

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perilaku gerombolan adalah sebuah perilaku yang terjadi ketika satu atau lebih orang memilih untuk mengikuti aliran/pendapat massal, misalnya seperti kegiatan demo yang dilakukan pelajar tanpa tahu apa yang diperjuangkan (Chatherine, 2020). Perilaku tersebut terjadi di dunia nyata dan juga dunia digital, dimana secara umum lebih dikenal dalam Bahasa Inggris, yaitu *mob mentality*. Berdasarkan buku *The Crowd: A Study of the Popular Mind* (2009) oleh ahli psikologi Gustave Le Bon, *mob mentality* adalah sebuah fenomena sosial dimana seseorang yang menghabiskan waktu lama dalam sebuah lingkungan pasti akan ikut melakukan apa yang menjadi tradisi atau keseharian lingkungan tersebut, kadang tanpa berpikir untuk apa dan kenapa.

Fenomena *mob mentality* pada saat ini merambah ke ranah digital juga. Fenomena tersebut bisa muncul karena faktor seperti kecenderungan pengguna internet untuk melakukan riset apapun sebelum mengutarakan pendapat mereka. Sue Unerman (2015) telah menyimpulkan bahwa rata-rata 8 dari 10 pengguna internet tidak membaca isi dari artikel setelah mereka membaca judul dan/atau tidak melakukan riset sendiri ketika membaca pendapat pengguna lain di sosial media. Lalu, sebuah studi yang dilakukan oleh Schaffer (2023) menunjukkan bahwa jangkauan pengguna media sosial sebanyak 88% terdiri dari dewasa muda dengan jangkauan umur 18-29. Fenomena *mob mentality* tidak secara langsung merupakan sebuah fenomena yang negatif, dan cenderung bersifat netral dan *case by case* pada awalnya. Namun, fenomena tersebut dapat menimbulkan masalah seperti misinformasi bila pengguna internet dan media sosial cenderung menganggap bahwa bila banyak yang setuju, maka informasi tersebut adalah benar (Yasadhana, 2017).

Bila informasi yang disebarluaskan memiliki konotasi negatif tentang individu dan/atau kelompok tertentu, maka mereka akan dihujat secara massal dengan *hate speech* (ujaran kebencian), memberikan tekanan besar terhadap korban, dan berpotensi untuk mencelakakan karir atau bahkan nyawa korban. Gerakan yang berhasil mencelakakan atau setidaknya menekan korban secara massal tersebut merupakan sebuah dampak dari sesuatu yang disebut *cancel culture* (Romano, 2019). *Cancel culture* yang sedang terjadi kemudian bisa menarik lebih banyak lagi pengguna internet yang memiliki cenderung ikut-ikutan sehingga memperparah situasi, menambahkan tekanan dengan *hate speech*, dan akhirnya meneruskan putaran *cancel culture* sampai pengguna massal berhenti atau korban tumbang (Midlam, 2020).

Indonesia sendiri, sebagaimana yang disimpulkan oleh Microsoft (2021) sebagai negara paling *toxic* di dunia maya, jelas tidak lupuk dari masalah ini. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku masyarakat Indonesia masih terpapar *mob mentality* tanpa menyadari tindakan sendiri. Bahkan, berdasarkan hasil survei yang disediakan oleh UNICEF tahun lalu, setinggi 45% anak-anak Indonesia berusia 14-24 tahun menjadi korban *hate speech*. Salah satu contoh adalah kasus *hate speech* terhadap PT Nippon Indosari Corpindo Tbk. terkait produknya yaitu Sari Roti tahun 2016 silam dengan menggunakan *hashtag* #BoikotSariRoti dan #StopSariRoti di Twitter (Zafi, 2016). Contoh kasus lain dalam konteks *hate speech* juga dialami oleh Gofar Hilman saat beliau dipecat dari Lawless Jakarta karena difitnah (Irvan Hq, 2022) yang disebabkan oleh kasus pelecehan seksual yang pertama kali muncul di dalam Twitter (Sari, 2022). Kasus ini termasuk tindakan kriminal, karena “orang yang menyebarkan berita bohong, menyesatkan, dan menimbulkan rasa kebencian maupun permusuhan dapat dipidana penjara paling lama enam tahun” sebagaimana dikutip dari UU no. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kedua kasus tersebut membuktikan bahwa, *mob mentality* bisa perlahan menjadi sebuah pelatuk efek mekanikal (efek domino) yang bisa mencelakakan target dengan *hate speech* yang berakibat munculnya gerakan *cancel culture*.

Emrus Sihombing, seorang pakar komunikasi politik, berpendapat “Jangan gunakan stereotip. Jangan gunakan kacamata kita untuk melihat orang lain.” Mengutip dari pernyataan tersebut, didukung dengan informasi yang menyatakan bahwa jumlah pengguna media sosial secara mayoritas berada di kalangan remaja (Khoros, 2022), penulis mengajukan solusi lewat perancangan sebuah media interaktif, berupa media yang bisa tetap menggugat perhatian pengguna untuk memberikan input ke dalam media tersebut (Dhir, 2021). Absensi studi eksisting terkait media interaktif yang mengangkat *mob mentality* berdasarkan riset yang penulis lakukan juga mendorong penulis untuk merancang media ini. Dengan menggunakan media interaktif, pengguna bisa lebih merasakan dampak yang muncul bila tidak hati-hati dalam menyimpulkan sesuatu.

## 1.2 Rumusan Masalah

*Mob mentality* adalah sebuah mentalitas yang bisa sangat membahayakan bila terjadi dalam konteks/dengan niat untuk mencelakakan suatu target, baik individu maupun kelompok. Dari permasalahan tersebut, rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana perancangan sebuah media interaktif yang dapat menunjukkan dampak pola pikir *mob mentality* bila dibiarkan dalam penggunaan internet dan media sosial?

## 1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi perancangan media interaktif terhadap dampak dari perilaku *Mob Mentality* dalam internet di kalangan remaja sebagai berikut:

1. Demografis
  - a. Usia : 18 – 25 tahun.
  - b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
  - c. Status Ekonomi Sosial (SES) : C

## 2. Geografis

*Jabodetabek*, namun karena masalah menyangkut penggunaan internet dan generasi baru, jangkauan akan diusahakan seluas-luasnya tanpa melenceng dari tujuan awal.

## 3. Psikografis

- a. Pengguna media sosial yang sering menggunakan gawai
- b. Pengguna media sosial yang memiliki kecenderungan untuk mengikuti aliran orang lain (misal seperti mengikuti tren).
- c. Pengguna media sosial yang tidak percaya diri dengan pendapat mereka sendiri.
- d. Pengguna media sosial yang terlalu percaya diri dengan pendapat mereka sendiri sehingga tidak merasa perlu untuk mencari tahu.

### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan pelaksanaan tugas akhir ini adalah untuk bisa merancang sebuah media interaktif yang dapat menunjukkan dampak pola pikir *mob mentality* oleh pengguna internet yang malas mencari tahu sumber pendapat/informasi yang didapatkan serta bahayanya bila dibiarkan. Selain itu, Tugas Akhir ini dilakukan sebagai pemenuhan ketentuan untuk lulus gelar sarjana.

### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat yang dapat diambil dari pelaksanaan tugas akhir serta laporan ini dari beberapa pihak.

#### 1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Perancangan ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperdalam pengetahuan penulis terhadap bahayanya penggunaan media sosial dan internet secara keseluruhan bila sembarangan, serta memperdalam pemahaman penulis tentang kelakuan tertentu yang ditunjukkan oleh orang lain ketika mereka yang menggunakan internet. Perancangan ini juga membantu penulis untuk lebih berhati-hati dalam menyimpulkan pendapat dari sumber yang mencurigakan.

### 1.5.2 Manfaat Bagi Orang Lain

Dengan laporan dan perancangan ini, orang lain bisa mengambil inti dan pesan yang disampaikan. Untuk tidak sembarangan main hakim terhadap orang lain, untuk tidak sembarangan berpendapat bila tidak mengerti makna dibalikinya. Untuk tidak sembarangan menyerang orang hanya karena “sedang *trending*” agar merasa *up to date*.

### 1.5.3 Manfaat Bagi Universitas

Dengan laporan dan pelaksanaan ini, pihak dari Universitas Multimedia Nusantara dapat menambah berkas dan arsip tentang *mob mentality* dan dampaknya dalam internet, terutama di jaman kita sekarang, sebab saat mencari berkas di Knowledge Center milik pihak kampus dengan kata kunci “*mob mentality*”, tidak ada satupun secara langsung menyinggung topik tersebut.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA