

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemudahan seseorang untuk mengakses Internet ini memberikan kesempatan bagi umat manusia di penjuru dunia untuk membagikan pikiran dan perkataan mereka. Tentu saja ada berbagai sisi positif dari sifat keterbukaan Internet, tetapi tentunya tidak dipungkiri sisi negatif akan selalu ada. Kenyamanan atas anonimitas yang didapatkan dalam menggunakan Internet memberikan manusia keleluasaan untuk berkata sepuasnya.

Tidak jarang warganet Indonesia mendapat sorotan dari mancanegara karena ketikan jarinya yang kejam. Berdasarkan data riset yang dilaksanakan oleh Microsoft dengan judul Digital Civility Index pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Indonesia berada di urutan terakhir di antara negara-negara lain di Asia Tenggara dalam perihal tata krama berkomunikasi *online* (Iswara, 2021).



Gambar 1.1 Hasil Riset Microsoft 'Digital Civility Index'
Sumber: Perupadata (2021)

Sudah ada berbagai kasus yang terjadi seperti warganet Indonesia menyerbu akun media sosial orang asing hanya karena permasalahan yang tidak penting. Beberapa contohnya adalah penyerangan yang dilakukan terhadap salah satu unggahan dari pasangan *gay* dari Thailand di Facebook. Mayoritas dari warganet

Indonesia memberikan komentar bahwa pernikahan mereka merupakan hal yang dilarang oleh Tuhan dan dapat membawa kiamat ke dunia. Ada yang memberikan caci maki yang tidak beralasan, kata-kata hinaan bahkan sampai ke ancaman mati.

Contoh kasus lain adalah warganet Indonesia salah menyerang akun media sosial. Pada awalnya mereka ingin menyerang wasit olahraga *badminton* All England dan ternyata mereka salah menyerang akun yaitu akun seorang aktor-komedian asal Inggris bernama Stephen Fry. Hal ini terjadi hanya karena ada akun *fanpage* olahraga *badminton* Indonesia yang memberikan informasi palsu bahwa Stephen Fry merupakan wasit pertandingan tersebut.

Tidak hanya itu, warganet Indonesia juga menyerang media sosial aktris asal Korea Selatan bernama Han So Hee hanya karena dia memerankan peran sebagai Yeo Da Kyung dalam drama Korea berjudul *The World of The Married*. Dalam drama tersebut peran yang dia mainkan merupakan orang ketiga dalam hubungan pernikahan seorang dokter. Walaupun dia hanya bekerja dan beracting dengan baik, banyak ditemukan komentar negatif di media sosialnya pada saat itu karena warganet membenci karakternya di drama dan mereka terbawa suasana ke kehidupan nyata sehingga mencaci maki Han So Hee tanpa alasan jelas (Iswara, 2021).

Contoh-contoh yang telah dipaparkan tersebut berupa beberapa kasus yang terjadi ketika warganet Indonesia melakukan *cyberbullying* terhadap orang lain tanpa alasan konkrit dan masih banyak kasus lain yang tidak mungkin diungkap semua. Bahkan warganet Indonesia juga menyerang akun dari Microsoft ketika Microsoft mengeluarkan hasil penelitiannya yang mengatakan bahwa warganet Indonesia dinobatkan sebagai warganet paling tidak sopan se-Asia Tenggara. Keironisan dari kejadian ini secara tidak langsung menunjukkan kebenaran dari hasil survei Microsoft yang berjudul 'Digital Civility Index'. Hal yang menyedihkan adalah tingkat kesopanan warganet Indonesia terdorong mundur oleh pengguna Internet yang berusia dewasa dengan jumlah 68 persen (CNN Indonesia, 2021).

Dimuat dalam artikel Kompas.com, pengamat media sosial dan pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (Fisip) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang bernama Yohannes Widodo menyampaikan pengamatannya bahwa cara warganet Indonesia dalam bersosialisasi di media sosial merupakan cerminan sikap mereka di kehidupan nyata. Perilaku tidak memedulikan etika dan sopan santun tersebut sesuai dengan kenyataan yang terjadi di kehidupan nyata, perbedaannya adalah ketika mereka berkomunikasi di dunia nyata maka komunikasi yang terjadi harus bersifat *face-to-face* (Guritno, 2021). Namun ketika memasuki dunia maya maka *barrier* seperti *social cues* dan ekspresi wajah menghilang yang menyebabkan kebebasan dalam berkomunikasi tanpa memperhatikan aspek atau batasan psikologis.

Pengamat budaya dan komunikasi digital dari Universitas Indonesia Firman Kurniawan memberikan pendapatnya dalam artikel Kompas.com bahwa etika buruk warganet Indonesia dalam bersosialisasi di media sosial merupakan hasil keberadaan kelompok dalam masyarakat yang menggunakan media sosial untuk menyalurkan pendapat yang tidak dapat disampaikan di kehidupan nyata. Tidak sedikit dari pengguna Internet yang menggunakannya untuk menyalurkan sisi dari diri mereka yang tidak ingin mereka tunjukkan di dunia nyata (Guritno, 2021).

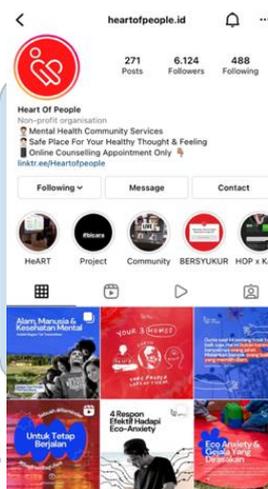
Kasus-kasus ini menimbulkan pertanyaan mengenai kenapa warganet Indonesia merasa nyaman dalam berkomentar negatif di media sosial dan apakah keberadaan aspek anonimitas memengaruhi intensitas pesan negatif yang mereka sampaikan ketika berkomunikasi di Internet. Oleh karena itu, kampanye digital yang berjudul "Butterfly Effect" ini akan berisi edukasi mengenai etika dan tutur kata dalam bersosialisasi di media sosial. Kampanye digital "Butterfly Effect" akan memfokuskan terhadap pengalaman masyarakat (*social experience*) dengan membuat konten yang sesuai dengan pengalaman masyarakat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.2 Logo Heart of People

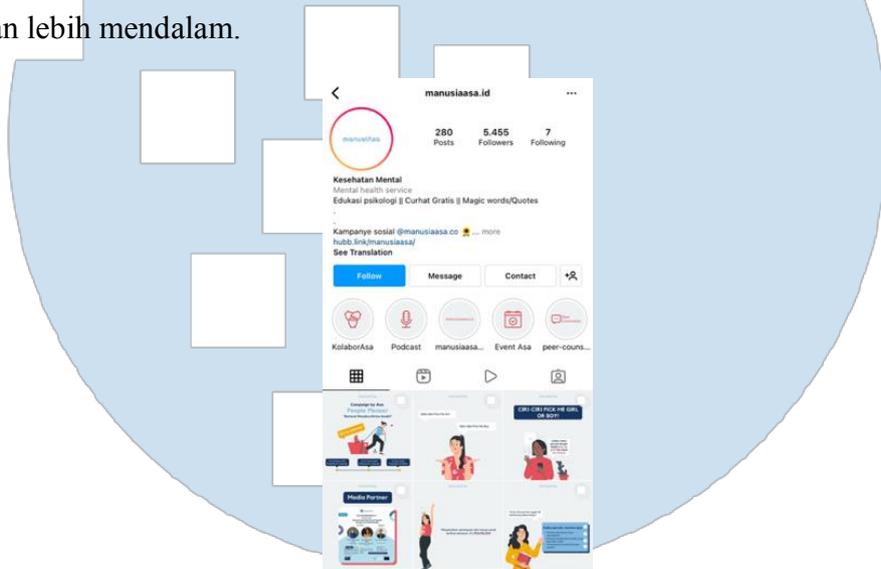
Kampanye digital "Butterfly Effect" akan dilaksanakan dengan *partnership* utama sebagai media publikasi. Kampanye digital "Butterfly Effect" akan dilaksanakan dengan Yayasan Bagi Hati Bagi Jiwa terutama melalui *platform* Instagram-nya yang bernama Heart of People. Pemilihan Heart of People sebagai *partner* media publikasi berdasarkan tujuan Heart of People yang selaras dengan kampanye digital "Butterfly Effect". Heart of People merupakan sebuah *non-profit organisation* yang bergerak dalam bidang kesehatan mental dan bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dalam hal kesehatan mental untuk menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat Indonesia sehari-harinya. Heart of People memiliki visi yaitu "*To touch heart for a healthier mind*" dengan misi "*Introducing sensing, being, doing, meaning as an integrated process for understanding people' well-being in their productive ages.*".



Gambar 1.3 Instagram Heart of People
Sumber: <https://www.instagram.com/heartofpeople.id/>

Pada dasarnya komunitas atau yayasan yang membahas perihal kesehatan mental dalam keseharian sudah tersebar dan dapat banyak ditemukan di Internet. Salah satu contohnya adalah ManusiAsa yang merupakan komunitas dengan tujuan

edukasi psikologi. Perbedaan dari kedua komunitas tersebut adalah Heart of People berusaha untuk menyampaikan pesannya melalui aktivitas-aktivitas komunitas seperti *event*, *online counseling* dan konten kreatif di platform media sosial sementara ManusiAsa bergerak melalui *podcast* dan juga konten kreatif di platform media sosial. Tidak hanya itu, Heart of People bergerak secara "*underground*" melalui Line Group dan Line Open Chat sehingga pesan mereka dapat tersebar dengan lebih mendalam.



Gambar 1.4 Instagram ManusiAsa
Sumber: <https://www.instagram.com/manusiaa.id/> (2022)

1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari *campaign* ini adalah mengedukasi masyarakat luas mengenai urgensi dalam menjaga tutur kata, etika, dan kesopanan dalam bersosialisasi di media sosial serta *campaign* ini juga ingin menekankan bahaya dari komentar negatif di media sosial

1.3 Kegunaan Karya

Karya yang berupa kampanye digital ini diharapkan memiliki berbagai manfaat bagi masyarakat luas dalam aspek praktis, akademis maupun sosial.

1.3.1 Kegunaan praktis

Sebagai kampanye digital, "Butterfly Effect" diharapkan dapat menjadi landasan atau panduan bagi para praktisi yang ingin mengadakan kampanye sosial mengenai pentingnya tata krama dalam menggunakan Internet. Kampanye digital ini juga

diharapkan dapat menjadi panduan untuk Yayasan Bagi Hati Bagi Jiwa (Heart of People) apabila ingin mengadakan kampanye digital.

1.3.2 Kegunaan akademis

Hasil karya ini diharapkan dapat digunakan untuk landasan atau pertimbangan para praktisi komunikasi dalam penempuhan ilmu komunikasi yang menyangkut tata krama dalam bersosialisasi di Internet.

1.3.3 Kegunaan sosial

Kampanye digital “Butterfly Effect” ini diharapkan dapat membuka mata masyarakat luas atau pembaca mengenai pentingnya tata krama dalam bersosialisasi di Internet dan dampak dari ketikan yang memiliki konotatif negatif. Urgensi dalam kampanye digital ini adalah banyaknya dampak negatif yang terjadi hanya karena komentar dan kritikan kejam yang disampaikan.

Salah satu dampak negatif yang sudah terjadi adalah bunuh diri seperti kasus seorang Youtuber asal Korea Selatan bernama Cho Jang-Mi dan atlet Kim In-Hyeok yang bunuh diri setelah mendapatkan komentar negatif di media sosialnya (BBC, 2022). Keberadaan kampanye digital ini diharapkan dapat mencegah terjadinya berbagai efek negatif yang terjadi akibat komentar dan kritikan negatif di media sosial.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA