

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Badan Pusat Statistik (2024) dalam Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023, sebesar 69,21 persen penduduk Indonesia di atas 5 tahun sudah pernah mengakses internet dan angka tersebut terus berkembang seiring waktu berjalan. Hasil survei dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024) juga menunjukkan bahwa generasi Z yang lahir sekitar pada tahun 1997-2012 merupakan kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia dengan kontribusi 34,40% dari total pengguna internet nasional. Data berikut menunjukkan bahwa mahasiswa, yang termasuk dalam generasi Z, memiliki ketergantungan teknologi yang tinggi dibanding generasi lainnya. Namun ketergantungan teknologi memberikan sebuah peluang terjadinya fenomena disebut dengan *cyberslacking*, di mana pelaku menggunakan internet untuk kepentingan pribadi yang non-akademis selama proses belajar (Alfian Surur et al., 2021).

Hal ini disebabkan penggunaan perangkat elektronik seperti *smartphone*, laptop dan tablet sudah menjadi bagian proses pembelajaran untuk mahasiswa sehingga muncul peluang terjadinya *cyberslacking*. Penelitian Firdiansyah et al., (2024). terhadap 341 responden mahasiswa menunjukkan bahwa 19,4% partisipan memiliki skala *cyberslacking* yang tinggi, 59,2% dikategorikan sedang dan 21,4% dikategorikan sebagai rendah. Tipe *cyberslacking* yang dilakukan menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan *cyberslacking* secara skala besar berupa *Sharing* dan *Shopping* (Chrisnatalia et al., 2023).

Fenomena *cyberslacking* pada mahasiswa berdampak pada konsentrasi individu selama pemaparan materi sehingga berpengaruh pada prestasi dan kinerja akademik. *Cyberslacking* tingkat tinggi mempengaruhi Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) mahasiswa yang memiliki regulasi diri dalam penggunaan perangkat elektronik (Nasir et al., 2023). Materi yang tertinggal waktu karena melakukan

cyberslacking juga menyebabkan mahasiswa wajib bekerja lebih di waktu yang lain sehingga kelelahan dan hasil yang tidak maksimal (Rinaldi et al., 2024). Selain masalah akademis, Wu et al. (2020) menyatakan bahwa *cyberslacking* dapat menimbulkan konflik sosial antar pekerja dan pelaku. Namun dalam sisi lain *cyberslacking* memiliki dampak positif yang berperan dalam memberikan istirahat terhadap pekerjaan dan kewajiban, meningkatkan kinerja, dan membantu meningkatkan kreativitas (Lim & Teo, 2022)

Masalah kebiasaan *cyberslacking* tersebut dapat diatasi dengan pendekatan kampanye sosial. Kampanye berbasis visual sebagai sarana komunikasi dan persuasi target untuk mencapai perubahan perilaku (Lee & Kotler, 2022). Namun belum ada kampanye sosial yang mengangkat permasalahan *cyberslacking* khususnya yang ditujukan kepada mahasiswa. Dari observasi yang dilakukan secara mandiri pada internet, bentuk media yang membahas *cyberslacking* ditemukan dalam bentuk studi jurnal, infografik, video dan blog yang memberikan informasi dan solusi terhadap distraksi digital secara umum ataupun untuk produktivitas kerja. Oleh karena berikuit, penelitian dilakukan dengan tujuan untuk merancang kampanye sosial interaktif yang ditujukan kepada mahasiswa dalam upaya meningkatkan kesadaran diri dan mendorong keinginan untuk meregulasi diri dalam penggunaan internet selama perkuliahan. Dengan pendekatan interaktif seperti gamifikasi, *storytelling*, dan platform digital, perancangan ini diharapkan menjadi solusi edukatif dan persuasif yang menarik bagi target audiens yakni mahasiswa berusia 18-22 tahun untuk membentuk perilaku digital yang sehat pada mahasiswa dalam era teknologi.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang tertera di atas, rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut :

1. Faktor pribadi, demografi, organisasi dan situasi mempengaruhi individu berpartisipasi dalam perilaku *cyberslacking*.
2. Belum ada media persuasi yang menekan kepada topik *cyberslacking* khusus mahasiswa.

Dari kedua masalah yang tertera maka rumusan masalah yakni, bagaimana perancangan kampanye sosial interaktif mengenai *cyberslacking* pada mahasiswa.

1.3 Batasan Masalah

Target audiens dalam perancangan berikut meliputi mahasiswa aktif laki-laki dan perempuan yang berusia 18-22 tahun, pendidikan minimal SMA/SMK, SES B, dan berdomisili Jabodetabek. Media *output* berbentuk kampanye sosial interaktif yang berfokus pada meningkatkan kesadaran minimalisasi kebiasaan *cyberslacking* di kelas.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Dari rumusan masalah yang tertera, tujuan tugas akhir merupakan untuk membuat perancangan kampanye interaktif mengenai *cyberslacking* pada mahasiswa.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir perancangan kampanye sosial interaktif mengenai *cyberslacking* pada mahasiswa diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis dan praktis sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi penambahan ilmu pengetahuan dan pendalaman materi mengenai *cyberslacking* pada mahasiswa dalam upaya memberikan kesadaran diri terhadap kebiasaan tersebut dengan media persuasi kampanye.

2. Manfaat Praktis:

Harapan media persuasi yang telah dirancang dapat diimplementasi dan mampu meningkatkan penggunaan. Harapan lainnya yakni laporan ini dapat menjadi referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan perancangan dengan media serupa.