

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Manusia tidak dapat lepas dari informasi. Informasi merupakan sumber pengetahuan bagi manusia, baik itu dari masa lampau maupun untuk masa kini. Keberadaan teknologi telah memudahkan manusia untuk menyebarkan dan memperoleh informasi. Akan tetapi, dengan keberadaan teknologi penyebaran informasi menjadi semakin cepat sehingga semakin sulit untuk menemukan validasi dari sebuah informasi tersebut. (Adiprasetyo et al, 2017) mengatakan bahwa berita bohong atau hoaks di masyarakat terbentuk dari bentuk kemudahan yang diberikan perkembangan teknologi.

Hoaks merupakan informasi yang belum jelas atau bahkan tidak sesuai dengan fakta yang ada sama sekali. Tidak hanya media audio atau media tulis, namun hoaks dapat berupa perbuatan yang bertujuan untuk menyesatkan orang lain (Irhamdika, 2022). Meskipun berupa berita bohong, hoaks dapat menjadi sumber informasi yang menjadi dasar opini masyarakat. Serta kehebohan di masyarakat dan ketakutan massa merupakan hasil dari beredarnya hoaks di masyarakat (Budiman, 2017).

Dilansir dari situs resminya pada Januari 2024, Kominfo mengingatkan masyarakat untuk selalu waspada akan keberadaan hoaks seiring dengan teknologi AI yang semakin canggih dan dapat dalam berbagai bentuk seperti memanipulasi dialog suara, gerak mulut, maupun wajah. Wakil menteri Kominfo, Nezar Patria, menambahkan bahwa sebagian elemen masyarakat dapat mengidentifikasi penggunaan AI dalam sebuah informasi, namun sebagian elemen masyarakat yang lain belum memiliki kepekaan dalam hal tersebut sehingga informasi yang didapat ditelan mentah-mentah.

Hal ini juga dibuktikan dengan masih ada keraguan di antara masyarakat dalam mengidentifikasi hoaks dan hanya 32% masyarakat yang yakin akan kemampuan mereka dalam menangani hal tersebut (KIC dan Kominfo, 2022). Karena hal ini, kebiasaan masyarakat di wilayah barat Indonesia menghadapi isu hoaks masih dapat dikatakan rentan terpapar hoaks dikarenakan terdapat 7-25% responden yang pernah mendengar dan percaya terhadap isu tersebut.

Telah ada upaya untuk memerangi penyebaran hoaks seperti UNICEF melalui halaman #SabarSebelumSebar dimana pengguna juga dapat melakukan pengecekan di situs terhubung cekfakta.com yang dapat diakses dari perangkat mobile dan desktop. Hanya saja halaman tersebut terlihat lebih mudah dijangkau melalui desktop, ditambah lagi dengan kurang gencarnya penyebaran informasi tersebut ke dalam sosial media. Informasi dalam halaman #SabarSebelumSebar dikemas dalam berbagai macam media seperti infografis, teks, dan video *YouTube*.

Meskipun telah ada upaya untuk memerangi penyebaran hoaks lewat kampanye yang telah ada, namun kemampuan masyarakat untuk dapat membedakan dan mengenali informasi hoaks masih dianggap sebagai masalah penting (KIC dan Kominfo, 2022). Terlebih dengan kemauan masyarakat untuk mengecek informasi yang dinilai masih terbatas. Jika hal tersebut dibiarkan, maka angka masyarakat yang rentan terpapar hoaks akan cenderung meningkat meskipun kemampuan literasi digital masyarakat sudah meningkat.

Berdasarkan uraian fenomena tersebut, maka penulis meneliti dan melakukan Perancangan Kampanye Sosial untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Risiko Penyebaran Hoaks. Media yang akan dipilih penulis berupa media digital dan media cetak.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang sebelumnya mengenai keterbatasan masyarakat dalam mengenali sebuah hoaks, maka rumusan masalah yang didapatkan adalah bagaimana perancangan kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan risiko penyebaran hoaks untuk masyarakat usia 45—60 tahun di Jabodetabek?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat ditetapkan batasan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

### A. Demografis:

- a. Jenis kelamin: Pria dan Wanita
- b. Usia primer: 45—60 tahun

Penulis memilih rentang usia tersebut karena menurut Survei Status Literasi Digital di Indonesia yang diadakan oleh KIC (Katadata Insight Center) dan Kominfo pada tahun 2022, Generasi Y yang bernaung pada rentang usia tersebut mengakses internet lebih lama dari generasi lainnya.

- c. Pendidikan: SMA dan S1
- d. SES: B
- e. Kewarnanegaraan: Indonesia

B. Geografis: Jabodetabek. Penulis memilih daerah tersebut karena menurut Survei Status Literasi Digital di Indonesia yang diadakan oleh KIC (Katadata Insight Center) dan Kominfo pada tahun 2022, daerah wilayah barat Indonesia, yang mana termasuk Jabodetabek, terpantau mengalami penggunaan internet yang lebih tinggi dibandingkan wilayah lainnya (hlm. 21)

C. Psikografis: Orang yang belum dan ingin mengetahui dalam risiko penyebaran hoaks yang dapat terjadi.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berhubungan dengan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk merancang kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan risiko penyebaran hoaks untuk masyarakat usia 45—60 tahun di Jabodetabek.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dari tugas akhir yang dikerjakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, baik progress maupun hasil dari Tugas Akhir ini berdampak bagi berkembangnya kemampuan penulis sebagai seorang desainer grafis.
2. Bagi Orang Lain, menumbuhkan kesadaran mereka akan topik yang dibawakan penulis dan mendapat pengetahuan baru serta membagikannya.
3. Bagi Universitas, hasil dari program ini dapat membuktikan bahwa universitas telah berkomitmen dalam memberikan pengajaran sehingga menciptakan mahasiswa yang berkemampuan matang dan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA