanipulasi kepercayaan publik. Isu utama yang dikaji adalah fenomena penipuan digital yang menyalahgunakan identitas institusi negara, dalam hal ini Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis teks kualitatif, yang melibatkan proses pengarsipan dan pengorganisasian data berupa pesan-pesan penipuan dalam bentuk tangkapan layar (*screenshot*), transkrip teks, serta konteks penyebarluasan pesan. Leavy (2022) menjelaskan bahwa analisis dokumen adalah metode sistematis untuk menyelidiki teks yang terdokumentasi, digunakan oleh peneliti kualitatif untuk memahami makna yang beredar dalam teks, seperti dalam media. Untuk memperkuat data, peneliti juga menggunakan dokumen pendukung berupa dokumentasi artikel berita yang membahas modus penipuan terkait Bea Cukai sebagai data pembanding informasi valid dari otoritas resmi, dan dokumentasi konten sosialisasi resmi dari Bea Cukai mengenai edukasi penipuan sebagai data pembanding informasi valid dari otoritas resmi. Leavy (2022) menekankan pentingnya pertimbangan yang cermat dalam pengambilan sampel konten atau pemilihan teks yang akan dianalisis, seperti jenis teks, kriteria teks, berapa banyak yang digunakan, dan periode waktunya. Dalam hal ini, sampel teks yang dianalisis terdiri dari kriteria sebagai berikut: (1) pesan mengatasnamakan institusi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai; (2) pesan menggunakan format komunikasi formal yang menyerupai komunikasi resmi dari Bea Cukai; (3) pesan mencantumkan profil pejabat atau simbol resmi seperti logo yang berkaitan dengan institusi Bea Cukai; dan (4) pesan memuat ajakan, instruksi, atau ancaman yang berkaitan dengan permintaan pembayaran atau pengiriman barang.

Meskipun berfokus pada data kualitatif, protokol dapat digunakan sebagai instrumen

untuk mencatat dan mengumpulkan data secara sistematis dari dokumen (Creswell & Creswell, 2023). Proses pengkodean kemudian memberikan label pada unit-unit analisis berdasarkan tema, pola, atau kategori yang relevan dengan pertanyaan penelitian (Leavy, 2022). Strategi pengkodean ini harus selaras dengan tujuan penelitian (Leavy, 2022). Instrumen pengumpulan data pada studi ini berupa lembar koding berbasis analisis semiotika Saussure, yang mencakup aspek-aspek penanda (*signifier*), petanda (*signified*), arbitraritas, sintagmatik dan paradigmatis, sinkronis dan diakronis, langue dan parole (Cook, 1992; Jorgensen & Phillips, 2002). Kemudian, mengungkap dimensi realitas semu dan legitimasi palsu melalui kerangka simulakra dari Baudrillard (1994) dan kuasa simbolik dari Bourdieu (1991).

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengikuti model kualitatif Miles et al. (2014), yang menyebutkan ada tiga tahapan utama dalam proses analisis, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Pada tahap awal kondensasi data, peneliti melakukan seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan transformasi data yang berupa teks pesan penipuan melalui WhatsApp. Kedua, data disajikan dalam tabel atau lembar koding yang mengategorikan unsur-unsur semiotika Saussure untuk mempermudah interpretasi dan pengamatan pola. Ketiga, penarikan dan verifikasi kesimpulan melibatkan interpretasi makna dalam sistem tanda pelaku, menghubungkan analisis dengan teori simulakra Baudrillard (1994) untuk realitas semu, kuasa simbolik Bourdieu (1991) untuk legitimasi palsu institusi negara, dan interpretasi keseluruhan semiotika Saussure tentang narasi penipuan. Miles et al. (2014) menekankan bahwa ketiga tahapan ini saling terkait dan berlangsung simultan.

Validasi data dilakukan melalui triangulasi antarteks, yakni membandingkan beberapa pesan penipuan untuk melihat konsistensi pola tanda dan makna (Miles et al., 2014), serta menggunakan validasi teori, yaitu mencocokkan temuan yang diperoleh dengan teori semiotika Saussure, konsep simulakra Baudrillard, serta kuasa simbolik Bourdieu. Upaya validasi ini juga diperkuat dengan meninjau konteks pelaporan pesan oleh masyarakat ke Direktorat Jenderal Bea dan Cukai sepanjang 2024-2025. Hal ini dilakukan untuk memastikan keabsahan data yang dianalisis representatif terhadap modus penipuan yang beredar dalam periode tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Temuan dalam penelitian ini berasal dari hasil analisis terhadap 414 sampel pesan WhatsApp yang dikirim oleh akun-akun penipu yang mengatasnamakan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai pada periode Januari 2024 hingga 10 April 2025. Pesan-pesan diperoleh dari tangkapan layar aduan korban di layanan informasi Bea Cukai terkait modus barang kiriman impor. Dari hasil analisis terhadap ratusan pesan tersebut, ditemukan pola yang berulang, baik dalam bentuk visual maupun struktur bahasa. Pola-pola tersebut kemudian dikelompokkan menjadi beberapa elemen kunci sebagai berikut.

### **Foto Profil Berseragam Dinas atau Logo Instansi**

Sebagian besar akun penipu menggunakan foto pria berseragam Bea Cukai atau logo instansi, ditemukan pada lebih dari separuh sampel. Pola ini menciptakan persepsi awal afiliasi otoritas resmi. Pola ini digunakan untuk menciptakan persepsi awal bahwa akun tersebut berasal dari sumber yang berafiliasi dengan otoritas resmi. Visual ini tidak memiliki hubungan alamiah, tetapi karena hubungan ini bersifat konvensional dan telah tertanam dalam kesadaran sosial, penipu mengeksploitasi arbitraritas untuk membangun asosiasi palsu antara gambar dan otoritas yang sah. Secara sintagmatik, visual ini tersusun bersama elemen teks informasi palsu lainnya untuk memperkuat narasi. Penempatan foto profil sebagai “gerbang” awal komunikasi secara sintagmatik mempersiapkan penerima terhadap narasi berikutnya dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, mengesankan bahwa seluruh pesan berasal dari sumber kredibel. Secara paradigmatis, visual ini dapat diganti dengan simbol otoritas lain. Pilihan spesifik untuk menggunakan seragam Bea Cukai, menunjukkan strategi penipu untuk menargetkan korban dengan modus yang sangat spesifik (barang kiriman impor)

dan memanfaatkan ketidaktahuan prosedur kepabeanan dan relevansi sinkronisnya dengan transaksi *online* internasional. Penggunaan tanda-tanda ini bersifat sinkronis, meniru atribut seragam atau logo yang berlaku saat ini. Penipu memanfaatkan kondisi sosial aktual ini untuk menciptakan konteks yang meyakinkan.

Fenomena ini juga dapat dilihat dari perspektif *langue* dan *parole*. Secara *langue* konsep seragam atau logo dipahami sebagai simbol otoritas secara kolektif dalam masyarakat, sedangkan secara *parole* wujud aktual pemakaian tanda diwujudkan dalam penggunaan visual figur berseragam atau logo di profil WhatsApp.



Sumber: Direktorat Jenderal Bea dan Cukai

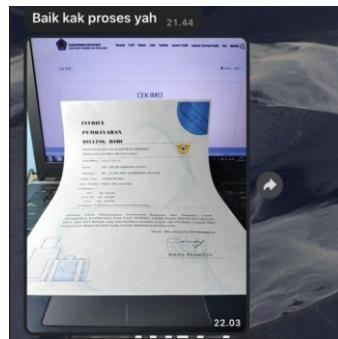
**Gambar 1. Visual Foto profil WhatsApp menampilkan seseorang dengan seragam dinas Bea Cukai disertai logo institusi**

### **Penggunaan Nama Pejabat Nyata**

Sebagian besar pesan menampilkan nama-nama pejabat Bea Cukai, terutama pada jenjang eselon dua atau satu. Nama-nama tersebut digunakan pada profil atau disebut dalam pembukaan pesan. Nama-nama ini cenderung dipilih karena mudah diverifikasi melalui pencarian internet, sehingga menciptakan efek legitimasi palsu. Strategi ini memanfaatkan kepercayaan publik terhadap struktur birokrasi. Ini merupakan bentuk arbitraritas karena tidak ada hubungan alamiah antara nama pejabat di profil WhatsApp dengan otoritas yang sebenarnya maupun pemilik nama sesungguhnya. Nama ini disandingkan dengan teks informasi palsu lainnya. Perubahan nama dapat mengubah pemaknaan dan pengaruh otoritas yang ingin ditimbulkan. Secara sinkronis, nama yang digunakan terafiliasi dengan otoritas resmi saat ini. *Langue* dalam konteks ini adalah konsep nama pejabat sebagai simbol otoritas, sedangkan *parole* adalah penggunaannya secara aktual dalam pesan penipuan.

### **Templat Surat Resmi Institusi**

Terdapat pola pesan yang menyertakan gambar atau lampiran yang menyerupai surat resmi institusi. Surat tersebut biasanya memiliki kop instansi, logo, tanda tangan, dan format administrasi yang umum dikenal oleh masyarakat. Keberadaan surat ini memperkuat kesan formal dan menciptakan narasi bahwa korban sedang menghadapi prosedur hukum atau perpajakan yang nyata. Penggunaan templat surat resmi yang dikirimkan melalui *chat* WhatsApp berfungsi sebagai simbol otoritas resmi. Tidak ada hubungan alamiah antara format surat resmi tersebut dengan makna otoritas, menunjukkan arbitraritasnya. Format ini juga tersusun bersama elemen teks informasi palsu. Perubahan format surat resmi institusi lain dapat mengubah pemaknaan dan pengaruh otoritas. Penggunaan format ini bersifat sinkronis dengan format yang terafiliasi dengan simbol otoritas resmi saat ini. Konsep surat resmi sebagai simbol otoritas dan administratif adalah *langue*, sedangkan wujud aktual pemakaian tanda dalam format surat resmi adalah *parole*.



Sumber: Direktorat Jenderal Bea dan Cukai

**Gambar 2. Visual templat surat resmi palsu mengatasnamakan institusi**

### Teks Pembukaan Formal

Mayoritas pesan menggunakan pembukaan yang sangat formal, menyebutkan nama pengirim beserta instansi secara langsung. Struktur ini disusun dengan cara yang menyerupai komunikasi dari institusi resmi. Dalam pola ini, kredibilitas dibangun sejak kalimat pertama, yang menjadi landasan penting untuk menciptakan rasa percaya. Pembukaan pesan yang memperkenalkan diri dengan mengatasnamakan pejabat dan menyebutkan nama instansi bertujuan untuk menegaskan figur otoritas dan legitimasi institusi. Peletakan ini di awal percakapan dimaksudkan untuk memperkuat efek performatif dari bahasa memberi penekanan otoritas yang sah dan mendapatkan perhatian serius dari penerima pesan. Bahasa resmi yang digunakan dimaknai sebagai otoritas resmi dalam konteks saat ini, mencerminkan *langue* konsep nama pejabat dan nama institusi sebagai simbol otoritas, dan *parole* berupa wujud aktual pemakaian tanda.

### Istilah Teknis Perpajakan dan Hukum

Terdapat pola pesan yang mencantumkan istilah teknis perpajakan dan ketentuan hukum. Istilah-istilah ini dipilih secara spesifik untuk menciptakan kesan bahwa korban telah melanggar aturan serius dan berpotensi terkena sanksi berat. Frasa seperti “Barang Anda ditahan pihak Bea Cukai karena tidak disertai surat PPN” menggunakan bahasa formal dan istilah teknis perpajakan. Subjek “Anda” ditempatkan di awal kalimat untuk membebankan tanggung jawab personal, menciptakan tekanan psikologis bahwa penerima pesan bermasalah dengan otoritas resmi. Narasi penahanan barang secara fiktif dikonstruksi seolah nyata menggunakan bahasa formal dan istilah teknis perpajakan, membingkai pesan agar dianggap otoritas yang sah. Hubungan antara istilah-istilah ini dan konteks penipuan adalah arbitrer tidak alamiah. Arbitrariitas ini dimanfaatkan untuk menciptakan ilusi otoritas, karena penerima pesan mengasosiasikan istilah-istilah ini dengan prosedur hukum yang sah.

Ancaman hukum juga dikonstruksi melalui narasi seperti “...berarti ini melanggar undang-undang KUHP pasal 102 UU keabeanan menyatakan seseorang dipidana karena melakukan penyelundupan atau pembelian di bidang impor dengan pidana penjara paling singkat 5 tahun dan pidana penjara paling lama 10 tahun dan pidana denda 150 juta...”. Struktur kalimat ini menjelaskan bentuk pelanggaran sebagai penyebab berurusan dengan hukum, diikuti konsekuensi pelanggaran. Struktur sintagmatik ini secara progresif meningkatkan tekanan psikologis, membawa korban dari “masalah” ke “ancaman pidana serius,” dan pada akhirnya ke “solusi” yang ditawarkan oleh penipu. Diksi seperti “melanggar”, “pidana penjara”, “penyelundupan”, atau “denda 150 juta” menunjukkan niat intimidatif menambah beban psikologis terhadap penerima pesan. Penggunaan istilah hukum yang kompleks memberi ilusi kekuasaan yang sah dan menjadi alat dominasi simbolik untuk membuat penerima pesan merasa bersalah, takut, dan tunduk. Secara paradigmatis istilah

hukum teknis perpajakan dan hukum lebih efektif dalam menciptakan efek ketakutan dan legitimasi dibandingkan istilah lain menunjukkan kecermatan penipu dalam memilih penanda yang paling berdampak.

### **Batas Waktu dan Ancaman Jalur Hukum**

Sebagian besar pesan mengandung unsur urgensi tekanan waktu, berupa batas waktu untuk merespons. Frasa tekanan dan urgensi sangat dominan, seperti “Harap konfirmasi untuk kelanjutannya Sebelum diproses lebih lanjut Dalam jangka 20 menit belum dikonfirmasi maka kasusnya dilanjutkan ke jalur hukum. Terima kasih”. Disusun menyerupai prosedur resmi, narasi ini menekan korban untuk segera merespons dan menunjukkan simbol tekanan psikologis yang mencerminkan kekuasaan institusional. Frasa ini menjadi bagian dari taktik pelaku agar tunduk dan menghambat korban melakukan verifikasi. Tekanan waktu biasanya disusul dengan pernyataan bahwa jika tidak ditindaklanjuti, maka akan diproses ke jalur hukum. Secara sintagmatik, penempatan ancaman di bagian akhir pesan berfungsi sebagai “pukulan terakhir” yang mendorong korban untuk bertindak cepat. Ini adalah klimaks dari struktur narasi yang dirancang untuk memanipulasi. Penipu memilih ancaman hukum yang paling menakutkan dan relevan dengan “penyelundupan” (misalnya, penjara, denda besar) alih-alih konsekuensi lain yang kurang parah. Secara paradigmatis adalah pilihan yang paling efektif untuk menakut-nakuti korban yang langsung mengasosiasikan korban dengan aktivitas kriminal serius, memaksa mereka untuk mencari “solusi” yang ditawarkan.

### **Ancaman Personal yang Invasif**

Terdapat pola pesan mengandung ancaman yang sangat personal, misalnya menyatakan bahwa “alamat sudah diketahui”, “nomor sudah dilacak”, “surat penangkapan”, “ditindaklanjuti ranah hukum” dan “akan dilakukan penjemputan”. Pesan seperti ini bertujuan menciptakan rasa takut yang mendalam dan menekan korban secara emosional agar segera mengikuti instruksi pelaku. secara kolektif menciptakan rasa takut dan urgensi. Ini adalah penanda otoritas yang dipalsukan untuk menekan korban agar segera merespons. Pelaku membangun narasi ancaman yang berurutan: ancaman penangkapan, pilihan “kekeluargaan atau hukum”, dan penekanan bahwa sudah ada pelacakan, dan ajakan menelepon kembali. Frasa-frasa tersebut menjadi alat kuasa simbolik yang menghadirkan ancaman personal dan invasif untuk mengintimidasi korban, meskipun tanpa memiliki kekuatan hukum.

Secara keseluruhan, dari elemen-elemen tanda yang dianalisis, ditemukan beberapa tema utama yang secara komprehensif menggambarkan strategi komunikasi simbolik yang dilakukan oleh pelaku penipuan digital. Tema-tema ini saling terkait dan membentuk kerangka bagaimana penipuan beroperasi di ranah digital, memanfaatkan celah kognitif dan psikologis korban.

### **Penciptaan Ilusi Otoritas Palsu**

Pelaku secara sistematis membangun ilusi bahwa mereka adalah perwakilan dari otoritas resmi (Bea Cukai, penegak hukum). Ini dilakukan melalui penanda visual (foto profil, logo) dan penggunaan identitas palsu (nama pejabat, format surat resmi). Tujuannya untuk memperoleh kepercayaan korban agar mengikuti arahan tanpa verifikasi lebih lanjut. Dari ratusan pesan yang dianalisis, tampak jelas bahwa pelaku tidak sekadar meniru otoritas, melainkan menciptakan ilusi otoritas itu sendiri. Komunikasi yang mereka bangun menggunakan tanda-tanda yang dikenal masyarakat sebagai simbol resmi. Dalam kerangka simulakra menurut Baudrillard (1994), realitas yang dibangun ini tidak lagi merepresentasikan otoritas yang sah, melainkan menggantikannya. Korban merasa sedang berhadapan dengan institusi resmi, padahal mereka sedang diperdaya oleh konstruksi tanda yang fiktif. Foto profil dengan seragam atau logo yang disalahgunakan, nama pejabat yang dicatut, dan templat surat

yang dipalsukan menjadi simulakrum murni berupa salinan tanpa originalitas yang terputus dari referensi nyata. Hiperrealitas tercipta di sini berupa citra palsu terasa lebih nyata dan berwenang dibandingkan realitas Bea Cukai yang sesungguhnya. Misalnya, foto profil petugas berseragam dinas (penanda) yang seharusnya menunjuk pada kehadiran petugas asli (petanda), kini justru menciptakan petanda otoritas palsu yang kemudian dipercaya korban sebagai kebenaran mutlak. Hal ini mengaktifkan kuasa simbolik Bourdieu (1991), simbol-simbol otoritas negara dimobilisasi untuk menempatkan korban dalam posisi inferior, secara tidak sadar menunduk pada legitimasi palsu yang ditampilkan secara visual dan verbal. Korban menerima “kekuasaan yang tidak terlihat” ini karena asosiasi konvensional masyarakat terhadap simbol-simbol negara.

### **Bahasa sebagai Alat Dominasi Simbolik**

Bahasa dalam pesan tidak netral, melainkan penuh dengan muatan kuasa. Kata-kata seperti “melanggar”, “diproses hukum”, dan “penangkapan”, memiliki efek psikologis yang kuat. Pelaku mahir dalam memanipulasi bahasa dan terminologi resmi, termasuk istilah perpajakan dan hukum. Ini membuat pesan terdengar otentik dan seolah berasal dari instansi yang berwenang. Penggunaan bahasa formal memberikan kesan serius dan profesional, meskipun isinya adalah penipuan. Bahasa hukum kompleks menjadi alat kekuasaan simbolik untuk menundukkan korban. Bourdieu (1991) menyebut bahasa ini menciptakan dominasi simbolik melalui simbol yang dianggap sah secara sosial. Dengan menggunakan diktasi yang dianggap sah secara sosial dan hukum, pelaku memaksakan definisi serta norma-norma tertentu yang membuat korban merasa bersalah, takut, dan tunduk, meskipun pelaku tidak memiliki wewenang hukum sama sekali. Dari perspektif semiotika Saussure (Cook, 1992), pemilihan diktasi yang spesifik (paradigmatik) seperti “penyelundupan” alih-alih “kesalahan administrasi” adalah tindakan strategis untuk memicu ketakutan ekstrem. Sementara itu, struktur kalimat yang berurutan (sintagmatik) dari masalah hingga ancaman hukuman juga secara efektif membangun tekanan psikologis. Bahasa ini menciptakan “informulacra” (Eller, 2023), yaitu informasi yang menyerupai kebenaran tetapi tidak memiliki kaitan nyata dengan realitas, membentuk hiperrealitas sehingga korban percaya bahwa mereka berurusan dengan proses hukum yang sah dan serius.

### **Rekayasa Kepercayaan dan Tekanan Psikologis**

Pola komunikasi yang digunakan pelaku terlihat sistematis, dimulai dari memperkenalkan diri secara resmi, lalu menjelaskan “masalah” fiktif yang dialami korban, menggunakan istilah teknis perpajakan dan hukum, memberikan batas waktu dan ancaman jalur hukum yang ketat, dan akhirnya melontarkan ancaman personal yang invasif. Ini bukan sekadar penipuan finansial, tetapi upaya sistematis untuk mengendalikan emosi korban secara perlahan.

Pelaku mengeksplorasi ketakutan umum masyarakat terhadap masalah hukum atau berurusan dengan pihak berwenang, serta potensi ketidaktahanan korban mengenai prosedur hukum yang sebenarnya. Mereka memanfaatkan celah ini agar korban panik dan mengikuti instruksi. Pola ini ditemukan berulang-ulang dalam ratusan pesan, menunjukkan efektivitas. Dengan menyusun narasi secara sintagmatik dan memilih istilah yang kuat secara paradigmatis, pelaku berhasil membentuk situasi komunikasi yang menekan dan meyakinkan. Penempatan ancaman di bagian akhir pesan (secara sintagmatik) berfungsi sebagai “pukulan terakhir” yang mendorong korban untuk bertindak cepat, menghambat mereka melakukan verifikasi. Ancaman hukum yang berat, seperti pidana penjara atau denda besar (pilihan paradigmatis yang paling menakutkan), membuat korban langsung mengasosiasikannya dengan aktivitas kriminal serius. Ini adalah contoh nyata bagaimana simulakra menciptakan “informasi yang tidak menginformasikan” (Baudrillard, 1994) bahwa ancaman tersebut terasa

lebih nyata daripada kenyataan bahwa tidak ada pelanggaran hukum yang terjadi. Kombinasi elemen visual dan linguistik yang direkayasa ini secara kolektif memperkuat kuasa simbolik (Bourdieu, 1991), mengonstruksi kepatuhan dengan memanfaatkan rasa takut korban terhadap sistem peradilan, sehingga mereka secara tidak sadar menerima klaim penipu dan mematuhi tuntutannya. Strategi penipu mengunci korban dalam narasi hiperrealitas, realitas palsu yang menjadi satu-satunya kebenaran.

Temuan-temuan ini memberikan wawasan krusial mengenai mekanisme di balik penipuan digital yang semakin canggih, terutama yang menyalahgunakan identitas institusi publik. Analisis mendalam terhadap simulakra dan kuasa simbolik menunjukkan bahwa efektivitas penipuan tidak hanya bergantung pada kebohongan semata, melainkan pada kemampuan pelaku untuk merekayasa tanda dan simbol yang secara sosial dipahami sebagai legitimasi. Dalam ranah digital, kecepatan diseminasi dan kurangnya konteks seringkali memperburuk distorsi informasi. Penggunaan platform seperti WhatsApp yang bersifat *private* dan *peer-to-peer* (Zarouali et al., 2021) memberikan kesan keabsahan yang lebih tinggi, memungkinkan simulakra beroperasi lebih leluasa dibandingkan media massa tradisional.

Distorsi informasi dalam konteks ini bukan sekadar kesalahan atau ketidakakuratan, melainkan konstruksi realitas baru yang menyesatkan. Pelaku penipuan digital secara sengaja memanfaatkan karakteristik media digital, yakni tanda dapat dengan mudah direplikasi dan disebarluaskan tanpa referensi asli yang jelas. Ini menciptakan ekosistem “hiperrealitas informasi” yang memungkinkan *informulacra* (Eller, 2023), yaitu bentuk informasi yang tampak nyata tetapi tidak berakar pada kebenaran, untuk berkembang biak. Akibatnya, korban terperangkap dalam siklus rekayasa kepercayaan dan tekanan psikologis yang sulit ditembus oleh nalar kritis.

Implikasi ini menunjukkan kebutuhan mendesak untuk meningkatkan literasi digital masyarakat secara lebih komprehensif. Edukasi tak bisa hanya berfokus pada modus penipuan, tetapi juga mengajarkan cara mengenali manipulasi simbol, memahami konsep kuasa yang bekerja di balik pesan digital, dan memverifikasi informasi secara kritis. Artinya, masyarakat perlu dibekali kemampuan membedah penanda dan petanda dalam komunikasi digital, memahami bagaimana simulakra beroperasi, dan menyadari potensi kuasa simbolik yang disalahgunakan.

Institusi pemerintah, seperti Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, juga perlu mengembangkan strategi komunikasi yang lebih proaktif dan edukatif. Mereka harus secara konsisten dan masif mengikis kepercayaan publik terhadap simulakra otoritas palsu yang beredar. Ini dapat dilakukan melalui kampanye edukasi yang menargetkan kerentanan kognitif dan psikologis korban, menjelaskan secara gamblang bagaimana simbol-simbol mereka disalahgunakan, serta menyediakan kanal verifikasi informasi yang mudah diakses dan sangat dipercaya. Upaya ini akan membantu memutus siklus rekayasa kepercayaan dan tekanan psikologis yang dimanfaatkan oleh para penipu, sekaligus memperkuat kepercayaan pada informasi resmi yang sah.

## KESIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa strategi penipuan mengandalkan penciptaan simulakra otoritas palsu, ilusi legalitas, dan bahasa bertekanan psikologis. Ketiga strategi ini saling terkait, membentuk konstruksi tanda yang mengaburkan batas asli dan palsu, dan mengikis verifikasi rasional korban. Penipuan dirancang agar tampak sah dan kredibel, menggantikan otoritas asli dengan ilusi legitimasi kuat. Bahasa formal dan teknis, yang memuat istilah menekan, mendesak korban mengikuti arahan tanpa mempertanyakan.

Praktik penipuan ini bukan hanya kriminal, tetapi bentuk distorsi komunikasi yang mereproduksi kuasa simbolik di ruang digital. Penipu memanfaatkan teknologi serta mengeksplorasi sistem tanda dan kuasa simbolik yang tertanam dalam masyarakat untuk

mendominasi persepsi publik. Bahasa dan simbol menjadi alat ideologis yang menundukkan kesadaran. Temuan ini menekankan pentingnya pendekatan kritis dalam memahami dinamika komunikasi digital yang sarat kepentingan dan kuasa simbolik.

Fenomena ini menegaskan perlunya pemahaman kritis terhadap tanda dan makna dalam komunikasi modern, khususnya menghadapi manipulasi simbolik dan bahasa sebagai alat pengendalian. Kesadaran ini penting untuk meningkatkan literasi digital dan kewaspadaan publik terhadap penipuan canggih. Penelitian selanjutnya perlu mendalami peran tanda dan simbol dalam penipuan digital dengan secara lebih komprehensif, mengeksplorasi strategi literasi digital efektif, serta melakukan kajian lintas disiplin tentang reproduksi kuasa simbolik dan variasi strategi penipuan di platform digital. Evaluasi efektivitas kampanye edukasi anti-penipuan penting untuk meningkatkan kesadaran publik dan mengurangi kerentanan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didukung oleh Beasiswa Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. Penulis berterima kasih atas kontribusi finansial yang diberikan sehingga memungkinkan terlaksananya penelitian ini.

## REFERENSI

- Al-Qahtani, A. F., & Cresci, S. (2022). The COVID-19 scamdemic: A survey of phishing attacks and their countermeasures during COVID-19. *IET Information Security*, 16(5), 324-345. <https://doi.org/10.1049/ise2.12073>
- Badan Siber dan Sandi Negara. (2024). *Lanskap Keamanan Siber Indonesia 2024*. <https://www.bssn.go.id/wp-content/uploads/2025/02/LANSKAP-KEAMANAN-SIBER-2024-1.pdf>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (Vol. 312). Ann Arbor: University of Michigan press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.
- Chuah, S. C., Mohamad Arshad, A. A., & Mohd Arifin, A. (2024). Adoption intention of e-government application for public health risk communication: Risk information, social media competence and trust in the government. *Journal of public health research*, 13(1), 22799036231217804. <https://doi.org/10.1177/22799036231217804>
- Cook, G. (1992). *The Discourse of Advertising*. Routledge: London and New York.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2024, September 10). *Penipuan Mengatasnamakan Bea Cukai, Modus Beragam, Kerugian Mengancam*. <https://www.beacukai.go.id/berita/penipuan-mengatasnamakan-bea-cukai-modus-beragam-kerugian-mengancam.html>
- Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2025, Maret 10). *Jelang Idulfitri Belanja Online Makin Ramai, Waspada Penipuan Mengatasnamakan Bea Cukai*. <https://www.beacukai.go.id/berita/jelang-idulfitri-belanja-online-makin-ramai-waspada-penipuan-mengatasnamakan-bea-cukai.html>
- Eller, J. D. (2023). Informulacra and Information: Fake News, Truth Substitution, and other Sovereign Acts. *Global Journal of Human–Social Science*, 23, 7.
- Harracá, M., Castelló, I., & Gáwer, A. (2023). How digital platforms organize immaturity: A sociosymbolic framework of platform power. *Business Ethics Quarterly*, 33(3), 440-472. DOI:10.1017/beq.2022.40
- Jorgensen, M., & Phillips, L. J. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Sage: London.
- Leavy, P. (2022). *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and*

- community-based participatory research approaches. Guilford publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: An Methods Sourcebook (3rd Edition)*. Sage.
- Minogue, K. (1992). Language and Domination in some Latter-Day Marxists [Review of *Language and Symbolic Power*, by P. Bourdieu, J. B. Thompson, G. Raymond, & M. Adamson]. *Government and Opposition*, 27(3), 397–404. <http://www.jstor.org/stable/44484509>
- Morris, J. (2021). Simulacra in the age of social media: Baudrillard as the prophet of fake news. *Journal of Communication Inquiry*, 45(4), 319-336. <https://doi.org/10.1177/0196859920977154>
- Nguyen, T. T. U., Nguyen, P. V., Huynh, H. T. N., Vrontis, D., & Ahmed, Z. U. (2024). Identification of the determinants of public trust in e-government services and participation in social media based on good governance theory and the technology acceptance model. *Journal of Asia Business Studies*, 18(1), 44-61. <https://doi.org/10.1108/JABS-04-2023-0160>
- Poleac, G. (2023). Rhetoric Of Play as Power in The Online Hyperspectacle: The Emergence of Deontic Authorities. *Hermeneia*, (31), 97-109. [https://hermeneia.ro/wp-content/uploads/2023/12/07\\_G\\_Poleac\\_2023.pdf](https://hermeneia.ro/wp-content/uploads/2023/12/07_G_Poleac_2023.pdf)
- Rahmadani, F. H., Sutany, H. C., Aditya, M. R., Fajar, M. A., & Dari, Y. U. (2025). Cybercrime: Analisis Dan Mitigasi Resiko Penipuan Tilang Online Melalui Aplikasi WhatsApp (WA). *Jurnal Sistem Informasi Galuh*, 3(1), 23-38. <https://doi.org/10.25157/jsig.v3i1.4124>
- Sucipto (2024, Juli). Kemenkominfo Catat 405.000 Laporan Penipuan Transaksi Online Sepanjang 2017-2024. *Sindonews*. <https://nasional.sindonews.com/read/1419745/13/kemenkominfo-catat-405000-laporan-penipuan-transaksi-online-sepanjang-2017-2024-1721524077>
- Ting, T. T., Lee, M. Y., Chok, S. X., Huang, Y. H., Choy, X. N., Lee, K. T., Ikumapayi, O. M., & Olugbade, T. O. (2024). Digital government: Social media as a mediator in technology acceptance with political knowledge, interest, and participation. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 14(4), e202454. <https://doi.org/10.30935/ojcmmt/15145>
- Utami, S. D., Carudin, C., & Ridha, A. A. (2021). Analisis Live Forensic Pada Whatsapp Web Untuk Pembuktian Kasus Penipuan Transaksi Elektronik. *Cyber Security Dan Forensik Digital*, 4(1), 24-32. <https://doi.org/10.14421/csecurity.2021.4.1.2416>
- Zarouali, B., Brosius, A., Helberger, N., & De Vreese, C. H. (2021). WhatsApp marketing: a study on WhatsApp brand communication and the role of trust in self-disclosure. *International Journal of Communication*, 15, 25. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15365/3318>