

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan penduduk lebih dari 262 juta jiwa. Berdasarkan informasi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika terdapat sekitar 132,7 juta penduduk yang menggunakan internet. Pada kategori penduduk berusia 20-24 tahun, ditemukan 22,3 juta jiwa pengguna, yang setara dengan 82 persen dari total penduduk di kelompok tersebut. Pada kelompok 25-29 tahun, terdapat 24 juta pengguna atau setara 80 persen total jumlah jiwa. Hingga September 2017, pengguna media sosial usia 10-14 tahun hampir mencapai 100 persen dengan jumlah 768 ribu.

Meningkatnya perkembangan pengguna internet di Indonesia memiliki dampak positif antara lain semakin meningkatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia, alat komunikasi yang di gunakan masyarakat untuk berkomunikasi atau bertukar data dengan pengguna internet yang lain, bahkan bisa memberikan informasi yang dibutuhkan.

Media sosial menjadi media internet yang semakin banyak digunakan di Indonesia mulai dari dewasa, remaja hingga anak-anak. Media sosial, memudahkan setiap orang untuk saling berkomunikasi secara personal melalui internet. Apalagi dengan terus berkembangnya telepon pintar (*smartphone*) yang semakin bisa dijangkau oleh berbagai kalangan, dari kalangan atas hingga kalangan bawah. Komunikasi personal melalui internet saat ini sudah merupakan aktivitas sehari-hari banyak orang, terutama di kota-kota dan kawasan lain yang terjangkau jaringan internet.

Maraknya penggunaan internet untuk berkomunikasi secara personal, melahirkan cara berinteraksi dan berkomunikasi yang baru. Orang-orang yang jauh secara fisik menjadi terasa dekat hanya dengan berkomunikasi melalui internet. Tetapi sebaliknya justru orang yang dekat secara fisik mulai jarang terlibat komunikasi langsung. Di satu sisi, komunikasi personal

melalui internet ini memang banyak manfaatnya tetapi di sisi lain mengakibatkan menurunnya interaksi fisik antar individu yang mengakibatkan berkurangnya tingkat keakraban dan kepekaan sosial antar personal. Orang yang baru dikenal melalui media sosial begitu mudah dipercaya sehingga banyak pengguna media sosial yang terperdaya oleh pelaku kejahatan. Pola-pola komunikasi yang digunakan para pelaku lebih mudah dipercaya dibandingkan komunikasi secara langsung.

Cyber crime merupakan kejahatan dibidang teknologi informasi yang mengacu kepada aktivitas atau perbuatan kejahatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok tertentu dengan memanfaatkan alat berteknologi internet sebagai fasilitas dan sarana kejahatan. Indonesia merupakan salah satu negara yang tingkat keamanan internetnya sangat buruk. Hal ini menjadi salah satu penyebab pertumbuhan *cyber crime* di Indonesia begitu pesat. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), kasus *cyber crime* di Indonesia telah mencapai 36,6 juta insiden dalam tiga tahun terakhir. Di Jawa Barat sendiri, setiap tahunnya ada lebih dari 100 kasus terkait *cyber crime*.

Kondisi inilah yang menjadi dasar dari perancangan kampanye ini agar masyarakat Indonesia agar dapat meningkatkan kewaspadaan dalam menggunakan media sosial, baik untuk sekedar bersosialisasi, ataupun untuk keperluan bisnis agar terhindar dari berbagai risiko yang mungkin bisa terjadi.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian yang ada, program kampanye ini akan difokuskan kepada remaja dan orang tua dikarenakan pengguna tertinggi media sosial ada pada mereka yang berusia di bawah 20 tahun. Selain itu karena kasus *cyber crime* memiliki potensi tinggi pada remaja.

Permasalahan yang terdapat pada perancangan kampanye ini adalah :

1. Bagaimana menyadarkan banyak remaja yang cenderung lebih mudah menjadi korban *cyber crime*?
2. Bagaimana merancang kampanye yang tepat agar remaja dan orang tua bisa mewaspadaikan dan mencegah *cyber crime* ?

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan berdasarkan permasalahan di atas adalah :

1. Menyadarkan remaja dan orang tua tentang bahaya *cyber crime* di Indonesia melalui media DKV.
2. Merancang kampanye yang tepat agar anak muda dan orang tua mewaspadaikan dan mencegah *Cyber Crime*.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari buku-buku dan tulisan-tulisan yang berhubungan dengan perancangan baik secara cetak maupun secara online.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Direktur Reserse Kriminal Khusus Polda Jabar, dan pihak-pihak yang memiliki informasi dan wawasan khusus terkait tujuan perancangan kampanye.

3. Observasi

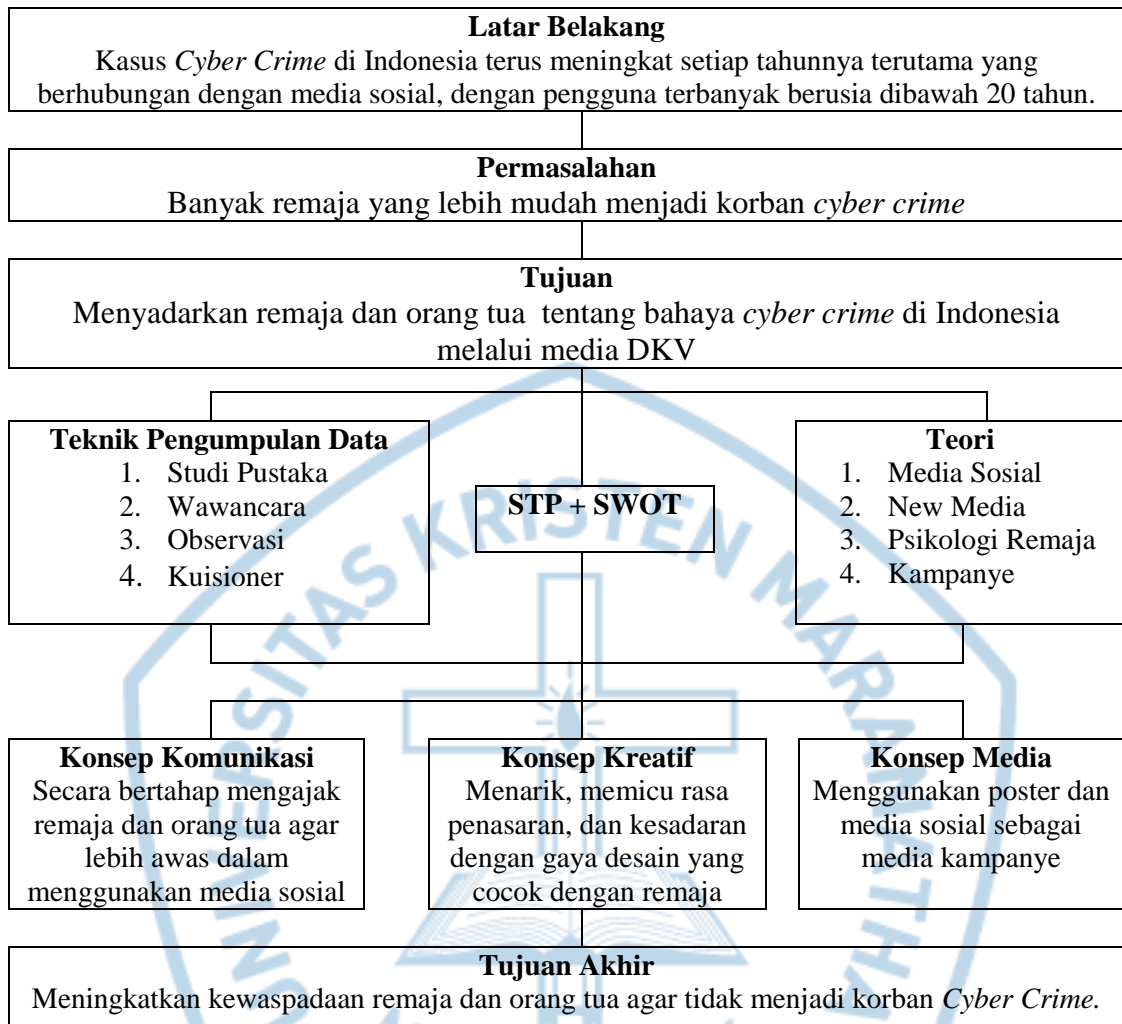
Observasi dilakukan dengan menyimak berita-berita yang terkait dengan media sosial khususnya yang berhubungan dengan *Cyber Crime*

4. Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan formulir survey Google, dan di beberapa lokasi.



1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan