

MENCEGAH PENIPUAN JUAL BELI ONLINE MELALUI PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Retno Kumalasari

Daniar Wikan Setiyanto

Auria Farantika Yogananti, S.Sn, MTDdesign

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261

E-mail : Retnokumalasari9@gmail.com

Abstrak

Tujuan Pembuatan Tugas akhir ini selain sebagai syarat kelulusan pada program sarjana jurusan Desain Komunikasi Visual adalah untuk merancang iklan layanan masyarakat untuk mencegah penipuan jual beli online yang efektif dan tepat sasaran. Sehingga audience dapat menangkap informasi yang akan disampaikan oleh klien melalui perancangan iklan layanan masyarakat ini. Selain itu iklan ini diharapkan mampu menambah wawasan audience serta mengurangi jumlah penipuan jual beli online. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang ditempuh melalui proses wawancara dan pengamatan langsung. Objek dari penelitian ini adalah Masyarakat Kota Semarang dengan status sosial menengah ke atas. Proses perancangan iklan layanan masyarakat ini berlangsung selama tiga bulan dan akan dipublikasikan selama 3 bulan mulai pada bulan November 2015-Januari 2016. Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah media lini atas. Hasil produksi iklan akan dipublikasikan dalam bentuk video animasi dan iklan banner yang akan dipasang di internet, tujuannya agar pesan yang disampaikan mampu ditangkap oleh audience.

Kata Kunci: *Penipuan, Jual beli online, Iklan Layanan Masyarakat*

Abstract

The purpose of making this final assignment other than as a condition of graduation in the Bachelor program majoring in Visual Communication Design is to design a public service ad to prevent fraud and selling online is effective and right on target. So the audience can capture the information to be submitted by the client through the design of this public service announcement. In addition these ads are expected to add insight into audience as well as reduce the amount of fraud and selling online.

This study uses qualitative methods are taken through the process of interviewing and direct observation. The object of the research is Community Semarang with intermediate social status and above. The process of designing public service lasted for three months and will be published for 3 months starting in November 2015-Januari 2016. Media used in this study are media lines up.

The result of the production of the advertisement will be published in the form of an animated video and banner ads that will be installed in the internet, the purpose is to make the message conveyed was able to be.

Keywords : *Freud, Selling online, Public Service Ad.*

1. PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang di alami Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat yang semakin menurun sehingga membuat kejahatan di Indonesia semakin bertambah. Kejahatan tidak hanya terjadi di kota Jakarta saja, di kota-kota besar lain kejahatan juga semakin meningkat. Kota Semarang menjadi salah satu kota yang memiliki tingkat kejahatan yang masih tinggi. Hal itu diungkapkan oleh Kapolrestabes Semarang, Kombes Pol Burhanudin pada saat serah terima jabatan sebagai Kepala Bagian Operasi Polrestabes Semarang dan empat Kapolsek di Semarang. Beliau mengungkapkan bahwa pada triwulan pertama tahun 2015, tercatat ada 898 kasus tindak pidana (news.detik.com, Rabu 22 April 2015).

Kejahatan yang terjadi di Semarang sudah semakin meresahkan. Kejahatan mulai dari pembunuhan, perampokan, pencurian, penculikan hingga penipuan sudah banyak terjadi di Semarang. Salah satu diantaranya adalah kejahatan penipuan jual beli online yang semakin banyak dialami masyarakat kota Semarang.

Penipuan jual beli *online* menjadi salah satu kejahatan yang sangat merugikan masyarakat. Kasus penipuan jual beli *online* yang banyak terjadi saat ini menggunakan sistem transaksi via rekening. Pelaku menggunakan situs/portal jual beli *online* yang terpercaya untuk mempromosikan produk-produk yang akan dijualnya. Kemudian konsumen yang tertarik dengan produk pelaku mulai mengirimkan sejumlah uang. Setelah sejumlah uang masuk ke dalam rekening pelaku, pelaku membawa kabur uang tersebut tanpa mengirimkan barang atau produk yang dipesan konsumen. Dalam melancarkan aksinya pelaku kejahatan biasanya memancing korban dengan berbagai penawaran yang menarik. Contoh sebuah kasus yang pernah terjadi, seorang mahasiswi di salah satu universitas swasta di Semarang memesan sebuah handphone merek X dengan harga 2 juta rupiah di salah satu temannya di jejaring sosial. Akhirnya transaksi pun dimulai, mahasiswi tersebut mengirimkan sejumlah uang ke rekening pelaku beberapa hari kemudian. Setelah ditunggu beberapa minggu, handphone yang dipesan tidak kunjung datang. Mahasiswi itu pun harus merelakan uangnya dibawa kabur oleh pelaku.

Fredi Leoagni Nantama (26), warga Kalipancur, Ngaliyan pernah mengalami penipuan jual beli online di BlackBerry Massanger (BBM). Awalnya Fredi mendapat tawaran i-phone 6 dengan harga Rp 4,3 juta dari salah satu teman di grup BBMnya yang bernama Sesilia. Harga yang ditawarkan memang cukup miring mengingat harga pasaran dari i-phone 6 dibanderol di atas Rp 10 juta. Tergalur dengan harga yang murah, korban pun menerima tawaran dari pelaku. Kemudian pada tanggal 5 Februari 2015, korban mentransfer uang senilai Rp 4,3 juta ke rekening 3585392800 atas nama Cristi Karnadi. Setelah sehari berselang,

barang yang beli akhirnya datang. Saat korban membuka paket tersebut, ternyata barang yang ada didalamnya bukan sebuah i-phone 6 melainkan 2 buah lipstick mainan. Korban segera menghubungi pelaku untuk protes dan meminta penjelasan. Saat dihubungi ternyata nomor telepon pelaku sudah nonaktif. (Metrosemarang.com, 14 Februari 2015)

Kasus yang sama juga pernah terjadi pada tanggal 27 April 2015. Pada saat itu Aulia N (19) warga Semarang yang tinggal di Jalan Gunung Utara II Wonosari, Ngaliyan ingin membeli sebuah handphone yang diiklankan di jejaring social Facebook. Saat itu pelaku mengaku bernama Reski Setiawan. Pelaku menawarkan paket pembelian tujuh buah ponsel berbagai merk dengan harga Rp 9,7 juta.

Korban tertarik dengan penawaran yang ditawarkan pelaku. Kemudian korban mentransfer uang tersebut sebanyak 3 kali. Pertama kali korban mentransfer uang tersebut ke rekening pelaku yakni rekening Bank BRI dengan nomor 7424 01 002110 533 atas nama Anggun Kumalasari pada tanggal 18 April. Kemudian korban mentransfer uang lagi pada tanggal 20 April. Terakhir korban mentransfer uang kekurangannya pada tanggal 21 April. Pada saat itu korban merasa yakin dengan penawaran pelaku karena pada saat itu pelaku mengaku sebagai anggota Kepolisian Republik Indonesia (Polri) berpangkat Iptu. Pelaku juga berhasil mengelabui korban dengan mengirimkan foto identitas berupa KTP, SIM dan foto kartu anggota Polri. Korban sempat merasakan ada keganjalan saat melakukan transaksi jual beli online dengan pelaku karena nomor yang digunakan pelaku susah untuk dihubungi. Hingga saat ini barang yang dipesan oleh korban belum juga datang. (Metrosemarang.com, 27 April 2015) ,

Kasus yang seperti ini tidak hanya terjadi pada mahasiswi tersebut, masih banyak lagi masyarakat yang mengalami peristiwa yang sama. Jika hal ini dibiarkan begitu saja maka akan menambah catatan buruk tentang penanganan kejahatan di Indonesia. Maka dari itu diperlukan perancangan iklan layanan masyarakat yang bertujuan untuk mencegah penipuan jual beli *online* serta solusi untuk permasalahan tersebut.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat untuk mencegah penipuan jual beli *online* yang efektif dan tepat sasaran?

Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah merancang iklan layanan masyarakat untuk mencegah penipuan jual beli *online* yang efektif dan tepat sasaran. Sehingga *audience* dapat menangkap informasi yang akan disampaikan oleh klien melalui perancangan iklan layanan masyarakat ini.

Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari perancangan iklan layanan masyarakat ini antara lain :

1.1.1. Bagi masyarakat

Mendapatkan sebuah solusi aman ketika melakukan transaksi jual beli *online* dengan menggunakan sistem transaksi yang aman dan terpercaya serta memberikan beberapa tips agar terhindar dari penipuan jual beli *online*.

1.1.2. Bagi Polrestabes Semarang

Mendapat sebuah solusi untuk mencegah penipuan jual beli *online* yang marak terjadi di masyarakat melalui perancangan iklan layanan masyarakat.

1.1.3. Bagi Perancang

Menambah pengetahuan, wawasan dan eksploitasi selama perancangan sebagai pembelajaran bagi perancang agar siap dan mampu terjun ke dunia kerja sebagai desainer komunikasi visual. Mampu mengetahui tentang cara mempersuasif *audience* agar mampu menerima informasi yang akan disampaikan melalui berbagai pilihan media komunikasi, serta dapat memberikan solusi dari masalah sosial dalam bentuk konsep perancangan iklan layanan masyarakat sesuai dengan segmentasi yang ditentukan agar pesan yang disampaikan dapat mudah dimengerti oleh target sasaran.

Ruang Lingkup Perancangan

Untuk membatasi ruang lingkup pembahasan agar tidak meluas dan menyimpang dari tujuan yang ingin dicapai maka dalam perancangan ini akan dibuat batasan masalah sebagai berikut :

- a. Merancang dan menentukan strategi media iklan layanan masyarakat mengenai penipuan jual beli *online* yang marak terjadi di portal jual beli *online* seperti OLX yang menggunakan sistem transaksi dengan transfer dan COD (*Cash On Delivery*). Serta menginformasikan kepada target *audience* mengenai cara agar terhindar dari penipuan jual beli *online*.
- b. Target *audience* iklan layanan masyarakat ini adalah masyarakat kota semarang dengan status sosial masyarakat menengah ke atas.

Tinjauan Teori

Menurut Crompton dan Lamb, iklan layanan masyarakat adalah suatu pengumuman atau pemberitahuan yang bersifat non komersial yang mempromosikan program-program kegiatan, layanan pemerintah, layanan organisasi non bisnis dan pemberitahuan lainnya tentang layanan kebutuhan masyarakat di luar ramalan cuaca dan pemberitahuan yang bersifat komersial. (khasali : 1993)

Menurut Khasali manfaat dari ILM adalah suatu upaya untuk menggerakkan solidaritas masyarakat terhadap masalah yang mereka hadapi yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum. (Khasali, 1990: 20)

2. METODE

Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif. Metode kualitatif ditempuh melalui metode pengumpulan data dalam bentuk data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data baik primer dan sekunder dijabarkan sebagai berikut :

Data Primer

a. Wawancara (interview)

Penulis melakukan prosesi tanya jawab kepada narasumber yaitu Polrestabes Semarang dan korban dari penipuan jual beli *online* untuk menambah data sehingga menjadi lebih akurat. Wawancara terhadap Polrestabes Semarang dilaksanakan pada jam kerja produktif. Wawancara terhadap klien ini akan dilakukan setelah menyerahkan surat survey yang telah mendapat persetujuan dari klien utama. Sementara wawancara terhadap korban penipuan jual beli *online*, akan dilaksanakan pada saat korban memiliki waktu luang yang disepakati untuk melakukan wawancara. Metode wawancara diharapkan mampu membantu penulis dalam menggali informasi tentang data identitas klien, data lembaga, data audience, kasus yang terkait dengan penipuan jual beli *online* melalui berbagai modus, serta data-data lain yang dapat mendukung proses perancangan. Metode ini diharapkan mampu menunjukkan tentang fenomena dan fakta-fakta tentang penipuan jual beli *online* yang dialami oleh objek penelitian.

b. Pengamatan Langsung (Observasi)

Metode observasi pada penelitian ini didasarkan pada pengamatan penulis terhadap beberapa kasus yang dialami oleh masyarakat yang menjadi korban penipuan jual beli *online*. Dalam observasi ini penulis mengamati gaya hidup serta kebiasaan dari masyarakat disekitar terhadap isu-isu seputar kasus penipuan jual beli *online*. Penulis mengamati jenis transaksi jual beli online yang biasa digunakan oleh masyarakat dan penulis mencoba untuk melakukan transaksi jual beli online. Melalui metode ini penulis juga akan melakukan pengamatan terhadap proses transaksi jual beli *online* yang sedang digemari oleh masyarakat.

Data Sekunder

Untuk memperkuat konsep perancangan, penulis menambahkan data sekunder yaitu :

a. Kepustakaan

Penulis mengumpulkan data yang berasal dari buku-buku bacaan, koran atau majalah serta karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan sebagai penunjang yang mampu memperkuat data. Penulis mengumpulkan data mengenai

kejahatan di dunia maya (*cyber crime*), serta teori-teori mengenai iklan layanan masyarakat.

b. Internet

Selain data kepustakaan penulis juga menambahkan data yang bersumber dari internet seperti contoh kasu maupun pengalaman dari sumber yang pernah menjadi korban penipuan jual beli *online*.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini melibatkan data-data yang bersifat visual berupa pengambilan foto ataupun gambar yang dilakukan oleh penulis maupun yang bersumber dari klien. Data-data berupa gambar tersebut merupakan gambaran kejadian dan peristiwa berkaitan dengan permasalahan yang akan diangkat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kasat reskrim di Polrestabes Semarang diperoleh beberapa keterangan dan penjelasan terkait data permasalahan sebagai berikut.

a. Kasus Penipuan Jual Beli *Online* di Masyarakat

Menurut pihak kepolisian, kasus penipuan jual beli *online* cukup banyak terjadi disemarang. Setidaknya ada sekitar 2-3 kasus setiap harinya. Masyarakat yang menjadi korban merasa di rugikan karena telah kehilangan sejumlah uang.

b. Laporan Penipuan Jual Beli *Online*

Cukup banyak laporan mengenai kasus penipuan jual beli *online*, akan tetapi laporan dari masyarakat kurang memiliki bukti yang cukup lengkap. Bukti yang dimaksud ialah identitas pelaku serta no handphone pelaku yang kemungkinan besar sudah diganti sehingga cukup menyulitkan proses penyelidikan.

c. Kendala Penanganan Kasus Penipuan Jual Beli *Online*

Kendala yang dialami oleh pihak kepolisian ketika menghadapi kasus ini adalah kurang banyaknya SDM dari kepolisian yang ahli di bidang teknologi informatika (IT). Selain itu peraturan perundang-undangan perbankan mengenai perlindungan identitas/ data diri nasabah membuat polisi sedikit kesulitan dalam melakukan penyelidikan data rekening dari nasabah yang telah melakukan penipuan.

Maka dari itu kasus penipuan jual beli ini, cukup sulit untuk diatasi dan biasanya terhenti karena peraturan perundang-undangan tersebut.

Pada wawancara lain yang penulis lakukan dengan Kasat Binmas Polrestabes Semarang, AKBP I Nengah Dharmayana, SH,MH, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut :

a. Upaya Kepolisian dalam Meminimalisir Kasus Kejahatan di Masyarakat

Pihak kepolisian melakukan sosialisasi di beberapa daerah kepada masyarakat agar lebih waspada terhadap tindak kejahatan yang terjadi dimasyarakat. Selain sosialisasi, pihak kepolisian juga membuat beberapa iklan layanan masyarakat sebagai alternatif efektif dalam menginformasikan kepada masyarakat tentang tindak kejahatan.

b. Fungsi Iklan Layanan Masyarakat

Menurut AKBP I Nengah Dharmayana, SH,MH, iklan layanan masyarakat sangat penting digunakan dalam mensosialisasikan kepada masyarakat tentang tindak-tindak kejahatan yang marak terjadi dimasyarakat, dampak tindak kejahatan terhadap kelangsungan hidup masyarakat, serta ancaman pidana yang dapat menjerat tindak kejahatan.

c. Anggaran untuk Menampilkan sebuah Iklan Layanan Masyarakat

Pihak kepolisian tidak menyediakan anggaran khusus untuk membuat sebuah iklan layanan masyarakat. Biasanya pihak kepolisian mendapatkan sponsor dari beberapa perusahaan, misalnya salah satu hotel di Semarang.

d. Iklan Layanan Masyarakat tentang Penipuan Jual Beli *Online*

Belum ada iklan layanan masyarakat tentang penipuan jual beli *online*.

e. Kasus Penipuan Jual Beli *Online*

Tidak banyak laporan mengenai kasus penipuan jual beli *online*. Akan tetapi kebanyakan kasus yang terjadi adalah kasus penipuan berhadiah yang dikirim lewat sms.

f. Kasus Penipuan Jual Beli *Online* yang Pernah Dilaporkan dan Ditangani oleh Pihak Kepolisian

Pernah ada kasus penipuan jual beli *online* yang masuk dan sudah dituntaskan oleh pihak kepolisian. Beliau menjelaskan ada kasus penipuan berhadiah yang pelakunya adalah orang korea, pelaku tersebut tinggal di Semarang. Pelaku melakukan penipuan dinegaranya sendiri yaitu korea. Sekarang pelaku sudah ditangkap oleh pihak polrestabes Semarang kemudian dikirim ke Jakarta untuk diproses.

g. Tips untuk Menghindari Penipuan Jual Beli *Online*

Tips untuk menghindari penipuan jual beli *online* :

1. Berpikir lebih rasional

Lebih berhati-hati dan jangan mudah percaya terhadap barang bagus dengan harga murah yang biasa dipromosikan di internet karena barang-barang tersebut bisa saja palsu atau tidak pernah ada karena barang-barang tersebut hanya digunakan untuk mengelabui korban.

2. Mendengarkan opini orang lain

Dengan mendengarkan opini dari kerabat maupun teman, kira-kira apakah barang yang dijual tersebut benar adanya atau tidak.

Selain wawancara yang dilakukan kepada Polrestabes Semarang, penulis juga melakukan wawancara kepada salah satu korban yang penulis kenal. Sri Wulandari

(Latri Pinasthika (19) mahasiswi dari sebuah perguruan tinggi swasta di Semarang. Pada saat itu wulan berniat untuk membeli sepaket baju Exo di salah satu temannya di Bandung. Seminggu sebelumnya wulan sudah mentransfer uang senilai Rp 400.000 ke rekening temannya itu. Pelaku mengatakan bahwa barang yang dipesan baru datang seminggu setelah pemesanan. Setelah seminggu Wulan menunggu, ternyata paket yang dipesan itu tidak kunjung datang.

Data Sekunder

Contoh Kasus Penipuan Jual Beli *Online* yang Terjadi pada Portal Jual Beli *Online*
Beberapa kasus penipuan jual beli *online* yang terjadi di portal-portal jual beli *online* biasanya menggunakan sistem transaksi via rekening. Penulis menemukan sebuah situs yang memuat pengaduan korban penipuan jual beli *online*. Situs tersebut adalah www.datapenipu.com. Berikut adalah pengakuan korban penipuan jual beli *online* di salah satu portal jual beli *online* yaitu OLX.

Pelapor bernama : Septian Adi Nugroho

Tanggal lapor : 24 September 2014, 04 :24

Septian Adi Nugroho mengungkapkan bahwa ia telah menjadi korban penipuan di OLX. Pada saat itu korban berniat membeli motor Yamaha RX King yang diiklankan di OLX pada tanggal 1 September 2014. Motor tersebut plat H Semarang, menurut penjual posisi barang berada di Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Saat perjanjian harga motor Rp. 3.500.000, dan motor sampai ke Semarang di kirim ke alamat Pelapor. Perjanjiannya pelapor membayar uang DP sebesar 500.000, kemudian setelah barang sampai maka pelapor akan melunasinya. Setelah dikirim, penipu menyuruh pelapor untuk menambahi uang sejumlah 1.000.000 agar barang dapat dikirim ke pelapor. Setelah mengirim uang tersebut penipu meminta pelapor untuk melunasi kekurangan baru motor tersebut bisa dikirim dan pelapor melunasi dengan mentransfer 2.000.000. Setelah pelapor melunasi uang pembelian penipu meminta pelapor untuk mengirimkan uang sebanyak 300.000 untuk melancarkan proses pengiriman barang. Setelah pelapor mengirimkan uang tersebut, barang yang dibeli masih belum dikirim maupun diantar ke alamat pelapor di Semarang. Total uang yang berhasil masuk ke rekening pelaku penipuan jual beli *online* Rp. 3.800.000.

KONSEP PERANCANGAN

Konsep Kreatif

Dari permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka sebagai salah satu pemecahan masalahnya adalah perlu adanya perancangan iklan layanan masyarakat yang informatif sekaligus menarik untuk memberikan informasi kepada masyarakat

secara luas tentang pentingnya mengetahui tentang penipuan jual beli *online* sehingga tidak menjadi korban penipuan.

1. Konsep Pokok ILM

Menyadarkan masyarakat agar lebih waspada dalam melakukan transaksi jual beli *online* dalam bentuk peringatan. Masyarakat diharapkan mampu menahan diri agar tidak terpengaruh oleh pelaku penipuan jual beli *online*. Iklan layanan masyarakat ini dibuat dengan pemilihan media yang kreatif dan efektif untuk memudahkan pesan yang disampaikan kepada *target audience*.

2. Strategi Kreatif

Strategi khalayak sasaran yang dituju adalah masyarakat kota Semarang

a) Pendekatan Isi Pesan

Iklan layanan masyarakat ini menggunakan pendekatan emosional yang bertujuan untuk membangkitkan emosi target audience agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli online. Isi pesan disampaikan dalam bentuk peringatan.

b) Penentuan “*what to say?*” and “*how to say?*”

a. *what to say?*

Iklan layanan masyarakat ini ingin menyampaikan pesan kepada target audience agar selalu waspada dan teliti dalam melakukan transaksi jual beli online serta memberikan sosialisasi tentang cara bertransaksi jual beli online yang aman.

b. *how to say*

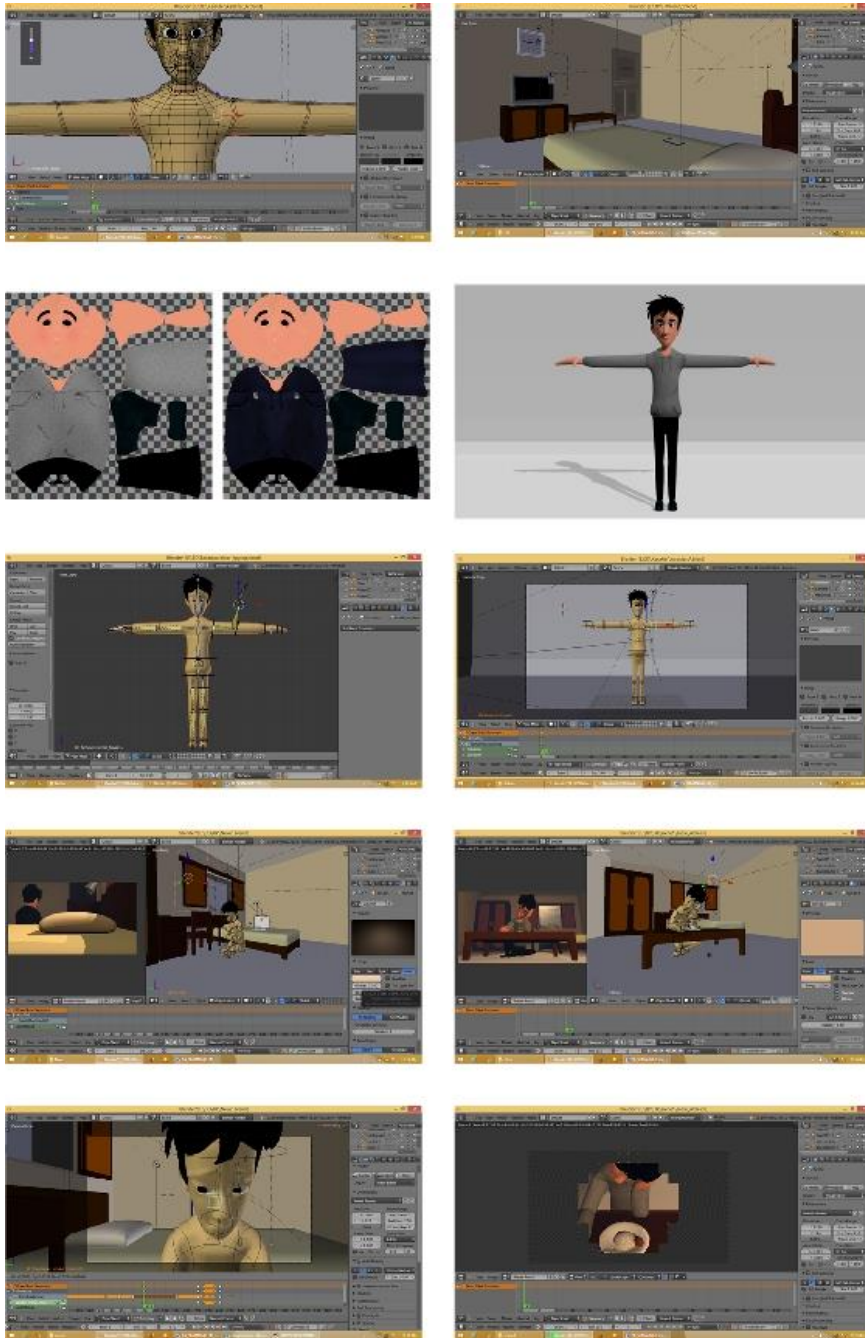
Iklan layanan masyarakat ini menggunakan media utama berupa video animasi 3d yang disampaikan secara emosional dan komunikatif agar mampu membangkitkan emosional dan mudah diingat oleh target audience.

c. *Desire Response/* Efek yang diharapkan pada *Audience*

Efek yang diharapkan dari iklan layanan masyarakat ini adalah target audience dapat menangkap pesan dari iklan ini sehingga target audience lebih berhati-hati saat melakukan transaksi jual beli online serta mengetahui jenis transaksi jual beli online yang aman.

3. Copywriting

- Keyword : bisnis, jual beli, *online*, penipuan, dicegah
- Headline : Waspadalah!
- Sub-headline : Jangan sampai anda jadi korban selanjutnya
- Bodycopy : Selalu teliti sebelum membeli
- Closing : penyertaan logo-logo penyelenggara iklan layanan masyarakat



Gambar 1 : Proses produksi animasi



WASPADAI PENIPUAN JUAL BELI ONLINE

Jangan sampai anda menjadi korban selanjutnya

[Info lebih lanjut "klik disini"](#)



PENIPU

WASPADAI PENIPUAN JUAL BELI ONLINE

[Info lebih lanjut "klik disini"](#)



[Lihat Selengkapnya "Klik di Sini"](#)

WASPADAI PENIPUAN JUAL BELI ONLINE

Jangan sampai anda menjadi korban selanjutnya



WASPADAI PENIPUAN JUAL BELI ONLINE

Jangan sampai anda menjadi korban selanjutnya

[Info lebih lanjut "klik disini"](#)



**WASPADAI PENIPUAN JUAL
BELI ONLINE**



**WASPADAI PENIPUAN JUAL
BELI ONLINE**

Jangan sampai anda menjadi korban selanjutnya

[Info lebih lanjut "klik disini"](#)



WASPADAI PENIPUAN JUAL BELI ONLINE

Lihat
selengkapnya
["klik disini"](#)

Banner
Internet

Gambar 2 : Final desain *banner* internet



Gambar 3 : Aplikasi iklan *banner* pada situs internet

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Dari perancangan Iklan Layanan Masyarakat sosialisasi penipuan jual beli online, dapat disimpulkan bahwa media lini atas seperti internet merupakan media yang tepat untuk mensosialisasi masyarakat Semarang tentang penipuan jual beli online karena mayoritas pengguna media online adalah masyarakat menengah ke atas yang suka menggunakan gadget dalam kehidupan sehari-hari. Pesan yang disampaikan dalam Iklan Layanan Masyarakat ini adalah untuk menyadarkan masyarakat agar lebih waspada dalam melakukan transaksi jual beli *online* serta memberikan sosialisasi tentang jenis transaksi jual beli online yang aman. Iklan layanan masyarakat ini akan dibuat dalam bentuk video animasi yang kreatif dan menarik yang akan ditayangkan pada Youtube, sedangkan media pendukung yang akan digunakan dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini adalah banner untuk iklan di internet yang diaplikasikan pada beberapa portal jual beli online, sosmed dan situs-situs yang sering terjadi penipuan di dalamnya.

1.2. Saran

Dari hasil akhir penelitian perancangan Iklan Layanan Masyarakat sosialisais penipuan jual beli online terdapat saran yang dapat penulis sampaikan, yaitu untuk perancangan selanjutnya penulis diharapkan mampu mempersiapkan media yang lebih menarik dengan pesan yang mampu dipahami oleh target audience sehingga target audience mampu mengambil manfaat dari perancangan yang penulis lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Wawancara : Korban penipuan jual beli online di Semarang, Sri Wulandari (19), Mahasiswa.
- Kusrianti Anik [et al.]. 2004. *Analisis Wacana : iklan, lagu, puisi, cerpen, novel, drama*. Bandung : Pakar Raya.
- Khasali, R. 1998. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Khasali, R. 1990 . *Manajemen periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti
- Madjadikara, S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana
- M. suyanto. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia* : ANDI
- Sanyoto , Drs. Sadjiman Ebdi. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi pres.
- Shim, terrace A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. 5th ed. Jakarta: Erlangga.
- ARTIKEL CYBERCRIME. 2009. *Cyber crime with Violence* (Di updated pada April 23, 2009 at 6:22 pm) (diakses pada 16 Oktober 2014)
- Ebook Iklan Layanan Masyarakat.freebooks-dl.com (21 Oktober 2014)
- Contoh Kasus yang telah tertangkap dalam Penipuan Jual Beli Barang *Online*. URL : www.tribunews.com (Di akses pada 14 Oktober 2014)
- cybercrime@polri.go.id. (29 Oktober 2014)
- <http://bookboon.com/en/policing-cyber-crime-ebook> (diakses pada 22 Oktober 2014)
- www.datapenipu.com (22 Oktober 2014)
- (<http://daopendoor.blogspot.com/p/profile.html>) (22 Oktober 2014)
- Koran Kompas, 2005. Korban Kejahatan di Internet Kalangan Berpendidikan (Updated Senin 5 November 2012| 21: 05 WIB) URL : <http://kompas.com> (Di akses pada 16 Oktober 2014)
- <http://kriminalitasite.blogspot.com> (Di akses pada 16 Oktober 2014)
- <http://metrosemarang.com> (Diakses pada 3 November 2015)
- www.news.viva.co.id (Di akses pada 10 Oktober 2014)
- <http://polri.org/> (Di akses pada 29 Oktober 2014)
- <http://restabes-smg.jateng.polro.go.id> (Di akses pada 9 Oktober 2014)
- <http://tempo.com> (Di akses pada 10 Oktober 2014)
- <http://www.hukumonline.com/> (Di akses pada 29 Oktober 2014)