

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, penggunaan internet di kalangan remaja mengalami peningkatan signifikan. Data dari survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2017) menunjukkan bahwa pada tahun 2017 terdapat 143,26 juta pengguna internet dari total populasi 262 juta penduduk, dengan pertumbuhan mencapai 10,56 juta jiwa dibandingkan tahun sebelumnya (Aprilia dkk., 2020, hlm. 42). Selain itu, durasi penggunaan media sosial per hari bervariasi, di mana 43,89% pengguna menghabiskan 1–3 jam, 29,63% 4–7 jam, dan 26,48% lebih dari 7 jam. Remaja merupakan kelompok pengguna media sosial terbesar dengan persentase mencapai 75,50% (Aprilia dkk., 2020, hlm. 42). Di Jakarta Selatan sendiri, remaja memiliki durasi penggunaan media sosial tertinggi pada level harian, sebesar 84% (Iskandar & Isnaeni, 2019, hlm. 69). Mereka lebih sering menggunakan media sosial untuk mencari hiburan dibandingkan dengan mencari informasi.

Meskipun internet dan media sosial menawarkan kemudahan dalam berkomunikasi, penggunaan yang berlebihan justru mengurangi frekuensi interaksi tatap muka, sehingga berdampak pada menurunnya kualitas hubungan sosial (Tadon dkk., 2024, hlm. 32133). Pola konsumsi digital yang tinggi telah menyebabkan remaja merasa terisolasi secara sosial, terutama ketika mereka melihat aktivitas sosial teman-teman yang tampak ideal di dunia maya, sehingga menimbulkan perasaan tidak percaya diri dan tidak diikutsertakan (VOA Indonesia, 2017). Hal ini diperparah dengan perilaku *phubbing*, yaitu menggunakan ponsel saat sedang bersama orang lain, yang justru membuat hubungan sosial semakin renggang. Studi yang dilakukan di Jakarta membuktikan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan pada remaja memiliki pengaruh sebesar 45,1% terhadap perilaku *phubbing* (Gouwtama & Gouwtama, 2024, hlm. 60). *Phubbing* ini dapat

memperburuk isolasi sosial karena mereka lebih peduli pada dunia maya daripada dunia nyata (Stevic & Matthes, 2023, hlm. 2).

Sejumlah penelitian telah mengkaji dampak negatif penggunaan media sosial terhadap isolasi sosial remaja, dan sudah ada beberapa kampanye sosial mengenai masalah penggunaan media sosial yang berlebihan, namun belum ada yang secara efektif dan informatif menampilkan masalah isolasi sosial akibat penggunaan media sosial yang berlebihan serta gejalanya. Dampak negatif dari isolasi sosial pada remaja tidak hanya terbatas pada penurunan interaksi sosial, tetapi juga berpotensi memicu gangguan kesehatan mental jangka panjang seperti depresi, kecemasan, dan stres (Khalaf dkk., 2023, hlm. 2). Temuan Cahya dkk. (2023) menunjukkan bahwa remaja memiliki risiko depresi yang lebih tinggi, yakni 14,8% dibandingkan dengan 8,4% pada orang dewasa, sehingga mempertegas dampak psikologis penggunaan media sosial yang berlebihan (h.705). Data penggunaan media yang tinggi dan kecenderungan untuk membandingkan diri di dunia maya menambah intensitas tekanan psikologis di kalangan remaja (Aprilia dkk., 2020). Kondisi ini menuntut adanya pendekatan yang melibatkan peran keluarga, sekolah, dan komunitas dalam upaya preventif dan intervensi dini.

Solusi dari masalah ini adalah perancangan kampanye sosial mengenai bahaya isolasi sosial yang dapat disebabkan oleh media sosial. Kampanye yang bersifat edukatif dipilih agar dapat memberi kesadaran akan bahaya isolasi sosial akibat media sosial. Kampanye sosial yang bersifat edukatif ini akan ditujukan bagi kalangan remaja, mengingat mereka merupakan golongan yang paling riskan terhadap masalah ini. Diharapkan dengan perancangan kampanye sosial ini, masyarakat bisa menjadi lebih sadar akan bahaya isolasi sosial karena media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa masalah yang ditemukan:

1. Penggunaan media sosial yang berlebihan pada remaja menyebabkan isolasi sosial, yang ditandai dengan penurunan interaksi sosial tatap muka dan peningkatan kecemasan sosial.
2. Kesadaran mengenai isolasi sosial akibat media sosial pada remaja masih minim sehingga dibutuhkan upaya untuk mendorong kesadaran tersebut.

Berdasarkan masalah-masalah tersebut, maka berikut merupakan pertanyaan yang penulis ajukan untuk proses perancangan:

Bagaimana perancangan kampanye edukasi mengenai isolasi sosial akibat penggunaan media sosial yang berlebihan untuk kalangan remaja?

1.3 Batasan Masalah

Objek kampanye edukasi yang akan dilakukan melingkupi perancangan website sebagai media utama, dengan media sekunder berupa *event*, media sosial, dan video format *short*. Target dalam perancangan ini adalah remaja usia 13-18 tahun, pendidikan minimal SD, SES A-B, dan berdomisili di Jabodetabek. Ini dikarenakan menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam laporan “Profil Pengguna Internet 2022”, remaja usia 13-18 merupakan kelompok yang paling tinggi dalam jumlah akses internet, dengan jumlah sebesar 99,16% (Pahlevi, 2022). Selain itu, penggunaan internet ditemukan paling banyak di daerah urban atau perkotaan, sebesar 69,5% dibandingkan daerah rural atau pedesaan yang hanya sebesar 30,5% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Konten yang diangkat untuk kampanye sosial ini adalah bahaya isolasi sosial akibat penggunaan media sosial yang berlebihan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang kampanye edukasi mengenai isolasi sosial akibat penggunaan media sosial yang berlebihan untuk kalangan remaja di Jabodetabek.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat Teoretis:

Manfaat penelitian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya isolasi sosial yang disebabkan oleh penggunaan media sosial yang berlebih. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual dan dapat membantu penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin merancang kampanye sosial dan digital.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi dosen dan peneliti-peneliti lain mengenai pilar DKV. Perancangan ini juga dapat bermanfaat bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan perancangan kampanye social. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi pelengkap untuk arsip Universitas Multimedia Nusantara.

