

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Alpha merupakan generasi yang lahir pada tahun 2010 keatas di saat teknologi sudah berkembang dengan pesat sehingga generasi ini sudah akrab dengan adanya internet terutama dengan media sosial (Novianti, Hukmi, & Maria, 2019, h. 65-70). Sekitar 69% gen Alpha sudah ambil alih dalam menggunakan media sosial melalui ponsel yang mereka gunakan (Mutma, 2020, h. 32). Media sosial memiliki sifat dimana orang-orang yang menggunakan media sosial dapat mengemukakan pendapatnya dengan rasa percaya diri dan tanpa ada rasa takut atau dapat dikatakan sebagai anonimitas (Utari, 2024, h. 1-9). Dengan adanya kemudahan untuk bersosialisasi dan kebebasan dalam sosial media meningkatkan potensi terjadinya perilaku *flaming*.

Perilaku *flaming* merupakan perilaku perundungan secara *online* dalam suatu media sosial yang dilakukan secara berkelompok atau individu dengan menyampaikan pesan yang bersifat negatif dan tidak sopan untuk memprovokasi seseorang atau kelompok (Rusyidi, Bintari, & Wibowo, 2019, h. 75-85). Perilaku *flaming* dilatarbelakangi oleh adanya emosi yang spontan dikarenakan kurangnya kemampuan untuk mengendalikan emosi dan kecemasan yang berlebihan (Imani, Kusmawati, & Tohari, 2021, h. 74-83). Dengan adanya hal tersebut, orang-orang termotivasi untuk berkomentar negatif tanpa memikirkan dampak yang akan terjadi. Dalam artikel yang dilansir pada newsdetik.com, Muhadjir Effendy sebagai Kepala Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik (Kemenko PMK) menyatakan bahwa pelaku perilaku *flaming* merupakan anak-anak Indonesia dibawah umur dan sekitar 45% dari anak-anak di Indonesia telah menjadi korban dalam tindakan *flaming* sepanjang tahun 2022 (Utami, 2022). Jika dihubungkan dengan media sosial, perilaku *flaming* merupakan jenis *cyberbullying* yang melekat pada pengguna media sosial dikarenakan perilaku

flaming dapat dilakukan di media sosial dengan bebas dikarenakan sifat dari media sosial yang tidak memiliki adanya batasan dalam berekspresi (Riani, 2024).

Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia telah membantu dalam mengurangi adanya perilaku *flaming* dengan membuat layanan informasi yang berisi tentang pencegahan dan pemahaman yang baik tentang perilaku *flaming* kepada anak-anak lewat media digital ataupun media fisik (Hasana, 2022). Namun, hal tersebut tidak terealisasi dengan baik dikarenakan belum banyaknya edukasi dan persuasi mengenai bahaya perilaku *flaming* dan cara untuk mengurangi, serta mengatasi perilaku tersebut di media digital (Arisanty & Wiradharma, 2022, h. 215-227). Dengan kata lain, pemerintah belum dapat merealisasikan media untuk mengedukasi dan mempersuasi khususnya para generasi Alpha untuk menghindari perilaku *flaming* ini. Selain itu, hal ini juga berdampak pada minimnya respon dari masyarakat dalam menanggapi isu ini.

Jika masalah yang ada dibiarkan terus-menerus, dampak tersebut tidak hanya berlaku pada generasi Alpha saja, tetapi dapat berdampak pada generasi yang lain. Dilansir dari artikel IDN Times, terdapat kasus pada tahun 2022, anak muda di Ciledug, Kota Tangerang mendapatkan perilaku *flaming* pada media sosial *Twitter* dalam utasannya yang menyebabkan trauma psikologis dan berujung pada tindakan bunuh diri (Iqbal, 2022). Meskipun sudah adanya media yang disosialisasikan terkait perilaku *flaming*, baik berupa media digital maupun fisik, jangkauan media dan pesan yang disampaikan masih terbatas sehingga menyebabkan kurangnya kesadaran terhadap dampak negatif yang dapat ditimbulkan bagi diri sendiri maupun orang lain dalam jangka panjang.

Dengan melihat kurangnya edukasi dan persuasi mengenai perilaku *flaming* ini, diperlukan adanya solusi berupa kampanye sosial. Kampanye sosial merupakan kegiatan yang dilakukan dengan berbagai tindakan nyata untuk mengkomunikasikan pesan-pesan terkait masalah sosial (Syahraeni, Sultan, & Bahfiarti, 2021, h. 66-76). Maka dari itu penulis melakukan perancangan kampanye sosial pencegahan perilaku *flaming* di media sosial bagi generasi Alpha dengan umur 11-14 tahun di Banten.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan pada latar belakang, ditemukan rumusan masalah sosial dan desain yaitu,

- 1) Kurangnya kesadaran generasi Alpha mengenai perilaku *flaming*.
- 2) Media layanan informasi mengenai perilaku *flaming* yang diberikan oleh pemerintah belum efektif untuk para generasi Alpha.
- 3) Belum adanya media persuasi yang efektif untuk mencegah adanya tindakan *flaming* di media sosial khususnya untuk generasi Alpha.

Berdasarkan rumusan masalah sosial dan desain yang telah disebutkan, ditemukan rumusan masalah yaitu, bagaimana perancangan kampanye sosial bagi generasi Alpha dengan umur 11-14 tahun mengenai pencegahan perilaku *flaming* di Banten?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, maka batasan masalah dalam perancangan yang nantinya akan dibuat disebutkan sebagai berikut:

- 1) Objek media kampanye sosial yang akan dilakukan melingkupi perancangan kampanye sosial yang dapat mempersuasi dan mengedukasi. Kampanye sosial yang akan dibuat akan berupa media digital seperti konten media sosial yang dijadikan sebagai media utama dan media cetak yang dijadikan sebagai media pendukung. Media cetak yang digunakan yaitu, poster, *billboard*, *flyer*, dan *booth*. Media-media tersebut akan dibuat menjadi serangkaian kegiatan melalui proses AISAS.
- 2) Target dalam perancangan ini adalah semua jenis kelamin, generasi Alpha dengan umur 11-14 tahun dikarenakan generasi Alpha yang berada pada umur tersebut sudah terbiasa dengan adanya sosial media dan memiliki tingkat kejadian perilaku *flaming* yang ada di media sosial pada generasi Alpha. Untuk target yang dituju merupakan pendidikan minimal SMP dan ada pada kategori SES B dikarenakan pada kategori tersebut mereka sudah terbiasa dengan adanya media sosial dan memiliki edukasi yang cukup jika dibandingkan dengan SES A. Perancangan ini juga ditujukan kepada para generasi Alpha yang ada di Provinsi Banten dikarenakan menurut data dari

data.goodstats.id menyatakan bahwa pada tahun 2023, Provinsi Banten menjadi peringkat pertama dengan tingkat penetrasi internet tertinggi di Indonesia (Syaharani, 2023). Tidak hanya itu, beberapa kejadian perilaku *flaming* juga terjadi di Provinsi Banten seperti yang telah disebutkan pada latar belakang.

- 3) Kampanye sosial yang akan diangkat adalah mengenai definisi serta faktor perilaku *flaming*, dampak dari perilaku *flaming*, dan cara mengatasi juga mencegah perilaku *flaming* yang terjadi di media sosial khususnya bagi generasi Alpha.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan tugas akhir yang ingin dicapai adalah perancangan kampanye sosial bagi generasi Alpha dengan umur 11-14 tahun mengenai pencegahan perilaku *flaming* di Banten.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoretis:

Manfaat penelitian dapat digunakan oleh para orang-orang yang ingin melakukan riset tentang perancangan kampanye sosial dan perilaku *flaming*. Manfaat penelitian ini juga dapat digunakan sebagai usaha pencegahan perilaku *flaming* di media sosial bagi gen Alpha melalui kampanye sosial. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi perancangan kampanye sosial dan materi pencegahan perilaku *flaming*, dan pendekatan yang tepat kepada generasi Alpha. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan arsip universitas dengan pelaksanaan Tugas Akhir.

- 2) Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan dan referensi bagi dosen atau peneliti lain mengenai pilar persuasi Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi perancangan kampanye sosial khususnya pada perancangan dengan topik kampanye sosial pencegahan

perilaku *flaming* di media sosial bagi gen Alpha. Selain itu, perancangan ini juga dapat menjadi media edukasi untuk menambah wawasan dan kesadaran pada generasi Alpha mengenai perilaku *flaming* di media sosial. Perancangan ini juga dapat membantu pemerintah untuk mengurangi perilaku *flaming* di media sosial bagi generasi Alpha.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA