

JURNAL CYBER PR
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Analisis Impression Management Pelaku Love Scaming

Iswahyu Pranawukir^{1*}, Alfian Bachtiar¹, Titiak Surya Ningsih², Ema Kusuma², Silvina Mayasari³, Alamsyah¹

¹Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957
Jl. Moch. Kahfi II No.33, RT.1/RW.5, Srengseng Sawah, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia 13550

²Universitas Tama Jagakarsa
Jl. TB Simatupang No.152 10, RT.10/RW.4, Tj. Bar., Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia 12530

³Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. RS. Fatmawati Raya No.24, RT.7/RW.1, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12450

*Email Korespondensi: prana1enator@gmail.com

Submitted: January 2026, Accepted: April 2026, Published: June 2026

Abstract - This study aims to analyze the impression management strategies employed by love scammers through the lens of Erving Goffman's Dramaturgical Theory. Using a descriptive qualitative approach, the research applies qualitative content analysis to three YouTube video contents as primary data sources, namely videos published by CNBC Indonesia, Kumparan, and Grace Tahir. The units of analysis encompass verbal narratives, visual symbols, and identity representations. Data analysis is conducted through dramaturgical categorization, including front stage, back stage, and impression management techniques, alongside interpretations of computer-mediated communication and hyperpersonal interaction. The findings reveal that love scammers consistently construct a front stage characterized by high-status professional identities, religious and empathetic personas, and affluent lifestyles to foster trust and emotional intimacy. Behind this performance, the perpetrators' back stage exposes the reality of organized criminal syndicates driven solely by financial extraction motives. Impression management strategies such as love bombing, empathy exploitation, professional mystification, and the fabrication of artificial crises is shown to be highly effective in manipulating victims, including cognitively intelligent individuals categorized as the "lonely smart." Digital media functions as a dramaturgical stage that enables perpetrators to control narratives, filter information, and produce simulacra of romantic relationships that victims ultimately perceive as authentic reality.

Keywords: Love Scaming; Impression Management; Dramaturgy; Digital Communication; Emotional Manipulation

Abstrak - Tujuan penelitian adalah menganalisis strategi *impression management* pelaku *love scaming* menggunakan Teori Dramaturgi Erving Goffman. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi kualitatif terhadap tiga konten video YouTube sebagai data primer, yaitu video dari CNBC Indonesia, kumparan, dan Grace Tahir, unit analisis meliputi narasi verbal, simbol visual, serta representasi identitas. Analisis data dilakukan melalui kategorisasi dramaturgis yang mencakup *front stage*, *back stage*,

dan teknik *impression management*, serta interpretasi terhadap *computer-mediated communication* dan *hyper-personal interaction*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku *love scaming* secara konsisten membangun *front stage* berupa identitas profesional berstatus tinggi, persona religius dan empatik, serta gaya hidup mapan untuk menciptakan kepercayaan dan kedekatan emosional. Di balik performa tersebut, *back stage* pelaku memperlihatkan realitas sindikat kriminal yang terorganisir dengan motif murni ekstraksi finansial. Strategi *impression management* seperti *love bombing*, eksploitasi empati, mistifikasi profesi, dan penciptaan krisis buatan terbukti efektif dalam memanipulasi korban, termasuk individu yang secara kognitif tergolong cerdas (*lonely smart*). Media digital berfungsi sebagai panggung dramaturgis yang memungkinkan pelaku mengontrol narasi, menyingkir informasi, dan menciptakan simulakra hubungan romantis yang diterima korban sebagai realitas.

Kata Kunci: *Love Scaming*; *Impression Management*; Dramaturgi; Komunikasi Digital; Manipulasi Emosional

Pendahuluan

Di era transformasi digital, interaksi sosial tidak lagi dibatasi oleh sekat fisik. Kehadiran berbagai platform media sosial dan aplikasi kencan (*dating apps*) telah mengubah lanskap komunikasi antarmanusia, memungkinkan individu untuk membangun hubungan romantis lintas negara dalam waktu singkat (Farhan et al., 2025). Ironisnya, keterbukaan informasi dan anonimitas di ruang digital ini juga menciptakan celah bagi bentuk kejahatan baru yang dikenal sebagai *Love Scaming*. *Love scaming* bukan sekadar penipuan finansial biasa; ia adalah manipulasi psikologis berbasis relasi asmara yang sangat sistematis (Putratama Napitupulu & Meliala, 2025). Berdasarkan data dari berbagai laporan keamanan siber (seperti yang dibahas dalam CNBC Indonesia), fenomena ini terus meningkat dengan modus yang semakin canggih. Pelaku tidak lagi hanya bekerja secara individu, melainkan dalam bentuk sindikat terorganisir yang mampu mengelola kesan demi menciptakan kepercayaan total dari korbannya.

Keunikan dari fenomena ini adalah profil korbannya yang seringkali berasal dari kalangan berpendidikan tinggi dan memiliki karier yang mapan. Sebagaimana diulas dalam konten kumparan, istilah "*Lonely Smart*" menjadi gambaran bagaimana kecerdasan logis seseorang dapat dilumpuhkan ketika pelaku berhasil masuk melalui celah emosional dan kesepian. Hal ini menunjukkan bahwa *love scaming* adalah sebuah bentuk "performa" komunikasi yang sangat terencana. Dengan demikian, telah terjadi transformasi ruang privat ke ruang digital. Media digital, yang awalnya berfungsi sebagai alat informasi, kini bertransformasi menjadi ruang utama bagi individu untuk mencari validasi, eksistensi, hingga pasangan hidup. Fenomena *Computer-Mediated Communication* (CMC) memungkinkan seseorang mengonstruksi identitas diri secara selektif (Ervan Yudi Widyarto, 2022). Di sisi lain, fleksibilitas dalam membangun identitas digital ini menjadi pedang bermata dua; di satu sisi memudahkan koneksi, di sisi lain menyediakan panggung bagi praktik depresi atau penipuan berbasis asmara yang dikenal sebagai *Love Scaming*.

Perkembangan selanjutnya justru menjadi wacana krusial: "*Love Scaming* sebagai 'Industri' Manipulasi". Berbeda dengan penipuan konvensional yang bersifat transaksional singkat, *love scaming* adalah kejahatan berbasis relasi yang memerlukan durasi waktu panjang untuk membangun kepercayaan (*trust building*). Sebagaimana yang diungkapkan dalam laporan CNBC Indonesia, *love scaming* kini telah berevolusi menjadi sebuah industri kriminal yang terorganisir. Pelaku bukan lagi individu amatir, melainkan sindikat yang memiliki pembagian kerja rapi, mulai dari pencari target, penyusun skenario, hingga aktor lapangan. Kejahatan ini tidak hanya

menyerang aspek finansial, tetapi juga menghancurkan struktur psikologis dan harga diri korbannya.

Permasalahan *illogical*, *Paradoks "Lonely Smart": Mengapa Logika Terpentak?* Salah satu anomali yang paling menarik dalam fenomena ini adalah profil korban yang tidak jarang berasal dari kalangan intelektual, seperti dokter, pengacara, hingga pengusaha mandiri. Konten dari kumpulan menyoroti fenomena "*Lonely Smart*", di mana kecerdasan kognitif seseorang tidak menjadi jaminan perlindungan terhadap manipulasi emosional. Ada sebuah celah psikologis berupa kesepian atau kebutuhan akan figur pendamping ideal yang dieksploitasi oleh pelaku. Dalam konteks ini, pelaku tidak menyerang logika korban, melainkan mengelola kesan (*impression management*) sedemikian rupa sehingga mereka terlihat sebagai jawaban atas doa atau kebutuhan emosional korban.

Pada sisi ini muncul fenomena manajemen komunikasi "Dramaturgi dalam Komunikasi Manipulatif". Inti dari keberhasilan *love scamming* terletak pada kemahiran pelaku dalam memainkan peran. Mengacu pada teori Dramaturgi Erving Goffman, pelaku menciptakan "Panggung Depan" (*front stage*) yang nyaris sempurna. Dalam video Grace Tahir, terlihat bagaimana seorang korban (WS) dimanipulasi oleh sosok yang menampilkan diri sebagai staf organisasi internasional (UNICEF) dengan perilaku yang sangat santun dan religius. Pelaku mengelola setiap atribut komunikasi, mulai dari gaya bicara, pilihan kata, hingga aktivitas harian, untuk memperkuat kesan persona yang kredibel dan penuh empati. Sebaliknya, di "Panggung Belakang" (*back stage*), terdapat realitas yang kontradiktif: identitas asli yang disembunyikan, motif murni untuk merampok dan keberadaan keluarga asli pelaku yang turut menyembunyikan kejahatan tersebut.

Meskipun kasus ini marak terjadi, analisis mengenai bagaimana gaya komunikasi dan manajemen kesan dikonstruksi secara teknis masih terbatas. Sebagian besar literatur lebih fokus pada aspek hukum pidana, sementara aspek komunikasi manipulatif yang menjadi motor utama penipuan ini sering terabaikan. Penelitian ini krusial untuk mengungkap bagaimana mekanisme "pengelolaan kesan" bekerja dalam melumpuhkan daya kritis manusia, sehingga masyarakat tidak hanya waspada terhadap kehilangan materi, tetapi juga memahami pola serangan terhadap psikologi komunikasi mereka. Melalui analisis terhadap tiga konten video utama sebagai data primer, penelitian ini akan "membedah" bagaimana estetika peran dan gaya komunikasi pelaku mampu menciptakan simulakra (realitas semu) yang diterima sebagai kebenaran mutlak oleh korban.

Pada masyarakat Indonesia, masih terdapat tekanan sosial yang kuat terhadap individu, terutama wanita, terkait status pernikahan atau keberadaan pasangan. Fenomena *single parent* atau wanita karier yang belum menikah seringkali menghadapi stigma kesepian atau tuntutan untuk "melengkapi diri" dengan kehadiran pria. Kondisi sosiokultural ini menciptakan kerentanan psikologis yang dimanfaatkan pelaku. Pelaku mengelola kesan sebagai "penyelamat" atau "jawaban atas status sosial" korban, sehingga ketika pelaku menunjukkan minat serius, korban cenderung mengabaikan insting kewaspadaannya demi memenuhi harapan sosial tersebut.

Secara psikologis, komunikasi melalui media digital seringkali memicu efek *disinhibisi* online, di mana seseorang cenderung lebih cepat terbuka dan merasa memiliki kedekatan emosional yang mendalam dibandingkan interaksi tatap muka. Konsep *Hyper-personal Interaction* menjelaskan bahwa dalam komunikasi digital, seseorang dapat mengonstruksi pesan dengan sangat hati-hati untuk menciptakan kesan terbaik. Pelaku *love scamming* memanfaatkan jeda waktu dalam teks atau pesan suara untuk merancang narasi yang paling menyentuh, sehingga korban merasa

telah menemukan "belahan jiwa" hanya dalam hitungan hari atau minggu, padahal itu adalah hasil manipulasi informasi yang dikurasi secara ketat.

Dengan demikian, terdapat pergeseran tren kriminalitas global di mana kejahatan berbasis persuasi (*social engineering*) dianggap lebih menguntungkan dan memiliki risiko tertangkap yang lebih rendah dibandingkan kejahatan kekerasan konvensional. Dalam video CNBC Indonesia, disebutkan bahwa pelaku adalah sindikat internasional. Mereka melihat manipulasi kesan sebagai "investasi modal kecil untung besar." Dengan modal profil palsu dan kemampuan komunikasi persuasif, mereka dapat mengeruk miliaran rupiah tanpa perlu melakukan kontak fisik di awal. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen kesan bukan lagi sekadar interaksi sosial, melainkan telah menjadi instrumen ekonomi kriminal yang canggih.

Kini kehidupan telah berada di era *post-truth*, di mana keyakinan emosional seringkali lebih berpengaruh daripada fakta objektif (Mohamad Za'in Fiqron, 2023). Dalam kasus *love scamming*, pelaku membangun "kebenaran emosional" yang begitu kuat sehingga meskipun ada fakta-fakta yang janggal (misal: nama rekening yang berbeda atau alasan yang tidak masuk akal), korban tetap memilih untuk percaya pada kesan yang sudah dibangun pelaku. Sebagaimana yang diulas dalam kumparan, kecanggihan AI dan alat manipulasi digital membuat verifikasi informasi menjadi semakin sulit, sehingga manajemen kesan yang dilakukan pelaku terlihat sangat otentik bagi mata orang awam maupun kaum intelektual.

Inti dari keberhasilan *love scamming* terletak pada kemampuan pelaku dalam melakukan manajemen pengelolaan kesan (*impression management*) (Krisnawati, 2020). Pelaku secara sadar mengonstruksi identitas palsu yang sempurna, mulai dari profesi bergengsi hingga latar belakang kehidupan yang tragis, untuk menarik empati korban. Dalam kasus yang dipaparkan pada kanal Grace Tahir, terlihat bagaimana pelaku mampu mempertahankan performa tersebut tidak hanya di media digital, tetapi juga dalam interaksi langsung yang melibatkan manipulasi emosi dan kepercayaan tingkat tinggi.

Pelaku menggunakan strategi komunikasi yang menyerupai pementasan teater, di mana mereka hanya menampilkan "Panggung Depan" (*front stage*) yang ideal, sementara motif asli dan identitas asli disembunyikan rapat di "Panggung Belakang" (*back stage*). Ketidakmampuan korban dalam membedakan kedua panggung inilah yang menyebabkan kerugian material maupun imaterial dalam jumlah yang sangat besar (Riyantie & Arviana, 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berangkat dari persoalan meningkatnya praktik *love scamming* di ruang digital yang tidak hanya memanfaatkan kelemahan teknis korban, tetapi juga mengeksploitasi aspek psikologis, emosional, dan simbolik dalam komunikasi interpersonal daring. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menyoro aspek hukum, keamanan siber, atau kerugian finansial korban, penelitian ini secara khusus berfokus pada bagaimana pelaku mengonstruksi dan mempertahankan manipulasi komunikasi melalui strategi pengelolaan kesan (*impression management*). Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pelaku *love scamming* membangun *front stage* dan menyembunyikan *back stage* dalam interaksi digital, serta mengidentifikasi bentuk-bentuk strategi dramaturgis yang digunakan untuk menciptakan kepercayaan, kedekatan emosional, dan ketergantungan psikologis korban di media digital.

Penelitian ini menggunakan Teori Dramaturgi dari Erving Goffman sebagai landasan teoritis utama untuk memahami praktik komunikasi manipulatif dalam *love scamming*. Perspektif dramaturgi memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan (*performance*), di mana individu bertindak sebagai aktor yang secara sadar mengelola kesan untuk membentuk persepsi orang lain. Dalam konteks penelitian ini, teori dramaturgi digunakan untuk menjelaskan bagaimana

pelaku *love scamming* menampilkan identitas ideal pada panggung depan (*front stage*), menyembunyikan identitas asli pada panggung belakang (*back stage*) (Shabiriani, 2021), serta memanfaatkan berbagai teknik *impression management* untuk menciptakan realitas sosial semu yang dipercaya korban sebagai hubungan romantis yang autentik. Selain teori dramaturgi, penelitian ini juga diperkuat oleh konsep *computer-mediated communication* dan *hyperpersonal interaction* untuk menjelaskan bagaimana media digital memungkinkan manipulasi identitas dan kedekatan emosional berlangsung secara lebih intensif dibandingkan komunikasi tatap muka. (Nomleni, 2023; Kumalasari & Wijaya, 2024).

Kajian mengenai *love scamming* di Indonesia menunjukkan bahwa fenomena ini terus berkembang seiring meningkatnya penggunaan media digital dan aplikasi kencan daring. Penelitian oleh (Miranda Damayanti, Asri Elies Alamanda, 2025)(Dollivanya & Ilzam, 2025)(Kumalasari & Wijaya, 2024) menunjukkan bahwa pelaku penipuan daring memanfaatkan konstruksi identitas sosial dan simbol status untuk membangun kredibilitas di ruang digital. Sementara itu, penelitian (Syafriana, 2025)(Segara et al., 2025)(Pramana et al., 2024) menemukan bahwa komunikasi empatik dan perhatian intensif menjadi faktor utama terbentuknya keterikatan emosional korban dalam praktik *love scamming*. Penelitian Natalia dan (Esfandari & Satria Putri, 2021)(Putratama Napitupulu & Meliala, 2025) juga menegaskan bahwa pelaku menggunakan narasi penderitaan, religiusitas, dan profesi prestisius sebagai strategi manipulasi emosional untuk menurunkan kewaspadaan korban.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek hukum, keamanan digital, atau dampak psikologis korban, sedangkan kajian yang secara khusus membahas praktik *love scamming* melalui perspektif dramaturgi dan *impression management* masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan menempatkan *love scamming* sebagai praktik komunikasi dramaturgis yang dianalisis melalui konsep *front stage*, *back stage*, dan strategi pengelolaan kesan dalam komunikasi digital. Penelitian ini juga memperluas pembahasan mengenai bagaimana media digital berfungsi sebagai panggung simbolik yang memungkinkan pelaku menciptakan simulakra hubungan romantis yang diterima korban sebagai realitas (Wahdaniah & Maring, 2021)(Terpstra & Salet, 2020)(Riyantie et al., 2020).

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif-interpretatif (Tamangkeng & Maramis, 2022) untuk memahami strategi komunikasi manipulatif pelaku *love scamming* dalam mengelola kesan (*impression management*) di media digital (Lasmawan & Yudhistira, 2023). Pendekatan ini digunakan karena fenomena *love scamming* memerlukan interpretasi mendalam terhadap simbol, narasi, dan praktik komunikasi interpersonal digital. Seluruh rangkaian penelitian ini dilaksanakan dalam durasi penelitian selama empat bulan, yang dimulai dari tahap persiapan, pengumpulan data teks media, hingga analisis akhir pada bulan April 2026.

Sumber data penelitian berasal dari tiga konten video YouTube yang membahas kasus *love scamming*, yaitu video dari CNBC Indonesia, kumparan, dan Grace Tahir Official. Ketiga konten dipilih karena memiliki kredibilitas media, kedalaman narasi, serta merepresentasikan praktik *love scamming* di Indonesia secara komprehensif. Sementara itu, subjek penelitian bukan individu pelaku atau korban secara langsung, melainkan fenomena komunikasi manipulatif yang ditampilkan dan direkonstruksi dalam konten-konten tersebut. Dengan demikian, fokus penelitian terletak pada praktik komunikasi, bukan pada personalisasi aktor, sesuai dengan karakter penelitian komunikasi

berbasis teks dan media. Penentuan ketiga sumber data ini menggunakan teknik sampling berupa purposive sampling, di mana sampel dipilih secara sengaja berdasarkan kesesuaian karakteristik objek dengan tujuan riset. Karakteristik informan media atau subjek data yang dipilih meliputi video investigasi formal berskala nasional dari CNBC Indonesia, narasi kronologis interpersonal korban dari Kumparan, serta wawancara mendalam yang membongkar aspek psikologis dari saluran Grace Tahir Official, dengan total akumulasi durasi tayangan yang dianalisis secara intensif adalah sepanjang 84 menit.

Proses screening dilakukan dengan menyeleksi konten berdasarkan beberapa kriteria, yaitu: (1) membahas kasus love scamming secara spesifik; (2) memuat narasi pengalaman korban atau investigasi media; (3) menampilkan bentuk komunikasi pelaku; dan (4) menyediakan representasi visual maupun verbal yang dapat dianalisis menggunakan perspektif dramaturgi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital (Utama et al., 2021), dengan tahapan observasi audiovisual, transkripsi selektif dan klasifikasi data berdasarkan kategori dramaturgis. Teknik dokumentasi digital lazim digunakan dalam penelitian komunikasi digital karena memungkinkan analisis mendalam terhadap pesan yang telah diproduksi dan dipublikasikan secara terbuka.

Dalam prosedur penelitian yang dijalankan, peneliti tidak melakukan proses wawancara langsung melainkan menerapkan prosedur analisis teks media terstruktur. Prosedur ini diawali dari tahap observasi audiovisual berupa pengamatan berulang, dilanjutkan dengan tahap transkripsi selektif untuk mengubah rekaman verbal menjadi teks tertulis, lalu tahap coding atau pengodean naskah, kemudian tahap reduksi data untuk menyaring dan memilah data yang relevan dengan fokus kajian, hingga berakhir pada tahap verifikasi data untuk memastikan kejelasan temuan.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik *qualitative content analysis* melalui tahapan reduksi data, kategorisasi dramaturgis, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada konsep front stage, back stage, setting, serta strategi impression management seperti *ingratiation*, *self-promotion*, dan *supplication* dalam komunikasi digital. Pada tahapan analisis data yang lebih detail, proses diawali dengan tindakan coding atau pengodean, di mana peneliti memberikan label berkode pada setiap potongan kalimat transkrip berdasarkan indikator strategi manajemen kesan. Setelah pengodean selesai, peneliti melakukan tahap kategorisasi untuk mengelompokkan kode-kode tersebut ke dalam ruang dramaturgis yang sesuai, baik panggung depan maupun panggung belakang.

Untuk memastikan validitas data dan keabsahan temuan dari penelitian teks ini, peneliti menerapkan teknik triangulasi data dan triangulasi teori. Langkah triangulasi sumber data diwujudkan dengan membandingkan, menyilangkan, dan menguji konsistensi pola komunikasi pelaku *love scamming* dari tiga sumber media yang berbeda guna mencapai titik jenuh data. Sementara itu, triangulasi teori dilakukan dengan mengombinasikan perspektif dramaturgi Erving Goffman bersama taksonomi manajemen kesan milik Jones dan Pittman sebagai pisau analisis, sehingga interpretasi yang dihasilkan menjadi lebih objektif, sah, serta terhindar dari bias subjektivitas peneliti.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Objek Penelitian

1. *Fenomena Love Scamming: Cara Kenali Modus Pelaku (CNBC Indonesia)*

Konten video CNBC Indonesia merepresentasikan fenomena *love scamming* sebagai praktik komunikasi manipulatif yang mengandalkan konstruksi identitas sosial dan validasi simbolik untuk membangun kepercayaan korban. Dalam perspektif dramaturgi, pelaku menampilkan *front stage*

performance yang dirancang secara sistematis agar sesuai dengan ekspektasi sosial korban, khususnya terkait keamanan finansial dan stabilitas masa depan. Identitas profesional seperti bekerja di sektor migas, proyek internasional, atau perusahaan multinasional digunakan sebagai simbol status yang memiliki nilai legitimasi tinggi dalam struktur sosial Indonesia, sehingga mampu mereduksi kecurigaan korban sejak tahap awal interaksi.

Strategi identitas profesional dalam *love scamming* berfungsi sebagai bentuk *self-promotion* yang memperkuat kesan kompetensi dan keberhasilan hidup. CNBC Indonesia menyoroti bahwa klaim pekerjaan bergengsi tidak hanya berperan sebagai narasi ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen psikologis untuk membangun rasa aman emosional dan finansial pada korban. Penelitian komunikasi digital di Indonesia menunjukkan bahwa status pekerjaan dan afiliasi institusional masih menjadi indikator kepercayaan interpersonal yang dominan dalam relasi daring, terutama ketika interaksi berlangsung tanpa pertemuan fisik.

Selain itu, video ini mengungkap praktik validasi pihak ketiga, yang menunjukkan bahwa *love scamming* sering dilakukan oleh sindikat terorganisir, bukan aktor tunggal. Pelaku melibatkan individu lain untuk berperan sebagai atasan, rekan kerja, atau pihak institusi yang seolah-olah mengonfirmasi identitas palsu yang ditampilkan. Dalam kerangka dramaturgi, aktor pendukung ini berfungsi sebagai *supporting cast* yang memperkuat realisme pertunjukan di panggung depan. Validasi semu tersebut memperdalam ilusi autentisitas dan mempersempit ruang kritis korban untuk mempertanyakan kebenaran identitas pelaku.

Lebih jauh, CNBC Indonesia menegaskan adanya permainan psikologis berbasis riset korban, di mana pelaku secara aktif menggali informasi personal korban melalui media sosial, percakapan awal, dan pola respons emosional. Informasi tersebut kemudian digunakan untuk menyesuaikan gaya komunikasi, nilai, dan tujuan hidup yang ditampilkan, sehingga pelaku tampak sebagai pasangan ideal yang memiliki visi hubungan serius, bahkan pernikahan. Praktik ini mencerminkan bentuk *impression management* yang adaptif, di mana pelaku secara dinamis mengatur peran dan narasi sesuai dengan kondisi psikologis korban.

Secara keseluruhan, analisis terhadap konten CNBC Indonesia menunjukkan bahwa *love scamming* bekerja melalui kombinasi konstruksi identitas simbolik, validasi sosial palsu, dan manipulasi psikologis berbasis empati dan harapan relasional. Praktik ini menegaskan bahwa kejahatan *love scamming* tidak semata-mata berbasis kebohongan faktual, melainkan merupakan pertunjukan komunikasi yang dirancang secara dramaturgis untuk menciptakan realitas sosial semu yang diyakini korban sebagai hubungan romantis yang autentik.

2. Love Scam: Kok Orang Pintar Masih Bisa Ketipu? (Kumparan)

Konten video kumparan menyoroti paradoks utama dalam fenomena *love scamming*, yakni bagaimana individu yang secara kognitif cerdas, mandiri, dan berpendidikan tetap dapat terjebak dalam relasi manipulatif. Fokus utama analisis dalam video ini terletak pada komunikasi empatik yang diarahkan pada kelompok *lonely smart*, yaitu individu dengan kapasitas intelektual tinggi namun mengalami kekosongan emosional. Dalam perspektif dramaturgi, pelaku secara sadar membangun peran sebagai figur yang menyediakan *ruang aman emosional* (*emotional safe space*), bukan sebagai subjek yang menguji logika korban. Temuan ini memperkuat argumen bahwa *love scamming* bekerja pada ranah afeksi dan kebutuhan relasional, bukan pada kelemahan intelektual korban.

Strategi targeting emosional menjadi elemen kunci dalam pengelolaan kesan pada objek penelitian ini. Pelaku memetakan kondisi psikologis korban melalui narasi awal, respons emosional, dan kebiasaan komunikasi digital, lalu menyesuaikan gaya interaksi agar tampak

suportif, protektif, dan non-judgmental. Dalam konteks ini, pelaku memposisikan diri sebagai mitra komunikasi yang memahami tekanan hidup wanita mandiri dan profesional, sehingga korban memaknai interaksi tersebut sebagai bentuk kedekatan yang jarang mereka peroleh di lingkungan sosial nyata. Penelitian komunikasi interpersonal digital di Indonesia menunjukkan bahwa empati semu yang konsisten dapat menciptakan ilusi keintiman yang kuat, bahkan dalam relasi yang sepenuhnya dimediasi teknologi.

Lebih lanjut, video kumparan mengungkap adanya pola klasik *love scamming* yang berlangsung secara sistematis dan berurutan. Tahap build trust ditandai dengan intensitas komunikasi tinggi dan konsistensi narasi diri pelaku. Tahap emotional bonding ditunjukkan melalui keterbukaan emosional, janji masa depan, dan pembungkaihan relasi sebagai hubungan eksklusif dan serius. Tahap akhir, financial extraction, muncul ketika ikatan emosional telah cukup kuat, sehingga permintaan bantuan finansial dapat diterima korban sebagai tindakan empatik, bukan sebagai indikasi penipuan. Pola bertahap ini sejalan dengan temuan penelitian nasional yang menyatakan bahwa keberhasilan *love scamming* sangat bergantung pada ketepatan waktu (*timing*) dalam eskalasi permintaan materi.

Aspek penting lain yang disoroti adalah konstruksi identitas digital melalui anonimitas media daring. Pelaku memanfaatkan anonimitas digital untuk menciptakan persona ideal yang bebas dari batasan identitas dunia nyata. Foto profil, latar pekerjaan, dan gaya hidup dikurasi secara selektif untuk membangun kesan kesempurnaan dan kompatibilitas dengan korban. Dalam kerangka dramaturgi, identitas digital ini berfungsi sebagai *setting* yang menopang performa panggung depan, sementara identitas asli pelaku sepenuhnya disembunyikan di panggung belakang. Penelitian tentang komunikasi bermediasi komputer di Indonesia menunjukkan bahwa anonimitas digital memperluas ruang manipulasi identitas dan memperlemah mekanisme verifikasi interpersonal.

Secara keseluruhan, analisis terhadap video kumparan menunjukkan bahwa *love scamming* pada kelompok *lonely smart* merupakan praktik komunikasi manipulatif yang sangat bergantung pada empati performatif, pengelolaan emosi, dan konstruksi identitas digital ideal. Temuan ini menegaskan bahwa kecerdasan kognitif tidak serta-merta menjadi pelindung dari penipuan berbasis relasi emosional, karena pelaku memanfaatkan celah afektif yang bersifat universal dalam pengalaman manusia. Oleh karena itu, pendekatan pencegahan *love scamming* tidak cukup hanya berfokus pada literasi digital teknis, tetapi juga pada literasi emosional dan kesadaran akan manipulasi komunikasi empatik di ruang digital.

3. Dirampok Miliaran Rupiah Akibat Love Scam! (Grace Tahir)

Video yang disampaikan oleh Grace Tahir menampilkan eskalasi praktik *love scamming* dari komunikasi bermediasi digital menuju interaksi langsung (tatap muka), yang memperlihatkan intensifikasi strategi manipulasi berbasis kepercayaan dan kedekatan emosional. Fokus utama analisis pada objek ini adalah praktik *love bombing* dan eksploitasi kepercayaan interpersonal, yang dalam perspektif dramaturgi menunjukkan pergeseran dari panggung digital ke panggung sosial nyata. Peralihan ini menandai tahap lanjutan dalam skema *love scamming*, di mana pengelolaan kesan tidak lagi terbatas pada simbol digital, tetapi diwujudkan melalui performa tubuh, perilaku keseharian, dan interaksi langsung yang sarat muatan emosional.

Strategi persona religius dan santun menjadi instrumen utama dalam meluluhkan pertahanan moral korban. Pelaku secara sadar membangun citra sebagai individu yang sedang mendalami Islam, membangunkan salat tahajud, dan menunjukkan kesantunan ekstrem dalam perilaku sehari-hari. Dalam konteks sosial Indonesia yang menjunjung tinggi nilai religiusitas,

simbol-simbol keagamaan berfungsi sebagai *moral credential* yang memberikan legitimasi etis terhadap identitas pelaku. Penelitian komunikasi simbolik di Indonesia menunjukkan bahwa atribut religius sering kali dipersepsikan sebagai indikator kejujuran dan niat baik, sehingga menurunkan kewaspadaan korban terhadap potensi manipulasi.

Praktik *love bombing* pada objek ini tampil dalam bentuk perhatian intensif yang berlangsung sepanjang hari, disertai perilaku melayani secara fisik seperti memijat atau melakukan perawatan pribadi. Tindakan-tindakan tersebut bukan sekadar ekspresi afeksi, melainkan bagian dari strategi *ingratiation* yang dirancang untuk menciptakan ketergantungan emosional. Dalam perspektif dramaturgi, pelaku memainkan peran pasangan ideal yang sepenuhnya hadir dan melayani, sehingga korban mengalami *emotional overload* yang mengaburkan batas rasional dalam menilai relasi. Penelitian nasional tentang manipulasi emosional dalam relasi interpersonal menunjukkan bahwa intensitas perhatian yang tidak proporsional sering kali menjadi indikator awal hubungan manipulatif, meskipun kerap ditafsirkan korban sebagai bentuk kasih sayang autentik.

Selain itu, pelaku juga menerapkan teknik distraksi melalui narasi tragis, seperti cerita tentang istri yang meninggal dalam kecelakaan pesawat. Narasi ini berfungsi sebagai strategi *supplication*, di mana pelaku menampilkan diri sebagai individu yang terluka dan membutuhkan dukungan emosional. Dengan memosisikan diri sebagai korban masa lalu, pelaku berhasil memindahkan fokus korban dari proses verifikasi identitas menuju empati dan rasa iba. Penelitian tentang komunikasi empatik semu menunjukkan bahwa narasi penderitaan personal sering digunakan untuk membungkam kecurigaan dan mempercepat pembentukan ikatan emosional yang asimetris.

Aspek lain yang krusial adalah manipulasi status melalui klaim bekerja di organisasi internasional seperti UNICEF. Klaim ini memberikan dua lapis legitimasi sekaligus, yaitu profesionalitas global dan otoritas moral berbasis kemanusiaan. Dalam kerangka *impression management*, status organisasi internasional berfungsi sebagai simbol kepercayaan yang sulit dipertanyakan, terutama dalam interaksi interpersonal yang telah dilandasi kedekatan emosional. Penelitian komunikasi organisasi dan kepercayaan publik di Indonesia menunjukkan bahwa afiliasi dengan lembaga internasional sering diasosiasikan dengan integritas dan kredibilitas tinggi, sehingga efektif digunakan sebagai alat manipulasi simbolik.

Secara keseluruhan, analisis terhadap video Grace Tahir menunjukkan bahwa *love scamming* pada tahap lanjut merupakan praktik komunikasi manipulatif yang mengintegrasikan *love bombing*, simbol religius, narasi penderitaan dan status profesional palsu dalam satu rangkaian performa dramaturgis. Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang berhasil dibangun, semakin besar pula kerugian material dan psikologis yang dialami korban. Dengan demikian, objek ini menegaskan bahwa *love scamming* bukan sekadar penipuan digital, melainkan kejahatan komunikasi yang mampu merembes ke ruang sosial nyata dan menghasilkan dampak ekstrem.

Jika ketiga konten, CNBC Indonesia, kumparan, dan Grace Tahir, diposisikan sebagai satu kesatuan objek penelitian, maka teori Dramaturgi Erving Goffman memberikan kerangka analitis yang komprehensif untuk menjelaskan bagaimana praktik *love scamming* bekerja sebagai sebuah pertunjukan komunikasi yang terstruktur dan sistematis. Ketiga konten tersebut menunjukkan bahwa pelaku secara konsisten mengelola interaksi sosial layaknya aktor dalam sebuah panggung teater, dengan tujuan utama membentuk definisi situasi yang menguntungkan dirinya dan merugikan korban. Dalam konteks ini, *love scamming* tidak lagi dapat dipahami sebagai penipuan

individual semata, melainkan sebagai praktik komunikasi manipulatif yang mengandalkan performa, simbol, dan kontrol emosi.

Pada level *front stage* (panggung depan), pelaku menampilkan diri sebagai sosok pria ideal yang mapan secara ekonomi, religius, penuh perhatian, dan memiliki afiliasi dengan institusi terhormat seperti sektor migas, organisasi internasional (UNICEF), atau profesi bergengsi lainnya. Seluruh atribut komunikasi, mulai dari cara berbicara yang santun, penguasaan istilah teknis, perhatian emosional yang intens, hingga narasi masa depan seperti pernikahan, dikonstruksi secara sadar untuk meyakinkan “penonton”, yaitu korban. Penelitian komunikasi digital di Indonesia menunjukkan bahwa performa identitas semacam ini berfungsi sebagai *symbolic capital* yang secara signifikan meningkatkan kepercayaan interpersonal dalam relasi daring.

Sebaliknya, pada level *back stage* (panggung belakang), ketiga objek penelitian mengungkap realitas yang sepenuhnya berbeda dari citra yang ditampilkan. Pelaku *love scamming* umumnya merupakan bagian dari sindikat kriminal, menggunakan identitas palsu, bahkan dalam beberapa kasus telah memiliki keluarga dan riwayat penipuan berulang. Motif utama dari seluruh performa komunikasi tersebut bukanlah relasi romantis, melainkan ekstraksi finansial yang dilakukan secara bertahap dan terencana. Kontras tajam antara panggung depan dan panggung belakang ini menegaskan karakter dramaturgis dari *love scamming*, di mana kebohongan bukan sekadar isi pesan, tetapi melekat pada keseluruhan peran yang dimainkan.

Dari sisi gaya komunikasi, sintesis ketiga konten menunjukkan pola interaksi yang bersifat asimetris, di mana pelaku mendominasi narasi emosional dan mengendalikan ritme hubungan. Pelaku secara aktif mengarahkan topik pembicaraan, membingkai emosi korban, serta menentukan kapan dan bagaimana eskalasi hubungan terjadi. Dominasi ini menyebabkan terjadinya *reduced critical thinking* pada korban, karena proses evaluasi rasional tergeser oleh kebutuhan akan validasi emosional dan koneksi manusiawi. Penelitian nasional tentang komunikasi interpersonal bermediasi teknologi menunjukkan bahwa bias validasi, empati semu dan ilusi kedekatan merupakan faktor kunci yang melemahkan daya kritis individu dalam relasi digital yang manipulatif.

Dengan demikian, sintesis ini menegaskan bahwa *love scamming* merupakan fenomena komunikasi yang bekerja melalui integrasi dramaturgi (*front stage–back stage*), *impression management* dan eksploitasi emosi manusia. Ketiga objek penelitian saling melengkapi dalam menunjukkan spektrum praktik *love scamming*, mulai dari konstruksi identitas digital, manipulasi empati, hingga eskalasi ke interaksi langsung dan kerugian material ekstrem. Temuan ini memperkuat kontribusi teoretis penelitian, bahwa pencegahan *love scamming* tidak cukup dilakukan melalui literasi digital teknis semata, melainkan harus mencakup pemahaman kritis terhadap performa komunikasi dan manipulasi emosi dalam relasi interpersonal digital.

Analisis Dramaturgi dalam Love Scaming

Praktik *love scamming* merupakan proses konstruksi realitas sosial yang dirancang secara sadar melalui pengelolaan panggung interaksi, sebagaimana dijelaskan dalam teori dramaturgi Erving Goffman. Pelaku tidak sekadar menyampaikan pesan palsu, tetapi secara sistematis membangun identitas ideal yang dapat diterima dan diyakini korban sebagai realitas autentik. Dalam perspektif konstruktivis, realitas hubungan asmara yang dialami korban bukanlah refleksi dari fakta objektif, melainkan hasil negosiasi makna yang dikendalikan sepenuhnya oleh pelaku melalui performa komunikasi.

Pada level konstruksi panggung depan (*front stage*), pelaku menampilkan pencitraan identitas ideal yang dirancang untuk memenuhi ekspektasi sosial dan emosional korban. Data

menunjukkan bahwa pelaku secara konsisten menggunakan atribut profesi berstatus tinggi sebagai bagian dari *setting* dan *appearance*, seperti mengaku bekerja di sektor migas, profesional IT, hingga tentara asing yang sedang bertugas. Atribut profesi ini berfungsi sebagai simbol otoritas dan stabilitas finansial yang secara sosial diasosiasikan dengan keamanan dan kredibilitas, sehingga sejak awal interaksi korban diarahkan untuk menanggukkan kecurigaan rasionalnya. Dalam konstruksi ini, status sosial tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi sebagai alat legitimasi makna yang memperkuat definisi situasi yang diinginkan pelaku.

Selain itu, pelaku juga membangun persona moral dan religius sebagai bagian dari *manner* dalam panggung depan. Temuan dari video Grace Tahir menunjukkan bagaimana pelaku menampilkan diri sebagai pria yang santun, menghormati perempuan, dan religius, misalnya dengan berpura-pura mengajak beribadah. Dalam konteks sosial Indonesia yang menjunjung tinggi nilai religiusitas, simbol-simbol moral tersebut berfungsi sebagai mekanisme penurunan kewaspadaan (*moral disarmament*), karena korban cenderung mengaitkan religiusitas dengan kejujuran dan niat baik. Dengan demikian, nilai moral direduksi menjadi instrumen strategis dalam pertunjukan komunikasi.

Panggung depan ini semakin diperkuat melalui representasi gaya hidup mewah sebagai bagian dari *personal front*. Pelaku memamerkan foto-foto di lokasi eksklusif seperti pusat kebugaran premium, apartemen mewah, atau kendaraan kelas atas untuk memvalidasi klaim status sosial yang telah dibangun secara verbal. Visualisasi gaya hidup ini berfungsi sebagai bukti simbolik yang memperkuat konsistensi narasi identitas, sehingga korban semakin terikat pada realitas sosial semu yang dikonstruksi pelaku.

Berbanding terbalik dengan panggung depan, panggung belakang (*back stage*) mengungkap realitas yang sepenuhnya kontradiktif. Data penelitian menunjukkan bahwa di balik satu identitas digital yang tampak personal, sering kali terdapat operasi sindikat terorganisir. Video kumparan mengungkap adanya pembagian peran yang jelas, mulai dari operator percakapan, penyedia materi visual palsu, hingga pihak yang mengelola aliran dana hasil penipuan. Dalam perspektif dramaturgi, panggung belakang menjadi ruang di mana skenario disiapkan, peran dibagi, dan strategi manipulasi dievaluasi tanpa sepengetahuan “penonton”.

Selain itu, pelaku melakukan riset mendalam terhadap calon korban sebelum dan selama proses interaksi. Media sosial dimanfaatkan sebagai sumber informasi untuk memetakan kondisi emosional, kerentanan psikologis, serta kebutuhan afektif korban. Riset ini memungkinkan pelaku menyesuaikan gaya komunikasi sehingga terasa sangat personal, relevan, dan “sejiwa”. Dalam konstruktivisme sosial, praktik ini menunjukkan bahwa makna kedekatan dan kecocokan bukanlah sesuatu yang alami, melainkan hasil rekayasa komunikasi yang berbasis data personal korban.

Motif utama yang menggerakkan seluruh skenario panggung belakang adalah kriminalitas finansial murni. Hubungan asmara yang ditampilkan di panggung depan tidak memiliki nilai intrinsik, melainkan berfungsi sebagai “alat produksi” untuk mengekstraksi sumber daya ekonomi korban. Temuan ini menegaskan bahwa afeksi, empati, dan komitmen yang dialami korban merupakan hasil dari relasi kuasa komunikatif yang timpang.

Untuk menjaga stabilitas pertunjukan, pelaku menerapkan berbagai teknik manajemen pengelolaan kesan (*impression management*). Teknik *love bombing* atau *ingratiation* dilakukan dengan memberikan perhatian berlebihan secara intensif pada fase awal hubungan, sehingga korban mengalami ketergantungan emosional dan merasa memiliki ikatan yang unik dan eksklusif. Perhatian yang tampak sebagai kasih sayang ini secara konstruktivis berfungsi membentuk realitas emosional korban yang sulit dipertanyakan.

Pelaku juga mengeksploitasi empati korban melalui narasi kerentanan (*vulnerability*), seperti cerita tentang kehilangan pasangan atau anak yang sakit. Narasi ini memancing insting merawat (*nurturing instinct*) korban dan menciptakan ilusi keterbukaan emosional. Dengan cara ini, korban merasa dilibatkan dalam “panggung belakang palsu” yang seolah-olah mencerminkan kejujuran dan kedekatan, padahal seluruh narasi tersebut merupakan bagian dari skenario manipulatif.

Tahap berikutnya adalah penciptaan krisis buatan (*crisis setting*), di mana pelaku menghadirkan situasi darurat seperti masalah hukum, kecelakaan kerja, atau rekening yang diblokir. Krisis ini berfungsi sebagai titik kulminasi dramaturgis, di mana definisi situasi yang telah diterima korban mendorongnya untuk mengambil tindakan finansial atas nama cinta, empati, dan tanggung jawab moral.

Temuan unik dari penelitian ini, khususnya dari video Grace Tahir, menunjukkan adanya transisi dari panggung digital ke “panggung nyata”, yang menandai eskalasi bahaya secara signifikan. Ketika manajemen kesan di ruang digital mulai retak akibat meningkatnya kecurigaan korban, pelaku dapat dengan cepat mengubah peran dari “pecinta ideal” menjadi “pelaku kriminal terbuka”. Perubahan peran ini menunjukkan bahwa dramaturgi *love scamming* bersifat fleksibel dan oportunistik, di mana kekerasan fisik menjadi opsi ketika manipulasi simbolik tidak lagi efektif. Dengan demikian, *love scamming* tidak hanya merepresentasikan kejahatan komunikasi, tetapi juga berpotensi berkembang menjadi ancaman nyata terhadap keselamatan fisik korban.

Tabel 1. Ringkasan Temuan

Elemen Dramaturgi	Temuan pada Pelaku Love Scaming
<i>Front Stage</i>	Profesi mapan (Migas/UNICEF), religius, perhatian, foto profil mewah.
<i>Back Stage</i>	Sindikrat kriminal, penggunaan identitas curian, motif murni finansial.
<i>Personal Front</i>	Tutur kata santun, <i>love bombing</i> , penggunaan istilah teknis profesional.
<i>Setting</i>	Lokasi gym mewah, kantor palsu, atau latar belakang luar negeri.
<i>Mystification</i>	Menciptakan jarak lewat alasan "tugas luar kota" agar tidak bisa video call/bertemu.

Pola Komunikasi Hiper-Personal dan Manipulasi Ruang Digital

Berdasarkan analisis terhadap video kumparan, keberhasilan manajemen pengelolaan kesan dalam praktik *love scamming* sangat dipengaruhi oleh karakteristik komunikasi digital yang bersifat asinkron (*asynchronous*). Tidak adanya tuntutan respons secara serempak memberi pelaku ruang temporal untuk merancang dan mengendalikan pesan secara strategis. Dalam perspektif konstruktivis, ruang digital ini memungkinkan pelaku tidak sekadar menyampaikan pesan, tetapi memproduksi realitas interaksi yang disesuaikan dengan kondisi psikologis korban. Komunikasi tidak lagi bersifat spontan sebagaimana dalam interaksi tatap muka, melainkan menjadi proses kurasi simbolik yang terencana.

Pada level optimalisasi pesan, setiap bentuk komunikasi yang dikirimkan pelaku dapat dipahami sebagai “naskah” dramaturgis yang telah melalui proses seleksi dan pengujian efektivitas. Pelaku memiliki waktu untuk memilih diksi yang paling menyentuh emosi, menyusun kalimat yang membangun keintiman, serta mengatur ritme percakapan agar korban mengalami sensasi keterhubungan yang intens. Dalam kerangka komunikasi hiper-personal, kondisi ini memungkinkan pelaku menghadirkan versi diri yang jauh lebih ideal, empatik, dan konsisten dibandingkan identitas yang mungkin dapat dipertahankan dalam interaksi nyata. Secara

psikologis, pola komunikasi semacam ini memicu respons afektif korban, termasuk pelepasan hormon dopamin dan oksitosin, yang memperkuat rasa nyaman, keterikatan, dan kepercayaan emosional.

Lebih jauh, praktik *love scamming* juga ditopang oleh penciptaan simulakra identitas, yaitu realitas buatan yang tidak lagi merepresentasikan individu nyata, melainkan citra simbolik yang dikonstruksi secara selektif. Pelaku memanfaatkan foto-foto curian dari akun militer, profesional internasional, atau figur berstatus tinggi untuk menciptakan persona yang tampak autentik dan kredibel. Dalam perspektif konstruktivisme sosial, korban tidak berinteraksi dengan individu sebagai subjek nyata, melainkan dengan rangkaian simbol visual dan narasi yang membentuk persepsi realitas. Simbol-simbol ini bekerja lebih kuat daripada fakta objektif, karena tidak pernah diuji melalui verifikasi langsung.

Manipulasi ruang digital ini menyebabkan terjadinya pergeseran otoritas realitas, di mana citra dan narasi yang ditampilkan pelaku menjadi lebih dipercaya daripada pengalaman empiris korban sendiri. Ruang digital berfungsi sebagai panggung yang sepenuhnya dapat dikendalikan oleh pelaku, sementara korban berperan sebagai penonton yang menafsirkan pertunjukan tanpa akses ke panggung belakang. Akibatnya, hubungan yang dibangun terasa sangat personal dan mendalam, padahal sepenuhnya merupakan hasil rekayasa komunikasi hiper-personal yang memanfaatkan keterbatasan verifikasi dan kebutuhan afektif manusia.

Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa *love scamming* merupakan praktik manipulasi komunikasi yang secara sistematis mengeksploitasi sifat asinkron, anonimitas dan fleksibilitas ruang digital. Komunikasi hiper-personal tidak hanya memperkuat efektivitas manajemen kesan pelaku, tetapi juga menciptakan realitas simbolik yang menjebak korban dalam hubungan yang tampak lebih “nyata” daripada realitas itu sendiri. Hal ini memperlihatkan bahwa tantangan utama dalam pencegahan *love scamming* bukan semata pada aspek teknologi, melainkan pada kesadaran kritis terhadap bagaimana makna dan keintiman dikonstruksi dalam interaksi digital.

Mekanisme "Mystification" (Mistifikasi) dalam Dramaturgi

Dalam kerangka dramaturgi Erving Goffman, mistifikasi (*mystification*) merupakan strategi aktor untuk menciptakan jarak simbolik antara dirinya dan penonton, sehingga penonton memaknai aktor sebagai sosok yang memiliki otoritas, keistimewaan, atau kompleksitas yang tidak mudah dipertanyakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme mistifikasi menjadi salah satu pilar utama dalam praktik *love scamming*, karena memungkinkan pelaku mempertahankan kendali atas definisi situasi sekaligus membatasi akses korban terhadap verifikasi rasional.

Salah satu bentuk mistifikasi yang dominan adalah penciptaan kerahasiaan pekerjaan. Dalam video CNBC Indonesia, pelaku kerap mengaku bekerja di lokasi terpencil seperti lepas pantai migas, kamp militer, atau proyek strategis pemerintah yang bersifat rahasia. Narasi ini berfungsi sebagai *justification frame* untuk menjelaskan ketidakhadiran pelaku dalam interaksi visual seperti *video call*, keterbatasan waktu komunikasi, maupun alasan kebutuhan dana darurat yang tidak dapat ditelusuri secara administratif. Dalam perspektif konstruktivis, kerahasiaan ini bukan sekadar informasi latar, melainkan simbol kekuasaan yang menghalangi korban untuk mengakses realitas di balik panggung depan.

Selain itu, pelaku juga membangun otoritas semu melalui bahasa teknis, seperti penggunaan istilah-istilah perminyakan, militer, atau diplomatik. Bahasa teknis ini menciptakan batasan intelektual (*intellectual boundary*) antara pelaku dan korban. Ketika korban merasa tidak memiliki pengetahuan yang setara, relasi komunikasi menjadi hierarkis, di mana pelaku diposisikan sebagai

figur ahli yang tidak layak diragukan. Dalam kerangka dramaturgi, praktik ini memperkuat jarak antara aktor dan penonton, sehingga pertanyaan kritis dari korban dianggap sebagai tindakan yang “tidak pantas” atau “tidak memahami konteks”.

Mistifikasi ini berimplikasi langsung pada pelemahan daya kritis korban. Jarak simbolik yang tercipta menyebabkan korban lebih fokus pada kekaguman terhadap identitas dan peran pelaku, daripada pada inkonsistensi narasi yang sebenarnya dapat diverifikasi. Dalam relasi *love scamming*, mistifikasi berfungsi untuk menunda bahkan meniadakan proses rasionalisasi, karena korban menginternalisasi posisi inferior secara epistemik, merasa tidak cukup kompeten untuk mempertanyakan detail teknis maupun prosedural yang disampaikan pelaku.

Dengan demikian, mekanisme mistifikasi dalam *love scamming* tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap manajemen kesan, tetapi sebagai alat kontrol relasi kuasa dalam interaksi digital. Pelaku secara aktif memproduksi jarak, kerahasiaan, dan kompleksitas simbolik agar panggung belakang tetap tersembunyi dan pertunjukan di panggung depan terus dipercaya. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan *love scamming* sangat bergantung pada kemampuan pelaku untuk mengatur bukan hanya apa yang ditampilkan, tetapi juga apa yang sengaja tidak dapat diakses oleh korban.

Siklus Dramaturgis: Dari "The Lover" Menjadi "The Victim"

Penelitian ini menemukan adanya pergeseran peran (*role-switching*) yang sistematis dalam praktik *love scamming*, yang berfungsi sebagai mekanisme utama manipulasi finansial terhadap korban. Pergeseran peran ini menunjukkan bahwa pelaku tidak memainkan satu identitas statis, melainkan secara sadar mengatur transisi peran sesuai dengan dinamika relasi dan tingkat keterikatan emosional korban. Dalam perspektif dramaturgi Goffman, *role-switching* ini merupakan bentuk pengelolaan pertunjukan yang adaptif untuk mempertahankan kontrol atas definisi situasi.

Pada tahap inisiasi, pelaku menampilkan peran sebagai *The Perfect Man*. Di fase ini, pelaku sepenuhnya beroperasi di panggung depan (*front stage*) dengan membangun citra sebagai pria ideal: mapan secara ekonomi, penuh perhatian, protektif, religius, dan memiliki orientasi hubungan jangka panjang. Identitas ini dikonstruksi melalui komunikasi intensif, konsistensi narasi hidup, serta manajemen kesan yang menonjolkan stabilitas dan keamanan emosional. Secara konstruktivis, tahap ini berfungsi untuk membangun realitas sosial bersama, di mana korban menerima definisi pelaku sebagai pasangan yang layak dipercaya dan diinvestasikan secara emosional.

Memasuki tahap krisis, terjadi pergeseran peran menjadi *The Tragic Hero*. Pelaku tidak lagi memosisikan diri sebagai figur dominan yang melindungi, melainkan sebagai individu yang tertimpa musibah, seperti sakit mendadak, masalah hukum, kecelakaan kerja, atau kendala administratif. Pada titik ini, pelaku secara strategis mengundang korban masuk ke “panggung belakang palsu”, yaitu ruang naratif yang seolah-olah memperlihatkan sisi rapuh dan autentik pelaku. Dalam kerangka dramaturgi, ini merupakan manipulasi batas antara *front stage* dan *back stage*, di mana yang ditampilkan bukanlah realitas sejati, melainkan simulasi kerentanan yang dirancang untuk memicu empati dan rasa tanggung jawab korban.

Tahap ini menjadi krusial karena relasi kuasa mulai berbalik. Jika pada tahap awal pelaku berperan sebagai penyelamat emosional, maka pada tahap krisis korban didorong untuk mengambil peran sebagai penyelamat finansial. Interpretasi konstruktivis menunjukkan bahwa korban tidak lagi bertindak berdasarkan rasionalitas ekonomi, melainkan berdasarkan makna relasional yang

telah dibangun sebelumnya, bahwa membantu pelaku sama artinya dengan mempertahankan hubungan dan identitas diri sebagai pasangan yang setia.

Pada tahap ekstraksi, pelaku bertransformasi menjadi *The Collector*. Setelah dana dikirim, pelaku mempertahankan kesan bahwa hubungan masih berlanjut dengan janji pertemuan, rencana masa depan, atau penyelesaian masalah yang “tinggal selangkah lagi”. Strategi ini dilakukan untuk memaksimalkan ekstraksi finansial hingga titik jenuh korban. Namun, ketika potensi keuntungan menurun atau risiko terbongkarnya identitas meningkat, pelaku akan mengakhiri pertunjukan secara abrupt melalui *ghosting* atau bahkan beralih ke bentuk intimidasi. Dalam dramaturgi, fase ini menandai berakhirnya pertunjukan dan pembubaran relasi simbolik antara aktor dan penonton.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa *love scamming* bukan sekadar penipuan berbasis kebohongan individual, melainkan praktik dramaturgis yang kompleks, di mana pelaku secara sadar mengelola peran, emosi, dan transisi identitas untuk mengontrol alur interaksi. *Role-switching* menjadi bukti bahwa kejahatan ini bekerja melalui manipulasi makna dan relasi, bukan semata-mata melalui kebohongan faktual, sehingga menjelaskan mengapa korban dari berbagai latar belakang pendidikan dan intelektual tetap dapat terjatuh dalam skema ini.

Eskalasi Panggung ke Ranah Fisik: Dari Performativitas Digital ke Kekerasan Nyata

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dalam kasus *love scamming* tertentu, manajemen kesan tidak berhenti pada ranah digital, melainkan mengalami eskalasi panggung ke interaksi fisik. Mengacu pada video Grace Tahir, pelaku secara sadar memperluas pertunjukan dramaturgisnya dari ruang daring menuju ruang sosial nyata. Langkah ini merepresentasikan fase lanjutan dari pengelolaan kesan, di mana kehadiran fisik digunakan sebagai instrumen konfirmasi sosial untuk memperkuat legitimasi identitas palsu yang telah dibangun sebelumnya.

Dalam konteks konfirmasi sosial, pelaku berani melakukan pertemuan langsung di ruang publik yang prestisius, seperti pusat perbelanjaan kelas atas atau restoran ternama. Strategi ini berfungsi sebagai validasi final terhadap panggung depan yang selama ini hanya hadir secara digital. Secara konstruktivis, kehadiran fisik tersebut memproduksi makna bahwa pelaku adalah “orang nyata” yang tidak memiliki sesuatu untuk disembunyikan. Korban, yang telah terikat secara emosional, menafsirkan pertemuan ini sebagai bukti autentisitas, sehingga resistensi kognitif terhadap kecurigaan semakin melemah.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa eskalasi ke ranah fisik mengandung risiko tinggi bagi pelaku, terutama ketika korban mulai menemukan ketidaksesuaian antara panggung depan dan realitas yang ditampilkan. Pada titik inilah terjadi pergeseran drastis dalam peran pelaku. Manajemen kesan yang semula menampilkan figur romantis dan protektif segera runtuh dan digantikan oleh tindakan kriminal terbuka berupa intimidasi atau ancaman. Dalam perspektif dramaturgi Goffman, fase ini menandai pembongkaran pertunjukan, di mana aktor tidak lagi berkepentingan mempertahankan ilusi karena tujuan finansial telah tercapai atau potensi kegagalan semakin besar.

Interpretasi konstruktivis terhadap temuan ini menunjukkan bahwa manajemen kesan dalam *love scamming* bersifat instrumental dan temporer. Identitas romantis, religius, dan profesional bukanlah ekspresi diri, melainkan topeng strategis yang akan ditanggalkan segera setelah fungsinya selesai. Eskalasi menuju intimidasi fisik menegaskan bahwa relasi yang semula dikonstruksi sebagai hubungan intim pada hakikatnya adalah relasi kuasa asimetris, di mana korban diposisikan sebagai objek eksploitasi, bukan mitra interaksi yang setara.

Dengan demikian, eskalasi panggung ke ranah fisik memperlihatkan batas akhir dari dramaturgi *love scamming*: ketika simbol, narasi, dan performa tidak lagi efektif, kekerasan menjadi

bahasa terakhir pelaku. Temuan ini memperluas pemahaman bahwa *love scaming* tidak hanya merupakan kejahatan komunikasi digital, tetapi juga memiliki potensi transisi menuju kejahatan fisik yang nyata, sehingga membutuhkan kewaspadaan dan intervensi lintas ranah, komunikasi, hukum, dan keamanan publik.

Pembahasan

Kolaborasi Dramaturgis: Peran Korban dalam Mempertahankan Kebohongan

Temuan penting dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen kesan pelaku *love scaming* tidak semata-mata ditentukan oleh kecakapan manipulatif pelaku, melainkan juga oleh keterlibatan tidak sadar korban dalam mempertahankan pertunjukan tersebut. Dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman, situasi ini dapat dipahami sebagai bentuk *face-work* atau kerja sama implisit dalam interaksi sosial, di mana “penonton” turut berkontribusi menjaga keberlangsungan pertunjukan demi stabilitas makna yang telah dibangun bersama.

Fenomena ini tampak jelas melalui mekanisme disonansi kognitif yang dialami korban. Ketika muncul tanda-tanda mencurigakan, seperti perbedaan nama pada rekening bank, penolakan berulang untuk melakukan video call, atau alasan pekerjaan yang terlalu rahasia, korban cenderung melakukan rasionalisasi. Alih-alih membongkar panggung belakang pelaku, korban memilih mempertahankan “naskah romantis” yang telah terlanjur diyakini. Secara konstruktivis, tindakan ini menunjukkan bahwa realitas hubungan bukan lagi diuji berdasarkan fakta objektif, melainkan dipertahankan sebagai konstruksi makna subjektif yang dianggap lebih aman secara emosional.

Penelitian ini juga menemukan bahwa investasi emosional berfungsi sebagai jangkar psikologis yang mengikat korban pada kebohongan. Sebagaimana diungkap dalam video Grace Tahir, semakin besar perhatian, waktu, rasa percaya, dan dana yang telah diberikan, semakin sulit bagi korban untuk mengakui bahwa hubungan tersebut adalah ilusi. Pengakuan atas penipuan tidak hanya berarti kehilangan pasangan imajiner, tetapi juga mengancam identitas diri korban sebagai individu rasional, mandiri, dan cerdas. Dalam kerangka dramaturgi, korban berupaya menyelamatkan “face”-nya sendiri dengan terus memainkan peran pasangan yang setia, meskipun panggung belakang pelaku mulai terkuak.

Interpretasi ini menegaskan bahwa *love scaming* merupakan proses komunikasi kolusif secara simbolik, di mana pelaku dan korban secara tidak seimbang membangun dan mempertahankan definisi situasi yang keliru. Korban tidak berada dalam posisi bersalah, melainkan terperangkap dalam relasi kuasa asimetris yang mengeksploitasi kebutuhan akan afeksi, validasi, dan pengakuan sosial. Dengan demikian, kolaborasi dramaturgis ini bukanlah bentuk persetujuan sadar, melainkan hasil dari manipulasi emosional yang sistematis dan berlapis.

Temuan ini memperkaya pemahaman akademik bahwa pencegahan *love scaming* tidak cukup hanya dengan meningkatkan literasi digital teknis, tetapi juga harus menasar literasi emosional dan kesadaran akan dinamika dramaturgis dalam komunikasi interpersonal bermediasi teknologi. Tanpa pemahaman tersebut, korban berpotensi terus terlibat dalam pertunjukan yang merugikan dirinya sendiri, bahkan ketika tanda-tanda kebohongan telah muncul di permukaan.

Sindikatis sebagai "Performance Team" (Tim Pertunjukan)

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa praktik *love scaming* tidak dijalankan oleh aktor tunggal, melainkan oleh sindikatis yang beroperasi sebagai *performance team*, sebagaimana dikonsepsikan oleh Erving Goffman. Dalam dramaturgi, sebuah pertunjukan sosial yang kompleks hampir selalu melibatkan kerja kolektif, di mana setiap anggota tim memiliki peran spesifik untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas panggung depan yang ditampilkan kepada penonton. Data

dari konten investigatif CNBC Indonesia secara eksplisit menunjukkan bahwa *love scaming* merupakan kejahatan komunikasi yang terorganisir, sistematis, dan berbasis kerja tim.

Dalam struktur sindikat ini, terdapat pembagian peran yang rigid dan hierarkis. Aktor utama berperan sebagai figur romantis yang membangun kedekatan emosional secara intens dengan korban melalui komunikasi interpersonal. Aktor pendukung bertugas memperluas realitas palsu tersebut dengan berpura-pura menjadi figur otoritatif, seperti atasan kerja, pengacara, staf bank, atau perwakilan organisasi internasional. Sementara itu, tim teknis bertanggung jawab pada produksi simbol visual dan administratif, seperti pengeditan foto, pembuatan dokumen palsu, hingga rekayasa tangkapan layar percakapan atau transaksi. Pembagian peran ini menunjukkan bahwa *love scaming* beroperasi layaknya sebuah produksi pertunjukan profesional dengan standar operasional yang matang.

Keberadaan aktor pendukung memainkan peran krusial dalam mekanisme validasi silang (*cross-validation*). Ketika korban mulai meragukan konsistensi cerita aktor utama, kehadiran pihak ketiga yang tampak independen berfungsi sebagai alat legitimasi. Dalam perspektif konstruktivis, validasi dari “sumber lain” ini menciptakan ilusi objektivitas dan kebenaran, padahal seluruh narasi masih berada dalam satu sistem pertunjukan yang sama. Misalnya, konfirmasi palsu dari “staf UNICEF” atau “pihak bank” memberikan kesan bahwa identitas dan cerita pelaku telah melewati proses verifikasi eksternal, sehingga kecurigaan korban dinetralkan.

Interpretasi ini menunjukkan bahwa manajemen kesan dalam *love scaming* telah mencapai tingkat institusionalisasi performa, di mana kebohongan tidak lagi bergantung pada karisma individu, tetapi pada konsistensi tim dalam menjaga naskah, peran, dan simbol. Dalam kerangka dramaturgi Goffman, kegagalan satu aktor dapat ditutupi oleh aktor lain demi menjaga stabilitas definisi situasi. Oleh karena itu, sindikat *love scaming* dapat dipahami sebagai *performance team* yang beroperasi untuk mempertahankan ilusi kolektif hingga tujuan finansial tercapai.

Temuan ini memperkuat argumen bahwa *love scaming* merupakan bentuk manipulasi komunikasi tingkat lanjut yang memanfaatkan logika kepercayaan sosial dan otoritas simbolik. Implikasinya, strategi pencegahan tidak cukup diarahkan pada individu pelaku semata, tetapi harus menargetkan jaringan komunikasi dan struktur kolektif yang menopang pertunjukan tersebut. Tanpa pemahaman tentang dimensi tim dalam dramaturgi kejahatan ini, upaya literasi digital dan penegakan hukum berpotensi gagal membaca skala dan kompleksitas ancaman yang sebenarnya.

Ruang Digital sebagai "Simulakra" Hubungan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa relasi yang terbentuk dalam praktik *love scaming* di ruang digital bukan sekadar hubungan palsu, melainkan sebuah simulakra hubungan, yakni salinan dari relasi romantis yang sejatinya tidak pernah memiliki referensi realitas autentik. Dengan mengaitkan pemikiran Jean Baudrillard tentang simulakra dengan dramaturgi Erving Goffman, hubungan dalam *love scaming* dapat dipahami sebagai pertunjukan komunikasi yang mereproduksi simbol-simbol cinta tanpa fondasi pengalaman relasional yang nyata. Pelaku tidak hanya memalsukan identitas personal, tetapi juga memalsukan makna “hubungan asmara” itu sendiri.

Dalam konteks media digital, simbol-simbol afeksi seperti pesan romantis yang intens, perhatian berlebihan (*love bombing*), serta narasi komitmen jangka panjang diperlakukan sebagai representasi kasih sayang yang sah. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa simbol-simbol tersebut bekerja sebagai tanda tanpa rujukan, di mana ekspresi cinta tidak merujuk pada kehadiran emosional atau relasi timbal balik yang nyata, melainkan pada naskah performatif yang dirancang untuk memanipulasi persepsi korban. Dalam dramaturgi, panggung depan digital ini berfungsi

sebagai ruang produksi ilusi, sementara panggung belakang sepenuhnya dikosongkan dari relasi autentik.

Analisis terhadap video kumparan memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa dalam konteks masyarakat *post-truth*, batas antara persona digital dan realitas empiris menjadi semakin kabur. Korban tidak lagi menilai keaslian hubungan berdasarkan koherensi fakta atau pengalaman langsung, melainkan berdasarkan konsistensi simbol dan intensitas emosi yang ditampilkan di ruang digital. Pelaku memanfaatkan kondisi ini untuk membangun realitas semu yang terasa “lebih nyata daripada kenyataan”, terutama bagi korban yang sedang mengalami kesepian emosional atau kekosongan relasional.

Interpretasi konstruktivis terhadap fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital berfungsi sebagai arena *hiperrealitas* (Al-Ayyubi, 2022), di mana pertunjukan dramaturgis tidak sekadar merepresentasikan realitas sosial, tetapi menggantikannya. Hubungan asmara dalam *love scam* tidak runtuh karena tidak nyata, melainkan justru bertahan karena ia tidak pernah diuji oleh realitas fisik dan interaksi sosial yang otentik. Dengan demikian, korban tidak jatuh cinta pada individu, melainkan pada simulasi hubungan yang dibangun melalui rangkaian simbol, narasi, dan emosi yang terkurasi secara strategis.

Temuan ini mempertegas bahwa *love scamming* merupakan bentuk ekstrem dari manipulasi komunikasi di era digital, di mana realitas sosial dikonstruksi melalui tanda-tanda yang otonom dari kebenaran faktual. Implikasinya, upaya pencegahan harus melampaui literasi teknis dan menysasar kesadaran kritis terhadap hiperrealitas relasi digital, agar individu mampu membedakan antara keintiman yang dialami secara simbolik dan hubungan yang benar-benar hadir dalam ruang sosial nyata.



Gambar 1. Ilustrasi Dramaturgi Pelaku *Love Scaming*
sumber: Olahan Grafis Peneliti, 2026

Dalam konteks *love scamming*, pelaku membangun panggung depan (*front stage*) sebagai ruang utama pertunjukan identitas. Panggung depan berfungsi untuk mendefinisikan situasi interaksi agar korban memaknainya sebagai hubungan romantis yang sah dan penuh kepercayaan. Pelaku penipuan daring secara konsisten menampilkan penampilan (*appearance*) berupa status sosial tinggi, profesi bergengsi, serta simbol keamanan ekonomi untuk meningkatkan kredibilitas diri. Profesi seperti pekerja migas, pilot internasional, atau relawan lembaga global sering digunakan sebagai simbol otoritas dan kepercayaan, terutama dalam komunikasi bermediasi digital yang minim verifikasi sosial. (Pramana et al., 2024)

Selain penampilan, pelaku juga mengelola gaya (*manner*) komunikasi sebagai bagian dari pertunjukan dramaturgis. Gaya ini diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang santun, religius, empatik, dan protektif untuk menegaskan peran sebagai pasangan ideal. Studi tentang persepsi korban *love scamming* di media sosial menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang konsisten, penuh

perhatian, dan intens secara emosional menjadi faktor kunci dalam membangun kelekatan psikologis korban (Syafriana, 2025). Dengan demikian, gaya komunikasi tidak bersifat spontan, melainkan merupakan strategi simbolik yang dirancang untuk mempertahankan definisi situasi yang menguntungkan pelaku.

Di balik pertunjukan tersebut, pelaku menyimpan panggung belakang (*back stage*) yang sepenuhnya tersembunyi dari korban. Panggung belakang merupakan ruang tempat pelaku mengonstruksi kebohongan, menyembunyikan identitas asli, motif kriminal, serta strategi sindikat penipuan. Penelitian komunikasi dan kriminologi di Indonesia menunjukkan bahwa praktik *love scamming* kerap melibatkan jaringan terorganisir, di mana identitas digital yang ditampilkan di panggung depan tidak pernah merepresentasikan realitas pelaku sebenarnya (Putratama Napitupulu & Meliala, 2025). Pemisahan antara panggung depan dan panggung belakang ini menjadi inti keberhasilan manipulasi, karena korban hanya berinteraksi dengan realitas simbolik yang dikontrol sepenuhnya oleh pelaku.

Selain itu, unsur setting (latar) juga memainkan peran penting dalam mendukung pertunjukan dramaturgis pelaku. Setting dalam *love scamming* tidak selalu bersifat fisik, melainkan lebih dominan berupa latar digital seperti foto profil mewah, latar tempat kerja yang tampak eksklusif, atau pemilihan ruang komunikasi daring yang terkesan privat dan aman. Penelitian tentang komunikasi penipuan digital di Indonesia menegaskan bahwa setting visual dan naratif dalam media digital berfungsi memperkuat kredibilitas aktor dan menutup ruang kecurigaan korban (Ervan Yudi Widyarto, 2022). Dengan demikian, setting menjadi bagian integral dari strategi pengelolaan kesan dalam praktik *love scamming*.

Secara keseluruhan, penerapan teori dramaturgi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *love scamming* merupakan praktik komunikasi yang dirancang secara sistematis melalui pengelolaan panggung depan, panggung belakang, dan setting digital. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan penipuan tidak semata-mata disebabkan oleh kelemahan korban, melainkan oleh kecanggihan strategi komunikasi pelaku dalam mengonstruksi realitas sosial yang meyakinkan di ruang digital.

Konsep manajemen pengelolaan kesan (*impression management*) menjelaskan bagaimana individu, baik secara sadar maupun tidak sadar, berupaya mengendalikan gambaran diri yang ditampilkan dalam interaksi sosial. Dalam konteks *love scamming*, pengelolaan kesan menjadi strategi komunikasi utama yang memungkinkan pelaku membangun kepercayaan, menciptakan kedekatan emosional, dan mempertahankan definisi situasi yang menguntungkan dirinya. Penelitian komunikasi nasional menunjukkan bahwa pelaku penipuan daring tidak hanya mengandalkan kebohongan faktual, tetapi lebih menitikberatkan pada pengaturan citra diri dan emosi dalam relasi interpersonal digital (Sulastri, 2022)(Suryandari & Lutviana, 2020).

Salah satu strategi pengelolaan kesan yang dominan dalam praktik *love scamming* adalah *ingratiation*, yaitu upaya pelaku untuk membuat dirinya tampak menarik dan disukai oleh korban. Strategi ini diwujudkan melalui pujian berlebihan, perhatian intens, serta penciptaan kesamaan minat dan nilai dengan korban, yang dalam literatur populer sering disebut sebagai *love bombing*. Penelitian tentang persepsi korban *love scamming* di media sosial menunjukkan bahwa perhatian emosional yang konsisten dan cepat sering kali ditafsirkan korban sebagai ketulusan, padahal merupakan bagian dari strategi manipulasi yang terencana (Dollivanya & Ilzam, 2025). *Ingratiation* berfungsi untuk mempercepat proses kelekatan emosional sehingga korban lebih mudah menerima narasi dan permintaan pelaku di tahap berikutnya.

Selain *ingratiation*, pelaku juga menerapkan strategi *self-promotion*, yaitu menonjolkan kompetensi, status sosial, atau prestasi tertentu untuk membangun kredibilitas diri. Dalam praktik

love scaming, *self-promotion* sering ditampilkan melalui pengakuan sebagai profesional di bidang teknologi informasi, pekerja proyek internasional, staf lembaga asing, atau individu dengan latar belakang pendidikan dan ekonomi tinggi. Penelitian komunikasi interpersonal di Indonesia menunjukkan bahwa klaim kompetensi dan status sosial yang tinggi cenderung menurunkan tingkat skeptisisme korban, terutama dalam komunikasi bermediasi digital yang minim verifikasi langsung (Kumalasari & Wijaya, 2024). Dengan demikian, *self-promotion* berfungsi sebagai modal simbolik untuk memperkuat posisi pelaku dalam relasi kuasa yang tidak seimbang.

Strategi lain yang tidak kalah penting adalah *supplication*, yaitu penampilan diri sebagai individu yang lemah, rentan, atau sedang mengalami penderitaan. Pelaku secara sengaja membagikan kisah kesedihan, seperti kehilangan pasangan, trauma masa lalu, atau kesulitan ekonomi mendadak, untuk memancing empati dan simpati korban. Penelitian nasional tentang penanganan korban *love scaming* menunjukkan bahwa narasi penderitaan ini sering menjadi titik balik relasi, di mana korban mulai terlibat secara emosional dan merasa memiliki tanggung jawab moral untuk membantu pelaku (Esfandari & Satria Putri, 2021). *Supplication* menjadikan empati korban sebagai alat manipulasi yang efektif, terutama ketika dikombinasikan dengan kedekatan emosional yang telah dibangun sebelumnya.

Secara keseluruhan, strategi *ingratiation*, *self-promotion* dan *supplication* menunjukkan bahwa manajemen pengelolaan kesan dalam *love scaming* bersifat multidimensional dan adaptif. Pelaku tidak terpaku pada satu strategi tunggal, melainkan menyesuaikan teknik pengelolaan kesan berdasarkan respons dan kondisi psikologis korban. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa *love scaming* merupakan praktik komunikasi manipulatif yang bekerja melalui eksploitasi emosi dan simbol sosial, bukan semata-mata melalui penipuan informasi. Dengan demikian, analisis *impression management* menjadi kunci untuk memahami bagaimana relasi asmara semu dikonstruksi dan dipertahankan dalam kejahatan berbasis komunikasi digital (Siswadi, 2022).

Simpulan

Berdasarkan analisis dramaturgi terhadap fenomena *love scaming* di media digital, penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan *impression management* pelaku terletak pada kemampuan mereka mengonstruksi panggung depan (*front stage*) yang sangat terkurasi, konsisten, dan sarat simbol otoritas. Melalui pencitraan profesi berstatus tinggi, persona religius dan santun, serta representasi gaya hidup mapan, pelaku menciptakan definisi situasi yang meyakinkan dan menekan daya kritis korban sejak tahap awal interaksi. Di balik pertunjukan tersebut, penelitian menemukan adanya diskoneksi total dengan panggung belakang (*back stage*), di mana pelaku beroperasi sebagai bagian dari performance team atau sindikat terorganisir dengan pembagian peran yang sistematis, mulai dari aktor romantis, pendukung otoritatif, hingga tim teknis penyedia identitas palsu. Media digital berfungsi sebagai katalis utama yang memungkinkan praktik mistifikasi dan kontrol narasi secara optimal melalui komunikasi yang tidak sinkron, sehingga relasi hiper-personal yang dibangun terasa autentik meskipun sejatinya merupakan simulasi hubungan tanpa realitas empiris. Lebih jauh, temuan ini menegaskan paradoks *lonely smart*, yakni bahwa kecerdasan kognitif tidak secara otomatis melindungi individu dari manipulasi, karena *impression management* pelaku justru menargetkan celah psikologis berupa kesepian dan kebutuhan aliran emosional. Dengan demikian, *love scaming* tidak dapat dipahami semata sebagai penipuan finansial, melainkan sebagai praktik komunikasi manipulatif tingkat lanjut yang mengeksploitasi dinamika dramaturgis, emosi, dan hiperrealitas relasi digital.

Strategi Dramaturgi dalam *love scaming* berhasil bukan karena korban bodoh, melainkan karena pelaku mampu membangun ekosistem kebohongan yang koheren, memanfaatkan fitur

anonimitas media digital dan mengeksploitasi kebutuhan dasar manusia atas koneksi. Manajemen kesan ini adalah senjata yang lebih mematikan, karena mampu melumpuhkan pikiran sebelum merampok harta.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas penerapan Teori Dramaturgi Erving Goffman dalam konteks komunikasi digital dan *cyber relationship fraud*, khususnya dalam menjelaskan praktik love scamming sebagai bentuk manipulasi komunikasi berbasis pengelolaan kesan. Penelitian ini juga memperkuat kajian mengenai *computer-mediated communication* dan *hyperpersonal interaction* dalam relasi interpersonal digital. Adapun kontribusi teoritik eksplisit dari penelitian ini adalah berupa pengembangan konseptual terhadap "Dramaturgi Digital Asimetris", di mana sekat antara front stage dan back stage dalam interaksi termediasi komputer tidak lagi bersifat cair melainkan terdistorsi secara total oleh kontrol narasi algoritma dan anonimitas. Penelitian ini berkontribusi teoritis dalam memperkaya khazanah sosiologi komunikasi dengan membuktikan bahwa konsep mistifikasi Goffman mengalami rekontekstualisasi di ruang siber, di mana manipulasi kesan tidak lagi membutuhkan kehadiran fisik aktor melainkan bertumpu pada fabrikasi tanda, teks, dan artefak visual digital yang mengaburkan batas antara keaslian dan kepalsuan.

Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi penguatan literasi digital dan literasi emosional masyarakat agar lebih kritis dalam mengenali pola manipulasi komunikasi di media digital. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi, praktisi komunikasi, serta lembaga keamanan siber dalam mengembangkan strategi edukasi dan pencegahan terhadap kejahatan berbasis relasi daring.

Meskipun memberikan gambaran yang mendalam, penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yang perlu diakui, yaitu ketergantungan analisis yang hanya berfokus pada korpus data sekunder berbasis teks media dan rekonstruksi konten YouTube, sehingga tidak mengeksplorasi pengalaman psikologis langsung dari penuturan verbal korban atau dinamika interogasi *real-time* dari pelaku secara langsung di lapangan.

Saran penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan literasi digital dan literasi emosional masyarakat agar lebih kritis dalam membangun relasi interpersonal di ruang digital. Sebagai bentuk tindakan nyata, rekomendasi literasi digital yang diusulkan melalui penelitian ini adalah perlunya perumusan panduan edukasi publik yang komprehensif mengenai aspek keamanan emosional siber (*cyber-emotional safety*), yang mencakup metode verifikasi identitas digital multi-platform (*reverse image searching*), pembatasan pembagian data pribadi sensitif secara digital, serta pengembangan kesadaran kritis terhadap pola komunikasi persuasif-manipulatif yang tidak wajar di media sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai love scamming dengan pendekatan yang lebih luas, seperti perspektif psikologi komunikasi, *cybercrime*, atau studi perilaku digital, serta melibatkan data empiris langsung dari korban maupun aparat penegak hukum untuk memperkaya analisis fenomena manipulasi komunikasi di media digital.

Daftar Pustaka

- Al-Ayyubi, M. A. (2022). Eksistensi Manusia dalam Perspektif Jean Badrillard. *Journal of Islamic Thought and Philosophy*, 1(01).
- Dollivanya, T. L., & Ilzam, M. (2025). *Analisis Strategi Preventive Pada Remaja terhadap Fenomena Love Scamming*. 9, 29377–29385.
- Ervan Yudi Widyarto, D. K. H. (2022). Analisis Modus Operandi Tindak Kejahatan Menggunakan Teknik Komunikasi Love Scam Sebagai Ancaman Pada Keamanan Sistem Informasi. *Syntax Idea*, 4(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v4i9.1959>

- Esfandari, D. A., & Satria Putri, B. P. (2021). E-Marketing: Memanfaatkan Media Sosial Dan Marketplace Untuk Memulai Bisnis Bagi Korban Online Love Scam Di Indonesia. *Charity*, 4(2a), 10. <https://doi.org/10.25124/charity.v4i2a.4236>
- Farhan, M., Achmad, A., & Putri, C. E. (2025). Pemahaman Gen Z terhadap Testimoni Digital dalam Storytelling Instagram. 5(2), 146–157.
- Krisnawati, E. (2020). Dramaturgical Analysis of Vlogger’s Impression Management on Social Media. *Komunikator*, 12(1). <https://doi.org/10.18196/jkm.121035>
- Kumalasari, N., & Wijaya, S. H. B. (2024). Persepsi Korban Love Scamming Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(1), 45–59. <https://jurnal.uns.ac.id/kom/>
- Lasmawan, W., & Yudhistira, N. (2023). Impression Management Vindes Dalam Pertandingan Tiba-Tiba Tennis “Desta Mahendra Vs Raffi Ahmad.” *Social Science*, 3, 1746–1760.
- Miranda Damayanti, Asri Elies Alamanda, P. N. E. (2025). Tinjauan Yuridis Terhadap Praktik Love Scamming Sebagai Bentuk Penipuan di dating apps. *Jurnal Hukum Sasana*, 11(2), 332–344.
- Mohamad Za’in Fiqron. (2023). Signifikansi Eksistensialisme Religius Soren Kierkegaard Di Era Digital. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(4). <https://doi.org/10.56799/peshum.v2i4.1664>
- Pramana, P., Priastuty, C. W., & Utari, P. (2024). Waspada Cinta Maya: Membangun Kesadaran Bahaya Online Love Scam Masyarakat Desa “Damai” Nglingsi, Kabupaten Klaten. *Dharma Sevanam: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.53977/sjpkm.v3i1.1205>
- Putratama Napitupulu, R., & Meliala, A. E. (2025). Menguak Kerentanan Gender dalam Love Scam dan Strategi Perlindungannya. *Journal of Citizenship*, 1(1), 280–293.
- Riyantie, M., & Arviana, L. (2022). Konsep Diri Mahasiswa Institut Bisnis Dan Informatika(Ibi) Kosgoro 1957 Pengguna Akun Roleplay. *Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–11.
- Riyantie, M., Rezzi, D., & Barizki, N. (2020). Manajemen Komunikasi Teraupetik Pada Penyembuhan Pasien Skizofrenia. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 285–295. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana>
- Segara, I. G. B. C., Chusniyah, T., & Dharmastuti, A. (2025). Analisis Dampak Psikologis Korban Love Scam. *Flourishing Journal*, 5(9), 527–535. <https://doi.org/10.17977/um070v5i92025p527-535>
- Shabiriani, U. N. (2021). Dramaturgi Dalam Identitas Dan Citra Influencer Kadeer Bachdim Pada Akun Instagram D_Kadoor. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2). <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i2.236>
- Siswadi, G. A. (2022). Hiperrealitas di Media Sosial dalam Perspektif Simulakra Jean Baudrillard. *DHARMASMRTI: Jurnal Ilmu Agama & Kebudayaan*, 22(1).
- Sulastri, et al. (2022). Impression Management of the Muslim Preacher in Indonesia. *Jurnal Dakwah Risalah*, 33(1), 107–117. <https://doi.org/10.24014/jdr.v30i2.0000>
- Suryandari, N., & Lutviana, V. (2020). Impression management of buzzer in social media twitter. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3), 614. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2665>
- Syafriana, R. (2025). Analysis of the Impact of Love Scam Fraud in the Digital Business World. *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(1), 131–138. <https://doi.org/10.30596/dll.v10i1.23961>
- Tamangkeng, S. L. Y., & Maramis, J. B. (2022). Kajian Pendekatan Fenomenologi: Literature Review. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(1), 14–32.

- <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jpekd/article/view/41379>
- Terpstra, J., & Salet, R. (2020). The social construction of police heroes. *International Journal of Police Science and Management*, 22(1). <https://doi.org/10.1177/1461355719868488>
- Utama, A., Mun'im, A., Nizar, A. A., Fathoni, A. F., & ... (2021). *Netnografi in Action*. books.google.com.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=4IcfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=konstruksi+sosial+kepemimpinan+islam+pasca+pemerintahan+jokowi+ma%27ruf+amin&ots=opocwT0u1L&sig=b9thA8XQxQ8PZc91_iPRCDFMJy0
- Wahdaniah, I., & Maring, P. (2021). Dramaturgi Profesi Wartawan dalam Realita Kehidupan. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
<https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.45>