

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Short Attention Span merupakan kondisi seseorang yang sulit mempertahankan fokus dalam waktu lama, yang disebabkan penggunaan berlebih konsumsi media cepat seperti *short-form video* (Lubis, 2024). Kondisi ini menjadi masalah karena dapat menurunkan produktivitas dan fokus seseorang (Lubis, 2024). Hal ini merupakan dampak perkembangan era digital yang mempengaruhi cara anak mengakses hiburan dan teknologi masa kini (Trisnawaty, 2024). Salah satunya yaitu munculnya *short-form video* yang menjadi media populer di Tiktok, Instagram Reels, dan Youtube Shorts, dengan durasi singkatnya kurang dari 1 menit (Putra & Andriani, 2025). Menurut Istamala & Munawaroh (2025), paparan berlebih konten ini membentuk kebiasaan menerima informasi secara cepat dan berganti dalam hitungan detik, yang seringkali menimbulkan masalah pada penurunan fokus yang dikenal *short attention span* (Lubis, 2024).

Menurut Fauzi (2025), menonton video singkat terlalu lama dapat mempengaruhi kemampuan fokus saat mengerjakan tugas akademik yang membutuhkan rentan perhatian tinggi. Hal ini didukung penelitian Nuraliyah et al., (2022), menunjukkan bahwa sebagian besar siswa dari 5 SMP berbeda di Jakarta mengaku sering terdistraksi ketika belajar di rumah karena penggunaan gadget didekatnya, sehingga membuat fokus belajar menjadi terganggu. Data lanjutan juga menunjukkan sebagian siswa SMP dapat menghabiskan lebih dari 6 jam sehari bermain media sosial, yang akhirnya berdampak negatif pada kemampuan belajar mandiri mereka, seperti menurunkan motivasi belajar karena selalu terfokus pada media sosial ketika pulang sekolah (Rumbewas et al., 2025). Kondisi tersebut yang kemudian membuat siswa menunda pengerjaan tugas akademik karena dianggap membuat frustrasi, stres, dan kebosanan, sehingga mereka lebih memilih kesenangan instan yang diberikan *short-form video* (Christian & Budiarto, 2024).

Sebagai respon masalah ini, banyak yang memberikan informasi tentang *short attention span* di beberapa *platform* media sosial. Namun, kebanyakan media yang ditemukan cenderung hanya memberikan informasi umum mengenai *short-attention span*, tanda-tanda, penyebab, hingga cara mengatasinya. Media yang ada juga masih sulit dimengerti, sehingga *engagement* yang didapatkan cenderung minim dan belum dapat menggerakkan remaja untuk mengimplementasikannya karena kurang menarik secara visual.

Media persuasif berupa ajakan untuk membangun *attention span* yang baik bagi remaja juga belum ada. Apabila dibiarkan, hal ini tidak hanya mempengaruhi efektivitas belajar, tetapi menurunkan prestasi akademik, kemampuan berinteraksi, hingga penurunan berpikir kritis (Yuniarti, 2025). Oleh karena itu, perancangan kampanye interaktif diperlukan untuk mengajak remaja membangun kebiasaan menjaga *attention span* dengan baik. Menurut Rogers & Storey (dalam Venus 2018), kampanye merupakan tindakan komunikasi terencana dengan tujuan memberikan dampak tertentu target audiens. Interaktivitas digunakan untuk meningkatkan pengalaman remaja karena dipercaya dapat meningkatkan motivasi, minat, serta partisipasi pada kampanye (Ramsi, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya, berikut beberapa masalah yang penulis temukan, yaitu:

1. Rendahnya *attention span* remaja membuat mereka sulit fokus dalam aktivitas belajar di rumah dan mempengaruhi fokus belajar mereka. Sehingga, performa belajar menjadi menurun.
2. sInformasi tentang *attention span* sudah disampaikan, namun belum mampu dipahami target, sehingga belum tergerak mengimplementasikannya. Selain itu, belum adanya media persuasi untuk membangun *attention span* yang baik secara interaktif bagi remaja.

Oleh karena itu, penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye interaktif mengenai dampak *short attention span* bagi kemampuan belajar pada remaja?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini akan difokuskan pada perancangan kampanye interaktif sebagai media utamanya nanti. Perancangan ini akan ditujukan pada kalangan remaja awal usia 12-15 tahun, SES B-A, dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Ruang lingkup dari perancangan akan dibatasi pada kampanye dengan memberi informasi mengenai *short attention span* dan mengajak target untuk membangun kebiasaan menjaga *attention span* yang baik menggunakan pendekatan interaktif.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dicantumkan, maka penulis bertujuan untuk membuat perancangan kampanye interaktif mengenai dampak *short attention span* bagi kemampuan belajar pada remaja.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis dan praktis yang meliputi:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada keilmuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas kampanye interaktif dampak *short attention span* bagi kemampuan belajar remaja.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan kemampuan dan pengalaman dalam merancang kampanye dengan pendekatan interaktif bagi penulis. Diharapkan juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa yang tertarik untuk merancang kampanye interaktif dengan topik serupa, yaitu dampak *short attention span* bagi kemampuan belajar remaja. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dokumen arsip Universitas Multimedia Nusantara terhadap pelaksanaan Tugas Akhir.