

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial (jejaring sosial) adalah suatu struktur sosial antar pelaku, sebagian individu, atau organisasi, yang menunjukkan cara mereka terhubung melalui berbagai hubungan sosial seperti persahabatan, rekan kerja atau pertukaran informasi (Jamali & Abolhassani, 2006).

Facebook adalah salah satu media sosial yang menjadi favorit oleh semua umur dan golongan. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg dan diluncurkan pada tahun 2004, dan pada September 2012 *Facebook* memiliki satu miliar pengguna aktif. Sebagaimana yang dilaporkan Tempo Interaktif pada tahun 2009 *Facebook* mulai masuk di Indonesia pada pertengahan tahun 2007, namun pengguna internet di Indonesia belum melirik *Facebook* dan pada tahun 2008 *Facebook* mulai di sukai masyarakat Indonesia. Remaja merupakan salah satu pengguna *Facebook* yang paling banyak. *Facebook* membuat remaja bebas untuk mengungkapkan dirinya (*Self Disclosure*).

“*Self Disclosure*” itu sendiri adalah apa yang diungkapkan individu tentang diri mereka sendiri kepada orang lain (termasuk pikiran, perasaan, dan pengalaman), memainkan peran utama dalam hubungan dekat (Valerian Delgera, “*Self Disclosure*”:1993). Pada dasarnya *Self Disclosure* itu sendiri merupakan bentuk dari komunikasi interpersonal yang didalamnya terdapat pengungkapan perasaan dan informasi mengenai diri sendiri yang bersifat rahasia dan belum pernah diungkapkan kepada orang lain secara jujur. Remaja merupakan salah satu pelaku pengungkapan diri yang paling sering, hal ini dapat kita lihat dari banyaknya remaja yang mengungkapkan dirinya baik itu di media sosial maupun secara langsung, hal ini dikarenakan masa remaja merupakan proses dalam pencarian jati diri mereka, dan dimasa inilah ditentukan masa depan dari seorang remaja tersebut. Banyak hal yang menyebabkan remaja mengungkapkan diri mereka di media sosial salah satunya adalah pelampiasan, dimana banyak remaja yang tidak dapat melampiaskan isi hati mereka kepada orang terdekat, jadinya remaja lebih memilih melampiaskan isi hati mereka di media sosial. Hal

disebabkan karena orang tua tidak memahami apa yang sedang terjadi oleh anak remaja mereka, dan orang tua tidak peduli apa yang sedang dialami anak remaja mereka.

Penyimpangan perilaku seperti terlalu banyak mengungkapkan diri di *Facebook* inilah menjadi salah satu peluang masuknya tindak kejahatan yang akan menimpa remaja tersebut. Seperti diberitakan *kompasmania* tahun 2014 sebanyak 36 kasus di tahun 2011, 29 kasus tahun 2012 dan pada tahun 2013 sebanyak 37 kasus remaja yang dibawa kabur dan mendapat tindakan asusila oleh teman *Facebooknya* bahkan ada yang sampai meregang nyawa, dan jumlah itu meningkat disetiap tahunnya. Sebenarnya hal ini bisa terjadi karena remaja terlalu terbuka kepada orang lain dan terlalu banyak mengungkapkan diri sehingga mereka tidak dapat mengantisipasi ancaman yang datang kepada mereka.

Dari permasalahan yang diuraikan diatas, maka perlu adanya media sosialisasi yang terencana sejak dini agar para remaja khususnya remaja di kota Bandung tidak menjadi korban para pelaku kejahatan. Karena pada dasarnya Faktor keberadaan orang tua ini merupakan salah satu faktor yang paling mendasar untuk merubah sifat remaja agar tidak terlalu banyak mengungkapkan diri di media sosial, sehingga remaja tidak masuk dalam hal yang salah. Dimana dalam menghadapi masalah ini tidaklah mudah sehingga di butuhkan dukungan dari berbagai pihak, sehingga generasi muda Indonesia kelak akan menjadi generasi muda yang unggul dan jauh dari segala penyakit psikologis yang mendasar seperti pengungkapan diri yang berlebihan di media sosial.

1.2 Permasalahan Perancangan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Remaja lebih memilih media sosial sebagai pelampiasan untuk mengungkapkan diri mereka, sehingga orang tua tidak mengetahui apa yang sedang dialami oleh remaja mereka.
2. Remaja tidak mengenal waktu bila sedang bermain media sosial.
3. Remaja menjadi kurang bijak dalam menggunakan media sosial *Facebook*.
4. Tingginya tindak kejahatan melalui media sosial yang menyangkut remaja.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah membuat strategi perancangan kampanye agar remaja dapat bijak dalam menggunakan media sosial *Facebook*?
2. Bagaimanakah perancangan kampanye yang efektif agar pesan yang ingin disampaikan dapat dimengerti oleh target *audiens*?

1.3 Ruang Lingkup

Pada Tugas akhir ini ruang lingkup akan dibatasi sesuai dengan bidang desain komunikasi visual (DKV), konsentrasi *advertising* dengan menggunakan 5W + 1H; yaitu:

1. Apa
Fenomena banyaknya kejahatan terhadap remaja di media sosial *Facebook* dikarenakan remaja kurang bijak dalam menggunakannya.
2. Siapa
Objek penelitian penulis adalah remaja sekolah yang berumur 13-15 tahun.
3. Mengapa
Remaja lebih memilih media sosial *Facebook* sebagai pelampiasan mereka, dan menjadi kurang bijak dalam penggunaannya.
4. Dimana
Kota Bandung merupakan salah satu kota yang berkembang yang bisa dijadikan acuan, serta kota ini memiliki remaja yang terkenal memiliki fenomenal pergaulan yang lebih dibanding kota lain.
5. Bagaimana
Melalui pendekatan kampanye kepada remajanya itu sendiri dan orang tua dari remaja tersebut.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi kampanye apa yang sesuai untuk remaja 13-15 tahun dan orang tua, agar kasus tersebut tidak lagi menimpa remaja.
2. Untuk mengetahui perancangan media kampanye yang efektif pada remaja 13-15 tahun agar kasus terhadap remaja ini dapat berkurang.

1.5 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat perancangan adalah sebagai berikut

- a. Sebagai upaya pencegahan agar remaja yang akan menjadi korban kejahatan di media sosial *Facebook* berkurang
- b. Akan menjadi referensi atau acuan dalam membuat suatu media dengan berdasarkan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual
- c. Dapat merancang media komunikasi visual yang nantinya dapat mewujudkan desain yang bisa mengingatkan remaja agar bijak dalam menggunakan *Facebook*

1.6 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam perancangan ini ialah kualitatif karena dalam penelitian ini menganalisis fenomena, dan beberapa deskripsi untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah kepada kesimpulan yang bersifat induktif. Penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut juga sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono, 2014:8)

1.6.1 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Triangulasi. Menurut William Wiersma (1986) mengatakan *Triangulation is a qualitative to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures* (Sugiyono, 2014: 273) . Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Berikut beberapa pengumpulan data menurut teknik pengumpulan data Triangulasi,yaitu:

1. Wawancara

Menurut Prof. Dr. Sugiyono dalam Metode Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D (2014:231) wawancara adalah merupakan pertemuan

dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Ahli

Wawancara dalam penelitian ini mengutip pendapat para ahli yaitu psikolog maupun dosen psikologi yang mengetahui ilmu *Self Disclosure* dan mengerti perkembangan remaja saat ini

2. Studi Literatur

Dokumen yang dibutuhkan untuk menunjang dalam penelitian ini merupakan dokumen yang berhubungan dengan tema, baik berupa buku, artikel, berita maupun jurnal.

3. Kuesioner

Kuesioner disebar dengan teknik *Purposive Sampling* yang memiliki arti teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014:85). Dimana dalam pengambilan sample yaitu secukupnya dalam arti sampai data jenuh. Pertimbangan yang dimaksud adalah sesuai dengan target *audience* dimana target *audience* saya adalah:

1. Remaja Awal (13-15 Tahun)

Menurut data Polrestabes kota Bandung, yang menjadi korban pelecehan seksual yang bermula dari *Facebook* adalah remaja umur 13-15 Tahun.

2. Remaja Perempuan

Menurut pendapat Briptu Oktarianti, yang menjadi korban pelecehan seksual melalui *Facebook* adalah Perempuan, maka dari itu penulis hanya memberi kuesioner kepada kaum perempuan saja.

3. Anak Sekolah Menengah Pertama (SMPN 2 Bandung)

Saya mengambil alasan memilih SMPN 2 Bandung sebagai sasaran untuk menyebar kuesioner karena, menurut website ppdbkotabandung.web.id SMPN 2 Bandung merupakan salah satu sekolah menengah pertama favorit di kota Bandung, hal ini dapat kita lihat dari *pasing grade* SMPN 2 Bandung merupakan yang paling tinggi (ppdbkotabandung.web.id). Anak SMPN 2 kota Bandung

merupakan kalangan menengah ke atas, dan rata-rata siswa-siswi dari sekolah tersebut sudah memiliki Smartphone.

1.6.2 Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam perancangan ini ialah analisi interaktif Miles dan Huberman. (Ghony dan Almanshur, 2012:307) menjelaskan untuk memproses data dalam model Miles dan Huberman terdapat tiga proses yakni;

1. Proses Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul. Kegiatan reduksi diantaranya ialah menajamka, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisir data.

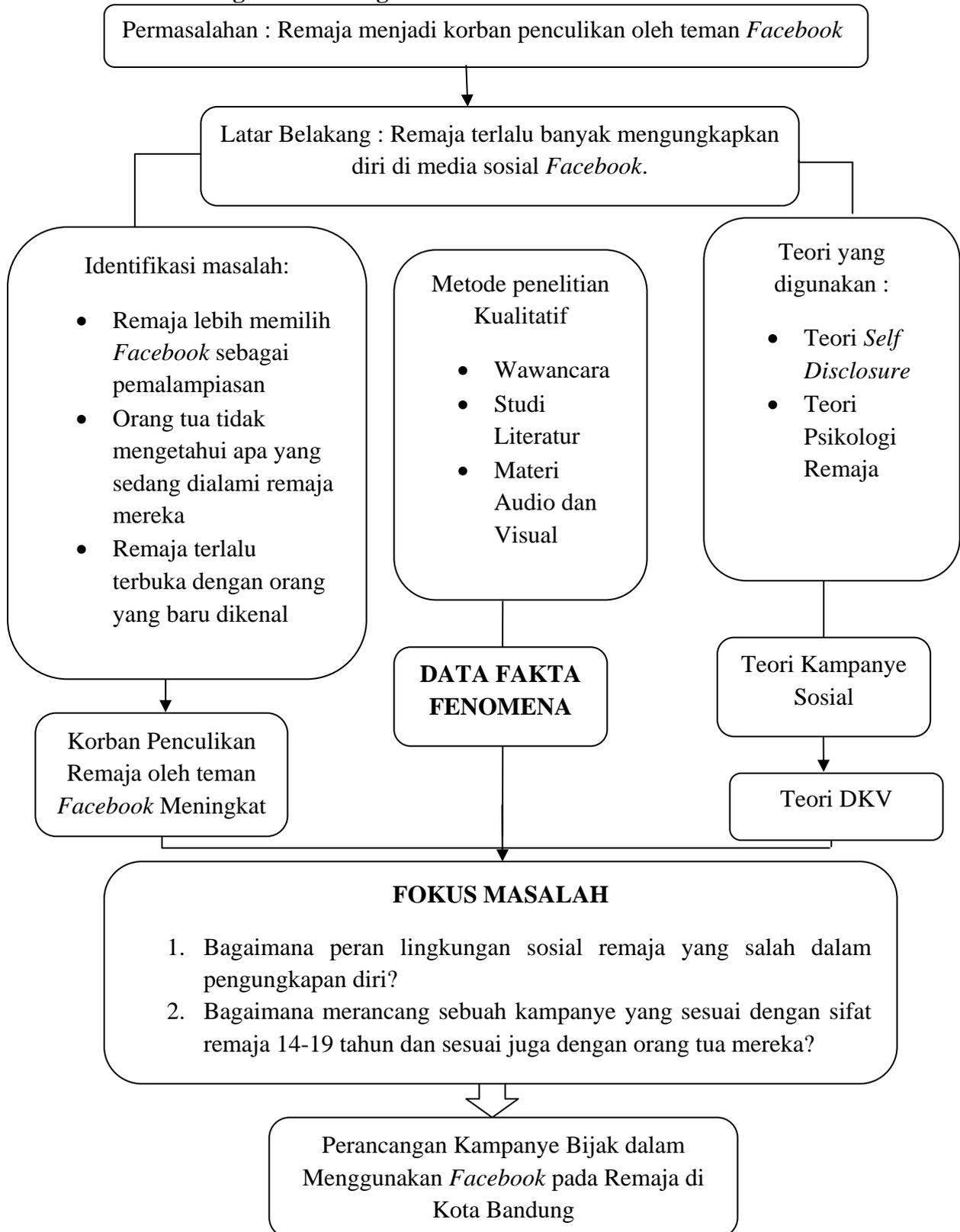
2. Proses Penyajian Data

Proses penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya pengambilan tindakan. Bentuk penyajian dapat berupa grafik, jaringan, bagan atau teks yang bersifat naratif.

3. Proses Penarikan Kesimpulan

Proses ini dimulai dari mencari keteraturan pola, penjelasan konfigurasi dan proposisi. Kesimpulan harus diverifikasi, makna yang muncul dari data harus valid dan diuji kebenarannya, kekuatannya, kecocokannya.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 : Kerangka Perancangan Masalah

Sumber: Penulis, 2015

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah sampai metode yang digunakan dalam pengumpulan data sampai dengan sistematika penulisan.

BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang media promosi.

BAB III Data dan Analisis Masalah

Bab ini memaparkan data serta tools analisis yang digunakan untuk menganalisis data sehingga menghasilkan konsep perancangan.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada Bab ini di jelaskan mengenai konsep pesan, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual, serta hasil dari perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil perancangan yang sudah dibahas pada bab sebelumnya, pada bab ini juga di jelaskan mengenai jawaban dari perumusan masalah dan memberikan saran yang mengacu dari hasil perancangan.