

Bab I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kemampuan seseorang untuk bisa membaca, menulis, mengolah informasi dan seterusnya adalah kemampuan untuk literasi. Sedangkan membaca adalah kegiatan untuk memahami informasi yang dibaca. Terkutip survei data UNESCO menunjukkan bahwa budaya literasi di kalangan remaja Indonesia masih tergolong lemah dengan menempati peringkat ke-60 dari 61 negara dalam hal literasi, dan dengan hanya 0,001% mempunyai minat membaca. Berarti dari 1.000 orang, hanya ada satu orang yang rajin membaca (Azmi Rizky Anisa, 2021). Salah satu sebab rendahnya kemampuan berpikir kritis adalah dari kebiasaan membaca untuk menaikkan pengetahuan.

Artikel dari (Gradianto, 2024) menjelaskan, beberapa faktor yang mempengaruhi kurangnya literasi yaitu, pengaruh konsumsi sosial media, kurangnya akses untuk bisa membaca buku, kurangnya dukungan lingkungan keluarga maupun teman, menemukan hiburan yang lebih menarik, dan lainnya.

Dengan membiasakan keseringan literasi bisa membantu dengan menaikkan berpikiran kritis, terutama untuk remaja sekarang dengan literasi adalah salah satu peran penting. Literasi bisa membantu dan melatih kemampuan seperti mengolah informasi lebih dalam dan benar. Ada juga dampak positif lainnya dengan menaikkan wawasan, memperluas kosa kata, dan dengan mengolah informasi dengan benar bisa lebih berhati-hati dengan informasi yang dibaca dengan melihat di jaman sekarang dengan banyaknya media informasi yang bisa tidak benar dan tidak akurat (Anthony Sentoso, 2021).

Untuk menyebarkan media kesadaran ini, penulis menggunakan kampanye sosial yang menggunakan pendekatan komunikasi visual. Kampanye sosial adalah upaya pemasaran yang di koordinasikan biasanya di platform media sosial dengan tujuan tertentu dan dijadwalkan dengan jangka waktu tertentu. Kampanye ini berbeda dari postingan media sosial biasa karena terfokus pada tujuan dan diukur dengan metrik yang harus dicapai dalam waktu tertentu (Suresh, 2024).

Menurut penelitian, (Dalilah Nabila, 2023) dengan metode kampanye dengan pendekatan komunikasi visual dapat mengalihkan cara berpikir target audiens yang ingin dicapai dengan visual dan pesan yang menarik perhatiannya. Dengan remaja sebagai target audiens yang aktif menggunakan sosial media, kampanye seperti ini bisa menjangkau lebih mudah dengan kampanye akan disebar di media platform yang sering digunakan mereka.

Dengan artikel yang dijelaskan, (Herald, 2023) popularitas platform konten pendek seperti Tiktok, Instagram Reels, atau Youtube Shorts menjadi platform yang digunakan hampir semua masyarakat di dunia termasuk Indonesia. Dengan ini banyaknya masyarakat yang lebih memilih mendapatkan informasi penting atau hiburan dengan konten pendek ini, dengan juga fenomena rentang perhatian yang pendek.

Tetapi untuk menarik perhatian penyebaran kampanye ini, menggunakan platform pendek akan menarik perhatian target audiens yaitu remaja generasi Alpha sekarang dengan bisa menyebarkan informasi dengan ringkas, bisa menarik dengan visual, dan mudah diproses informasinya. Media dengan format seperti ini akan selaras dengan gaya hidup generasi Alpha sekarang yang dikelilingi dengan teknologi berkembang dan juga gaya hidup multitasking (Cavin Macwan, 2024).

1.2 Rumusan & Identifikasi masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

- Remaja yang kurang berminat membaca dikarenakan zaman sekarang menggunakan banyak sosial media.
- Konsumsi banyak sosial media di mana informasi adalah cepat dan ringkas menyebabkan rentang perhatian pendek.

1.2.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana bisa menyampaikan kesadaran kampanye sosial dengan informasi ringkas agar pesan tersampai?
- Bagaimana memberikan cara alternatif untuk anak remaja sekarang untuk mendapatkan akses membaca?

1.3 Tujuan

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

- Membantu menyebarkan wawasan pentingnya minat baca dan banyak literasi.
- Mengevaluasi efektivitas kampanye sosial yang dibuat dengan cara desain komunikasi visual untuk menarik perhatian di kalangan remaja tentang pentingnya membaca.
- Penelitian ini mengeksplorasi potensi konten pendek di media sosial sebagai alat untuk berkampanye sosial.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penulis menggunakan teori literasi digital yang menunjukkan bagaimana dengan penyebaran kampanye sosial menggunakan sosial media, ini akan mendorong target audiens untuk menonton kampanye video kesadaran ini. Metode teori ini juga mendukung teori cara berkomunikasi pemasaran sosial dengan konten video kesadaran.

1.4.2 Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Diharapkan penelitian tugas akhir ini memberi manfaat langsung untuk Universitas Pembangunan Jaya, terutama kepada mahasiswa yang ingin tahu lebih dengan mengapa kekurangan membaca dan mengambil ilmu karya dari penelitian ini.

1.4.3 Bagi Peneliti

Penulis dapat pengalaman dalam merancang sebuah kampanye sosial terutama kampanye video kesadaran yang digunakan sebagai media komunikasi untuk target audiens. Penulis juga paham untuk memajukan pengetahuan akademis dan juga memperluas wawasan dalam bidang berkampanye sosial dengan cara komunikasi visual.

1.4.4 Bagi Remaja

Bisa mendapat akses penyampaian kampanye sosial yang penting dengan media kampanye yang menarik dalam visual dan juga topik yang relevan untuk menyebar pesan kesadaran pentingnya literasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang diterapkan :

1. Bab 1: Pendahuluan

Dalam bab ini konteks latar belakang ini dijelaskan identifikasi dan perumusan masalah, tujuan, batasan dan manfaat dari sudut pandang teoritis dan praktis.

2. Bab 2 : Tinjauan Umum

Dalam bab data dan literatur, data dan sumber yang digunakan berupa artikel, jurnal, atau buku referensi sesuai topik. Tujuan dari bab data dan literatur adalah untuk memberikan penjelasan lebih lanjut tentang data, sumber, dan penelitian sebelumnya yang mendukung penulisan ini.

3. Bab 3 : Metodologi Desain

Bab ini akan menjelaskan rencana kerja yang akan dilakukan saat memulai perancangan.

4. Bab 4 : Strategi Kreatif

Dalam bab ini penulis membahas lebih mendalam tentang konsep karya perancangan yang akan dibuat, strategi perancangan, dan final karya.