

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, komunikasi antar manusia tidak luput dari peran media sosial. Rahadi (2017) menjelaskan bahwa media sosial adalah media daring yang meliputi blog jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial adalah sebuah perkembangan dari teknologi media komunikasi dimana penggunaanya dapat berkomunikasi secara massal dengan mudah, pada umumnya media sosial digunakan oleh pengguna individu untuk berbagi kabar berita, keluhan maupun pencapaiannya, baik berupa teks, audio maupun video, baik dalam rangka bersyukur atau untuk mengabadikan momen tersebut. Sanovar dan Porter menyatakan bahwa media sosial mengakibatkan perubahan pada enam unsur budaya, salah satunya adalah orientasi kegiatan. Orientasi kegiatan yang bersifat positif contohnya adalah mengunggah kegiatan untuk keperluan bisnis, sementara orientasi kegiatan yang bersifat negatif diantaranya adalah mengunggah kiriman dengan tujuan pamer (Anwar 2017).

Media sosial memungkinkan penggunaanya untuk berbagi cerita kehidupan pribadinya. Melalui akunnya, audiens dapat mengirim berbagai cerita, pada umumnya cerita yang dibagikan mengenai cerita bahagia dan membanggakan seperti, kesuksesan yang berhasil dicapai, kemajuan dalam karir, keberuntungan yang diperoleh, kepemilikan harta benda, perjalanan wisata dan lain sebagainya. Kiriman tersebut dapat direspon oleh akun lain dengan mengirim tanda menyukai atau memberikan komentar. Menurut Buxman, dampak positif dan negatif yang mempengaruhi psikologis penggunaanya dari kiriman di media sosial tergantung terhadap kondisi psikologis penerima, ada penggunaanya yang menanggapi dengan biasa saja, tidak berlebihan dan ada juga yang berlebihan, merasa marah pada diri sendiri, cemburu berlebihan sehingga berdampak pada dirinya seperti yang dinyatakan oleh Buxman (Armalita & Helmi 2018). Bagi sebagian orang hal tersebut dapat dijadikan motivasi, tetapi bagi sebagian yang lain dapat menimbulkan kecemburuan atau rasa iri dan menurunnya kepuasan

hidup pada orang tersebut. Pengguna media sosial pada umumnya akan terpengaruh dengan kiriman cerita tersebut baik secara positif maupun negatif. berkaitan dengan pernyataan Buxmann, bagi audiens yang memiliki perasaan cemburu sebagai kondisi psikologis *Schadenfreude*. Heider menyatakan *schadenfreude* adalah perasaan yang tidak sejalan dengan perasaan yang dirasakan oleh banyak orang disekelilingnya, perasaan negatif yang dirasakan oleh orang lain akan membuat seseorang dengan *schadenfreude* memperoleh perasaan positif. Dan berlaku pula hal sebaliknya ketika orang disekitarnya merasakan emosi positif. (Van Dijk dkk. 2009)

Merujuk pada pengertian di atas, terkadang perilaku bersyukur pun disamakan dengan perilaku *schadenfreude* apabila dilakukan pada waktu dan tempat yang tidak tepat, contohnya menambahkan *caption* bersyukur pada kiriman di media sosial dimana isinya adalah seseorang yang sedang tertimpa kemalangan. Dengan banyaknya pemilik akun media sosial serta kiriman di media sosial mengenai pencapaian dan prestasi seseorang, maka besar potensi perilaku *schadenfreude* terdapat pada pemilik akun di media sosial.

Permasalahan mengenai kesehatan mental maupun kondisi psikologi sudah banyak diinformasikan melalui media digital salah satunya di media sosial itu sendiri baik melalui akun pribadi akun milik kelompok seperti halaman atau *fan page*. dan ada juga permasalahan psikologi diinformasikan dalam bentuk komik maupun ilustrasi, contohnya pada akun instagram milik Shencomix dan *fan page* Facebook milik SUN Project, cara materi pesan disampaikan pada kedua contoh halaman tersebut memiliki kemiripan yaitu dengan penggambaran karakter.



Gambar I.1 komik milik akun instagram shencomix
Sumber: [instagram.com/shencomix](https://www.instagram.com/shencomix) (diakses pada 30 Mei 2021)

Komik buatan akun Shencomix diatas menceritakan bagaimana pikiran seseorang dapat mengubah persepsi orang tersebut terhadap lingkungan sekitarnya, bisa dilihat dari perwujudan emosi negatif dan aspek buruk dalam kehidupan yang mengancam orang tersebut yang digambarkan pada panel kedua dan ketiga.



Gambar I.2 Ilustrasi milik *fan page* SUN Project di Facebook
Sumber: [facebook.com/SunProjec](https://www.facebook.com/SunProjec) (diakses pada 30 Mei 2021)

Ilustrasi milik SUN Project menggambarkan seseorang yang sedang memegang tablet yang menutupi mukanya, terlihat wajah orang tersebut tersenyum dalam tablet tersebut, namun pada bagian tubuh yang tidak tersorot oleh tablet terlihat penuh luka, ilustrasi tersebut menggambarkan perbedaan kondisi seseorang di dunia maya dan dunia nyata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Amanda Angela, S.Psi, M.Psi, Psikolog. Komentar nyinyir dapat menjadi salah satu indikasi seseorang yang sedang merasa iri. Ada pula perilaku *schadenfreude* berpotensi menyebabkan keresahan bagi warga sekitarnya apabila dibiarkan.

detikNews / Berita

Digeruduk Warga, Ibu yang Curiga Tetangga Kaya karena Babi Ngepet Minta Maaf

Herianto Batubara - detikNews

Kamis, 29 Apr 2021 09:10 WIB

Gambar I.3 Headline berita pada situs detik.com

Sumber: <https://news.detik.com> (diakses pada 11 November 2021)

I.2. Identifikasi Masalah

Dari penjelasan yang dipaparkan pada bab latar belakang diatas maka masalah dapat diidentifikasi menjadi beberapa poin diantaranya:

- Tidak dipahaminya perilaku *schadenfreude*, sehingga masyarakat pemilik akun media sosial sulit membedakan perilaku *schadenfreude* dengan perilaku yang normal.
- Perilaku *schadenfreude* berpotensi menimbulkan masalah yang meresahkan masyarakat apabila dibiarkan.

1.3. Rumusan Masalah

Bagaimana cara untuk membuat media informasi dengan penyajian yang tepat mengenai *schadenfreude* dengan memanfaatkan media digital agar bisa dinikmati oleh target audiens khususnya pengguna media sosial?

I.4 Batasan Masalah

Objek Permasalahan

Permasalahan yang diangkat adalah mengenai perilaku *schadenfreude* yang terdapat pada media sosial serta perancangan informasi yang dilakukan difokuskan untuk pengguna media sosial usia 18-24 tahun. Bahasan *schadenfreude* pada perancangan ini adalah perilaku *schadenfreude* antar individu.

Waktu Pelaksanaan

Oktober 2021 - Maret 2022

Tempat Pelaksanaan

Perancangan ini ditujukan untuk masyarakat aktif pengguna media sosial khususnya Facebook dan Instagram di seluruh Indonesia.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1. Tujuan Perancangan

- Memberikan informasi mengenai perilaku *schadenfreude* pada masyarakat melalui perancangan media informasi.
- Memberikan solusi yang diberikan oleh psikolog dalam menangani perilaku *schadenfreude* melalui perantara media informasi

I.5.2. Manfaat Perancangan

Manfaat Teoritis

- Sebagai sumbangan keilmuan bagi bidang DKV khususnya mengenai perancangan media informasi mengenai kondisi psikologis *Schadenfreude*.

Manfaat Praktis

- Pada bidang keilmuan, perancangan ini bertujuan sebagai referensi atau rujukan mengenai perilaku *schadenfreude* di media sosial.

- Tulisan maupun karya desain yang telah dibuat dapat digunakan sebagai referensi untuk kaum akademisi dan praktisi di bidang DKV.