

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan media online yang memungkinkan penggunaannya dengan mudah menggunakan, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, forum, dan dunia maya. Bentuk media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia saat ini adalah media sosial berupa blog, jejaring sosial, dan komunitas konten. Dengan berkembangnya teknologi internet dan *smartphone*, media sosial juga berkembang pesat. Saat ini, *smartphone* yang kita miliki merupakan salah satu hal yang memungkinkan kita untuk mengakses media sosial kapan saja, di mana saja. Dengan demikian, kecepatan orang mengakses media sosial memiliki dampak yang besar pada arus informasi dan fenomena lainnya. Untuk itu kita harus pintar-pintar dalam menggunakan media sosial.

TikTok adalah aplikasi asal China yang baru saja diluncurkan di Indonesia pada akhir tahun 2017. Menurut kepala pemasaran TikTok, Viv Gong, Indonesia menempati urutan keenam dunia dalam hal jumlah pengguna internet, yang merupakan jantung dari aplikasi TikTok. TikTok adalah aplikasi yang dikembangkan oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi kecerdasan buatan China yang terkenal di dunia untuk menyebarkan informasi melalui media dan produk elektronik. TikTok adalah media sosial baru yang memberi pengguna platform untuk mengekspresikan bakat mereka melalui sebuah video. TikTok membuat *smartphone* menjadi studio berjalan mereka. Kreator dapat mengembangkan bakat mereka hanya dengan mengakses musik TikTok yang lengkap pada perpustakaan musiknya. Ini membedakan TikTok dari *platform* sosial lain dan membantu mengekspresikan bakat pengguna serta mengekspresikan diri mereka.

*Bullying* adalah pemaksaan atau kekerasan yang disengaja yang digunakan untuk menyakiti orang lain dan terus menerus dilakukan oleh seseorang atau golongan yang lebih berpengaruh atau berkuasa dari orang lain. Dengan pesatnya perkembangan komunikasi dan media sosial, serta penyediaan internet yang dapat diakses dari mana saja, fenomena *cyberbullying* sudah menjadi hal yang biasa, lebih-lebih dalam golongan remaja dan anak-anak yang tidak lepas dari alat komunikasi mereka (*smartphone*) dan sudah mengenal media sosial. Bentuk kejahatan ini dimulai dengan menghina dan mengancam individu lain di dunia maya. Tujuannya untuk mempermalukan dan melumpuhkan korban sehingga korban mengalami gangguan psikologis. Jenis *bullying* tersebut dikatakan lebih serius lantaran dapat dilakukan oleh siapa pun, dimana pun bahkan kapan pun.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, mengubah Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Nomor 11 Tahun 2008, yang selanjutnya mengatur bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi elektronik melakukan perbuatan tidak senonoh, akan dihukum. penjara paling lama 4 tahun atau denda 750 juta rupiah. Padahal, dokumen hukum ini memperhitungkan perlindungan terhadap kekerasan melalui media sosial. Menurut Serber (2012),

salah satu penyebab kecenderungan *bullying* di media sosial adalah harga diri, dan siswa yang mengalami *cyberbullying* baik sebagai korban maupun pelaku mempunyai harga diri lebih rendah daripada mereka yang tidak memiliki atau tidak ada pengalaman *cyberbullying*, memiliki harga diri yang jauh lebih rendah daripada siswa (Patchin & Hinduja, 2010).

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membuat iklan layanan masyarakat untuk memberikan informasi melalui media iklan kepada pengguna sosial media khususnya dalam *platform* TikTok. Dalam perancangan iklan yang akan digarap, penulis berfokus pada penyutradaraan yang akan merancang konsep dari iklan yang akan digarap, membuat naskah, membuat *shotlist*, serta mengarahkan jalannya pra produksi, produksi dan pasca produksi agar target audiens dapat menyerap dan menangkap informasi yang diberikan penulis melalui media iklan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Munculnya perilaku *bully* yang tinggi pada remaja.
2. Rendahnya sikap empati pada remaja.
3. Terganggunya psikis korban akibat dampak *cyberbullying*.
4. Kurangnya edukasi terkait *cyberbullying*, dampak dan resikonya.

### 1.3 Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah yang dapat diuraikan dari identifikasi masalah diatas:

- 1.3.1 Apa dampak dari *cyberbullying* terhadap korban?
- 1.3.2 Bagaimana media iklan dapat menyampaikan informasi dan mengedukasi masyarakat mengenai *cyberbullying*?

### 1.4 Ruang Lingkup

Berikut merupakan ruang lingkup dari perancangan ini:

- 1.4.1 Koresponden yang diteliti berusia 15 – 21 tahun.
- 1.4.2 Pengalaman salah satu korban *cyber bullying* pada *platform* Tik Tok.
- 1.4.3 Pemicu terjadinya *cyberbullying*.
- 1.4.4 Definisi *cyberbullying* dan Undang Undang yang mengatur.

### 1.5 Tujuan Perancangan

Sebagai sutradara arah perancangan iklan ini ialah merancang media iklan dengan tujuan untuk menginformasikan dan mengedukasi remaja usia 15 – 21 tahun khususnya pengguna *platform* Tik Tok yang rentan melakukan *cyberbullying* mengenai *cyberbullying* itu sendiri dan dampaknya kepada korban serta UU ITE yang sudah diatur.

### 1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat yang diinginkan dari perancangan ini adalah:

#### 1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari perancangan ini yaitu diharapkan bisa mengedukasi dan memberi pengetahuan kepada audiens mengenai *cyberbullying*, dampaknya, dan juga UU ITE yang sudah diatur.

#### 1.6.2 Manfaat Praktis

Perancangan karya iklan ini diharapkan dapat mencegah dan meminimalisir kasus – kasus *cyberbullying* pada *platform* sosial media TikTok, membuat remaja usia 15 – 21 lebih bijak dalam menggunakan media sosial.

## **1.7 Metode Pengumpulan & Analisis Data**

Metode berikut digunakan untuk pengumpulan dan analisis data:

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

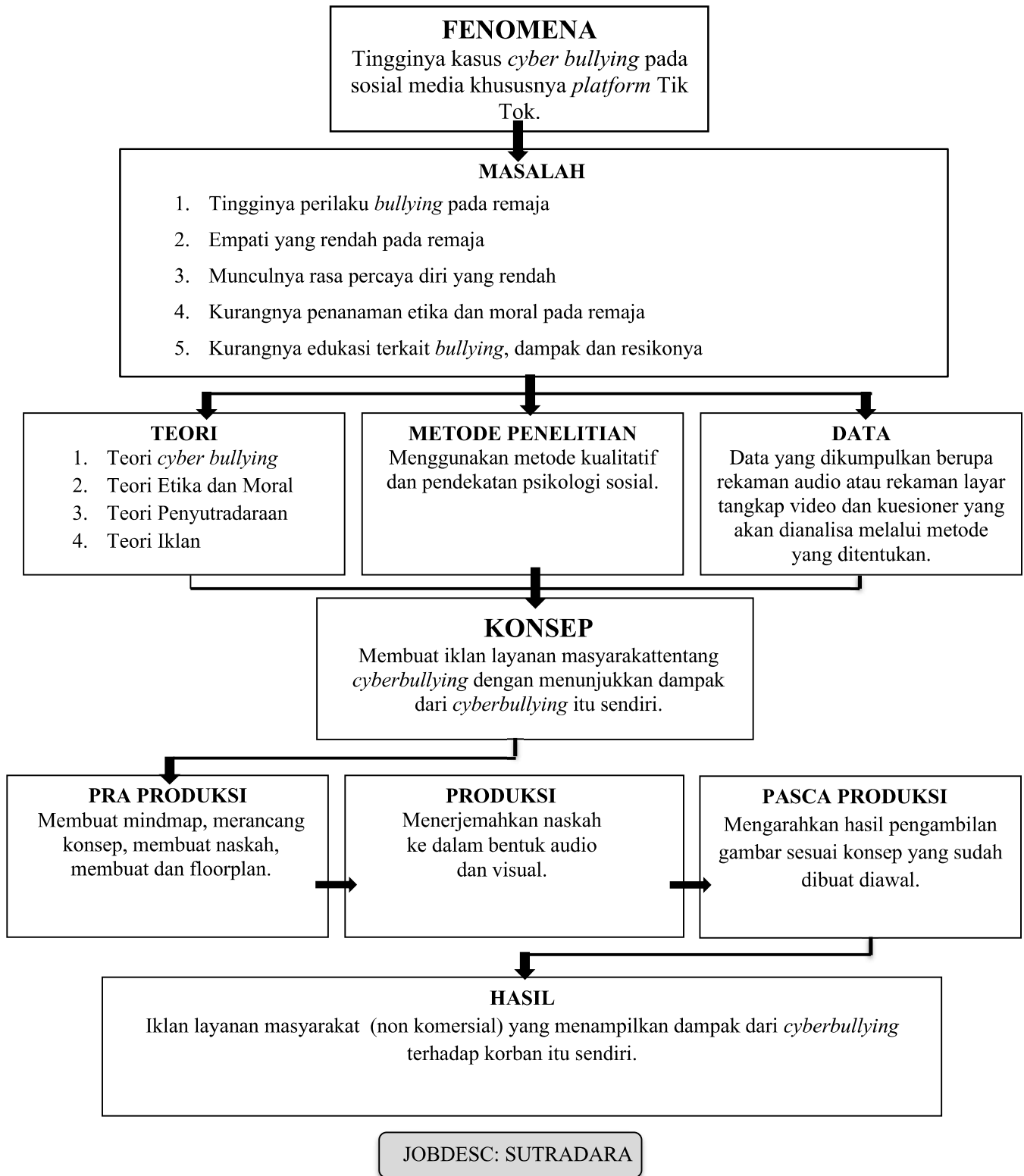
Metode penelitian lapangan yaitu penelitian yang mengumpulkan data di lapangan dan dilakukan secara sistematis yang akan digunakan untuk pengumpulan data.

### **1.7.2 Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan untuk perancangan ini menggunakan metode kualitatif. Metode ini menghasilkan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan individu dan perilaku yang diamati.

## 1.8 Kerangka Perancangan

Berikut kerangka perancangan dalam penulisan ini



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## **1.9 Pembabakan**

Gambaran singkat penulisan perancangan agar mudah melihat klasifikasi perbabnya sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada BAB I terdapat latar belakang dan penjelasan mengenai permasalahan, tujuan, juga manfaat penelitian tentang tingginya kasus *cyberbullying* pada *platform* Tik Tok serta menjelaskan tentang metode dalam pengumpulan data yang akan digunakan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada BAB II terdapat landasan teori yang digunakan untuk pengumpulan data sertaperancangan karya iklan. Landasan teori berfungsi sebagai teori untuk menganalisa data pada BAB III.

### **BAB III ANALISIS DATA**

Pada BAB III terdapat data – data yang telah didapat berdasarkan metode yang digunakanserta data yang didapat mengenai *cyberbullying*.

### **BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Pada BAB IV menggambarkan konsep dan hasil perancangan yang diperoleh dari data – data yang sudah berhasil didapatkan dan dikumpulkan berdasarkan metode yang digunakan.

### **BAB V KESIMPULAN**

Pada Bab V terdapat kesimpulan dari seluruh hasil perancangan sesuai dengan tujuan dan analisis yang dijelaskan pada bab – bab sebelumnya.