

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Plagiarisme telah menjadi suatu kasus yang menjadi kekhawatiran kita semua, kasus plagiarisme di tingkat pendidikan semakin meningkat karena rendahnya kesadaran akan banyak hal yang menyangkut membaca, serta mengerti aturan dalam sebuah pengutipan yang baik dan benar. *Copy paste* telah menjadi sesuatu yang biasa saja dilakukan oleh kebanyakan orang yang berada dalam lingkungan pendidikan dimana *copy paste* telah menjadi rahasia umum dan merupakan bagian dari plagiarisme.

Menurut Novantara (2017), plagiarisme adalah sebuah tindakan menjiplak sebuah karya seni maupun akademis lalu secara langsung mengakuinya sebagai karya sendiri, tindakan ini jelas sangat merugikan kedua belah pihak baik pemilik karya asli maupun penjiplak. Tindakan plagiarisme dapat menciptakan sikap malas berpikir dan mematikan potensi kreativitas yang seseorang miliki karena sudah terbiasa untuk mengambil dan menjiplak sebuah karya yang bukan milik dirinya sendiri. Sementara itu, menurut Siswanto (2020) Plagiarisme berasal dari kata Latin *plagiarius* yang berarti merampok, membajak dan mengutip sebuah kalimat dan kata kata tanpa menggunakan tanda kutip, menggunakan sebuah data faktual (informasi), melakukan parafrase, tanpa mencantumkan identitas asli dari pemilik gagasan tersebut. Maraknya kasus plagiarisme lahir dari mental yang mengini sesuatunya dengan instan dan mudah serta tidak memiliki rasa untuk menghargai hasil karya seseorang.

Dari beberapa definisi yang ada tentang plagiarisme, masalah intinya adalah karena adanya penggunaan sebuah karya yang tidak etis atau *unethical* karena tidak mencantumkan siapa pembuat asli dan pertama karya tersebut. Tidak hanya perlakuan yang tidak etis, plagiarisme juga merupakan masalah kejujuran akademik atau *academic dishonesty* (Harliansyah, 2017).

Plagiarisme dapat terjadi dikarenakan banyak faktor, dan tanpa disadari terjadi dalam lingkungan sekitar. Kesadaran akan plagiarisme tentu sudah menjadi sorotan, maka sangat penting untuk menghindari terjadinya hal ini.

Tindakan plagiarisme atau bisa dibilang sebagai kejahatan intelektual akan dapat sangat merugikan dunia akademis, berikut merupakan pemicu terjadinya tindakan plagiarisme (Djuandi, 2022):

1. Kurang atau rendah minat baca seorang akademis terhadap sumber referensi yang dimiliki.
2. Keterbatasan waktu yang dimiliki seorang penulis sehingga terdorong untuk melakukan tindakan plagiarisme yaitu *copy-paste* tanpa mencantumkan identitas sumber.
3. Kurangnya perhatian pembimbing (Dosen atau Guru) terhadap tindakan plagiarisme.
4. Kurangnya pemahaman mengenai cara pengutipan dan kapan harus mengutip.
5. Perkembangan teknologi yang pesat dan kemudahan dalam mengakses informasi membuat tindak plagiarisme semakin mudah dilakukan.

Banyak sekali jenis - jenis plagiarisme, menurut Alamsyah (2017), plagiarisme dapat diidentifikasi menjadi beberapa hal berikut:

1. Plagiarisme berdasarkan sengaja atau ketidaksengajaan.
 - Plagiarisme yang disengaja
 - Plagiarisme yang tidak disengaja
2. Plagiarisme berdasarkan substansi apa yang dicuri
 - Plagiarisme isi
 - Plagiarisme kata / paragraf / kalimat
 - Plagiarisme ide
 - Plagiarisme total (menjiplak seluruh isi)
3. Plagiarisme berdasarkan banyaknya proporsi paragraf, kalimat atau kata yang dijiplak (berbentuk persentase) atau *threshold*
 - Plagiarisme ringan <30%

- Plagiarisme sedang 30 - 70%
 - Plagiarisme berat > 70%
4. Berdasarkan jenis / pola plagiarisme
- Plagiarisme kata demi kata atau *word for word plagiarizing*
 - Plagiarisme Mosaik atau dikenal sebagai *self plagiarism* (memplagiarisasi hasil sebuah karya atau tulisan sendiri.)

Sanksi plagiarisme telah disahkan oleh Undang Undang dan diterapkan. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 mengatur sanksi bagi plagiator yang secara spesifik terjadi dalam ranah akademik yang sanksinya berisikan (Pasal 70) *Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)*. Peraturan Menteri Nomor 17 Tahun 2010 telah menetapkan peraturan bahwa mahasiswa yang melakukan tindakan plagiarisme akan mendapatkan sanksi berupa teguran, peringatan tertulis, pembatalan nilai, pemberhentian dari status sebagai mahasiswa dan penahanan ijazah apabila dinyatakan telah lulus dari bangku pendidikan.

Menurut Nasrullah (2016), penyebaran pesan melalui kampanye digital sangat memungkinkan untuk tersentuhnya khalayak luas, dikarenakan saat ini media merupakan pusat informasi yang berjalan secara dua arah, ditambah lagi masyarakat sudah mulai akrab dengan perangkat *mobile* seperti *smartphone* dengan kelengkapan fitur yang memiliki kemampuan beroperasi di jaringan internet dan dalam mengakses informasi. Maka penyebaran informasi terjadi sangat cepat karena penyebaran sebuah informasi di era digital ini tidak dibatasi oleh tempat dan waktu, semua bisa dan mendapatkan porsi yang sama dalam mengakses sebuah informasi kapan dan di mana saja.

Dikutip dari gamedia.com (Hardi, 2018) kampanye dapat dikategorikan menjadi 3 orientasi yaitu *Product Oriented Campaign*, *Candidate - Oriented Campaign* dan *Ideological or Cause Oriented Campaign*. *Ideological or Cause*

Oriented Campaign atau dapat disebut sebagai kampanye perubahan sosial, karena dibuat dengan tujuan untuk merubah sikap atau perilaku khalayak luas. Kampanye ini dibagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah kampanye pendidikan yang cocok untuk kegiatan penulis untuk membuat kampanye digital #StopPlagiat di media sosial *Instagram*.

Pesan sebuah kampanye dapat disampaikan melalui beberapa saluran sehingga dapat sampai kepada khalayak luas. Umumnya saluran yang digunakan adalah saluran komunikasi antar pribadi atau menggunakan *opinion leader* sebagai media penyebarluasan kampanye atau menggunakan media massa seperti *Instagram*.

Keberhasilan sebuah kampanye digital dapat ditentukan dari kesuksesan Marcomm dalam menjalankan peran dan fungsinya. Menurut Azlam (2018), menyatakan bahwa Marcomm merupakan kegiatan strategi komunikasi untuk mengubah suatu persepsi, pola pikir dan tingkah laku manusia dalam kuantitas yang besar dengan menyalurkan gagasan atau ide ide baru.

Dikutip dari ekrut.com (Risetya, 2022), peran seorang Marcomm sangatlah penting untuk keberlangsungan sebuah kampanye digital, karena pada dasarnya Marcomm berperan untuk membuat strategi untuk mencapai sebuah target pasar yang ditentukan atau untuk berkomunikasi dengan target pasar mereka dengan pesan kuat yang konsisten sehingga diharapkan meningkatnya sebuah *awareness* pada target pasar.

Dalam skripsi berbasis karya ini, penulis lebih menitikberatkan plagiarisme dalam ranah akademis di mana tindakan plagiarisme sudah menjadi sebuah kebiasaan bagi beberapa mahasiswa. Kelakuan tersebut tidak hanya merugikan orang lain namun merugikan diri sendiri juga. Maka sangat penting untuk semua para akademisi untuk sangat menjunjung tinggi kejujuran.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penulis tertarik untuk mengutarakan perancangan kampanye digital dengan tujuan untuk mengedukasi

mahasiswa bahwa tindakan plagiarisme merupakan sebuah kejahatan akademis yang sangat merugikan banyak pihak.

Kampanye digital merupakan salah satu cara yang penulis minati dalam menjalankan kegiatan kampanye plagiarisme ini yang akan direalisasikan melalui *platform* media sosial karena dengan cara ini penulis dapat dengan mudah menjangkau target audiens dan dapat menyampaikan edukasi lebih cepat kepada target audiens.

Dengan fitur yang semakin beragam dalam pengemasan kampanye digital #StopPlagiat di media sosial *Instagram*, maka pesan yang penulis ingin sampaikan akan dapat dengan mudah diterima dan diakses oleh khalayak luas. Penggunaan berbagai fitur di *Instagram* seperti *Instagram Story*, *Instagram Reels* dan *Instagram Post* menjadi salah satu hal yang dapat diperhitungkan oleh penulis dalam menjalani kampanye digital di *Instagram*.

1.2 Tujuan Karya

Dalam pembuatan karya kampanye digital ini penulis memiliki beberapa tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Pesan yang ingin disampaikan penulis dapat tersalurkan melalui *platform* media sosial *Instagram* mengenai “*Kampanye #StopPlagiat pada Media Sosial Instagram*”.
2. Penulis dapat mengedukasi *target audience* tentang kejahatan plagiarisme.
3. Penulis mengharapkan dapat mengurangi tingkat plagiarisme akademik dan dapat meningkatkan kreativitas para akademisi dalam menulis sebuah karya melalui kampanye #StopPlagiat.

1.3 Kegunaan Karya

Penulis berharap kampanye digital ini memberikan *insight* yang lebih banyak mengenai plagiarisme dan cara menghindarinya dan dapat dimanfaatkan untuk memberikan edukasi tentang kejahatan akademis atau plagiarisme sehingga dapat terjadi kesadaran untuk tidak melakukan plagiarisme.

1.3.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis karya kampanye digital ini dapat dijadikan bahan acuan terhadap karya-karya kampanye digital serupa dan yang akan datang agar karya karya selanjutnya dapat dikembangkan menjadi karya yang lebih berdampak lagi untuk sosial.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Dalam pelaksanaan karya kampanye digital #StopPlagiat ini penulis mengharapkan dapat memberi dampak langsung kepada target audiens melalui konten - konten yang disajikan dan dapat membantu meningkatkan engagement dari akun Instagram @yukstopplagiat dan @universitasmultimedianusantara.