

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era digital dan perkembangan teknologi informasi, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan remaja. Kota Bandung, menjadi salah satu kota besar di Indonesia, tidak menjadi pengecualian. Remaja di Kota Bandung aktif menggunakan berbagai *platform* media sosial untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan mengekspresikan diri. Seiringan dengan keuntungan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh media sosial, terjadi juga fenomena *oversharing* di media sosial.

Oversharing merujuk pada tindakan berbagi informasi, foto, atau konten pribadi secara berlebihan atau terlalu terbuka di media sosial. Fenomena ini telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di kalangan remaja di Kota Bandung. Hal ini umumnya terjadi karena kurangnya kesadaran terhadap dampak negatif dari perilaku *oversharing* di media sosial pada usia remaja. Fenomena *oversharing* ini disebabkan karena remaja memiliki keinginan untuk diterima dan diakui, kurangnya pemahaman tentang privasi, serta kurangnya edukasi tentang keamanan digital.

Perilaku ini memiliki dampak yang merugikan, termasuk kehilangan privasi, risiko penipuan *online*, kerugian reputasi, dan lainnya. Pentingnya menjaga privasi, mengelola konten yang dibagikan, serta memahami konsekuensi dari perilaku *oversharing* menjadi sangat penting di era digital ini.

Oleh karena itu, perlu adanya upaya edukasi dan kesadaran di kalangan remaja di Kota Bandung tentang dampak negatif dari perilaku *oversharing* di media sosial. Upaya ini dilakukan melalui kampanye sosial, bertujuan agar remaja di Kota Bandung dapat menggunakan media sosial secara lebih cerdas dan bertanggung jawab.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran akan dampak negatif dari perilaku *oversharing* di media sosial?

1.3. Lingkup Perancangan

Simpulan masalah dalam wilayah perancangan yang terdiri dari beberapa masalah yang ada, maka lingkup perancangan yang ditinjau diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Mengangkat topik masalah kurangnya kesadaran dan kepedulian terhadap apa yang diunggah di media sosial Instagram dan Youtube,
2. Memusatkan penelitian pada lingkup geografis Kota Bandung,
3. Memusatkan penelitian pada subjek remaja usia 15-19 tahun.

1.4. Manfaat Perancangan

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan rumusan masalah yang tercantum diatas, perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan edukasi kepada masyarakat khususnya remaja di Kota Bandung tentang dampak negatif dari perilaku *oversharing* di Kota Bandung
2. Mencegah masyarakat khususnya remaja di Kota Bandung dari perilaku *oversharing* di media sosial.

1.5. Skema Perancangan

Dibawah ini merupakan skema perancangan yang dilakukan oleh penulis ketika melakukan penelitian secara bertahap.

Latar Belakang

Di media sosial ditemukan perilaku berbagi informasi pribadi secara berlebihan (*oversharing*) pada usia remaja.

Masalah

Tingkat kesadaran akan dampak negatif dari perilaku berbagi informasi pribadi secara berlebihan (*oversharing*) sangatlah rendah pada usia remaja.

Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran akan dampak negative dari perilaku *oversharing* di media sosial?

Solusi

Perancangann kampanye sosial mengenai bahaya perilaku *oversharing* di media sosial untuk remaja di Kota Bandung

Kenapa?

Melalui kampanye sosial ini diharapkan akan meyakinkan, mengajak, merayu, atau membujuk pembaca khususnya remaja di Kota Bandung agar sadar akan bahaya dari dampak *oversharing* di media sosial.

Tujuan

Menyampaikan informasi agar pengguna media sosial mengenali dampak negative dari perilaku *oversharing* di media sosial.

1.6. Metode Perancangan

Untuk merancang media komunikasi sebagai media informatif dan edukatif mengenai cara meningkatkan kesadaran akan dampak negatif dari perilaku *oversharing* di media sosial, maka metode perancangan yang akan dijadikan sebagai acuan atau landasan dalam kegiatan perancangan dilakukan sebagai berikut.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Dalam hal ini, data yang dihasilkan dikelompokkan menjadi 2 (dua) jenis yaitu data primer yang diperoleh dari kajian pustaka.

A. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan melalui responden. Data ini dilakukan melalui tahap:

- **Kuesioner**

Kuesioner bertujuan untuk mendapatkan *insight* dari sebuah pertanyaan yang diajukan kepada target berusia 15-19 tahun yang sedang menempuh Sekolah Menengah Atas di Kota Bandung. Kuesioner disebarkan dengan *link google form* melalui media sosial Instagram dan Whatssapp.

- **Wawancara**

Penulis melakukan wawancara dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung (DISKOMINFO Kota Bandung) terkait serangan siber yang terjadi di Indonesia. Wawancara juga dilakukan kepada 2 (dua) orang Ahli Psikologi terkait psikologi dari pelaku *oversharing*.

Serta mewawancarai lebih lanjut dari responden yang mengisi kuesioner yang menjawab bahwa dirinya merasa berperilaku *oversharing* dan berdampingan dengan individu yang berperilaku *oversharing*.

- **Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan sebagai data pendukung berupa gambar, dengan merekam hal-hal yang dianggap penting selama proses wawancara.

Dokumentasi dilakukan menggunakan media rekam pribadi dalam mengumpulkan data pendukung.

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh penulis guna melengkapi kebutuhan data analisis. Data sekunder ini didapati melalui studi literatur yang bersumber dari jurnal, buku, dan internet.

1.6.2. Tahapan Perancangan

Mengawali tahapan perancangan ini tentunya dengan mengumpulkan data perihal permasalahan yang diangkat oleh penulis untuk diteliti mulai dari fenomena, isu, dan opini. Kemudian penulis melakukan wawancara terkait permasalahan yang di angkat juga dokumentasi sebagai pengumpulan data awal. Setelah itu melakukan studi literatur dari beberapa sumber jurnal, buku, dan internet sebagai pengumpulan data selanjutnya. Setelah data terkumpul, menentukan solusi dan media yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang diangkat.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran yang mengandung setiap bab, diuraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan alasan mengapa masalah ini di angkat dan alasan mengapa masalah ini menjadi penting. Dengan menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, lingkup perancangan, manfaat perancangan, skema perancangan, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini mengemukakan teori-teori yang digunakan dan menjadi landasan penelitian, mulai dari teori utama hingga pendukung terhadap masalah yang sedang diteliti.

BAB III: ANALISIS DATA

Bab ini membahas tentang data dan Analisa yang dilakukan, seperti hasil wawancara, observasi, dan kuesioner. Semua hasil yang didapat tersebut dianalisis secara skema dan menyeluruh. Selain itu terdapat *consumer journey* dan *what to say*.

BAB IV: PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan cara bagaimana merancang media yang akan dikerjakan mulai dari awal sampai akhir. Media ini dirancang sesuai data yang telah didapat sebelumnya agar sesuai penelitian dan pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran.

BAB V: PENUTUP

Bab terakhir berisi mengenai kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang diteliti dan diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca.