

Pentingnya Sosialisasi Secara Langsung Bagi Remaja Pengguna

Smartphone

Reza Dema Aditya
51905102



Latar Belakang Masalah

- Maraknya penggunaan smartphone di kalangan pelajar, terutama pelajar SMA.
- Idealnya pada usia remaja seharusnya setiap orang lebih aktif dalam kegiatan bersosialisasi secara langsung.
- Ungkapnya para remaja pengguna smartphone kurang aktif dalam bersosialisasi secara langsung.
- Proses sosialisasi sangat penting dalam pembentukan jati diri dan kepribadian seseorang.

Beberapa gambaran tentang penggunaan smartphone oleh remaja.









Identifikasi Masalah

- Penggunaan *smartphone* dapat menimbulkan rasa ketergantungan secara psikologis.
- Kecemburuan sosial dapat terjadi diantara pelajar.
- Sering terjadinya penyalahgunaan *smartphone* oleh pelajar pada saat berlangsungnya kegiatan belajar mengajar.
- Pemakaian *smartphone* untuk bersosialisasi dalam jejaring sosial mempunyai sisi positif dan negatif.



Fokus Masalah

Merancang sebuah kampanye sosial untuk mengajak para remaja, khususnya para pelajar SMA pengguna *smartphone* untuk lebih aktif dalam kegiatan bersosialisasi secara langsung dalam lingkungan masyarakat dan lingkungan pertemanannya.



Tujuan Perancangan

Mengubah pola perilaku remaja pengguna smartphone di usia pelajar SMA untuk lebih aktif dalam bersosialisasi secara langsung di tengah masyarakat.



Kampanye

Menurut Rogers dan Storey, kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana, dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak, yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.



Product Oriented Campaigns

- Motivasi yang mendasarinya adalah memperoleh keuntungan finansial.

Candidate Oriented Campaign

- Umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik.

Cause Oriented Campaigns

- Motivasinya adalah menangani masalah – masalah sosial melalui perubahan sikap dan prilaku masyarakat terkait.



Telepon Seluler Pintar (*Smartphone*)

Menurut Ali Zaki, *smartphone* secara harfiah artinya adalah telepon pintar, yakni telepon seluler yang mempunyai kemampuan seperti komputer walaupun terbatas.

Fitur-fitur khas *smartphone*:

- Layar sentuh.
- Sistem Operasi.
- Kemampuan koneksi ke internet.
- Mampu ditambah perangkat lunak.
- Aplikasi penjadwalan.
- Manajemen kontak.
- Kemampuan membaca dokumen bisnis (PDF dan Office)
- Dan lain-lain.



Sejarah *Smartphone*

- 1992 (IBM Simon)
- 1996 (Nokia Communicator 9000)
- 2000 (Ericsson R380)

Selanjutnya setelah kemunculan *smartphone* R380, *smartphone* lain pun diproduksi berbagai merek untuk memenuhi pasaran. Dari Sony Ericsson P800, Nokia Communicator 9210, BlackBerry, iPhone dan yang lainnya.



Pengguna Smartphone di Indonesia

- Berdasarkan riset oleh lembaga riset Nielsen pada tahun 2010, mayoritas pengguna *smartphone* di Indonesia adalah anak muda dengan kisaran umur 15-24 tahun.

- Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia sebagian besar terdiri dari kaum muda di usia pelajar, yang cenderung rentan terhadap pengaruh-pengaruh baik positif ataupun negatif dari smartphone.



Kelebihan & Kekurangan Smartphone

Kelebihan:

- Memperlancar komunikasi
- Meningkatkan gengsi
- Mempermudah kerja orang-orang dengan mobilitas tinggi
- Dengan GPS, mempermudah orangtua memantau kegiatan anak-anaknya.
- Dan lain-lain.

Kekurangan:

- Mengurangi kepekaan bersosial secara langsung.
- Menimbulkan rasa minder bagi bukan pengguna smartphone.
- Banyak waktu yang terbuang.
- Fokus terpecah saat berinteraksi dengan lawan bicara.
- Dan Lain-lain.



Sosialisasi

Menurut Ritcher (1987),sosialisasi adalah proses seseorang memperoleh pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlakukannya agar dapat berfungsi sebagai orang dewasa dan sekaligus sebagai pemeran aktif dalam suatu kedudukan atau peranan tertentu di masyarakat.



Interaksi Sosial

Menurut Bonner, interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua orang atau lebih individu, dimana kelakuan individu mempengaruhi, mengubah atau mempengaruhi individu lain atau sebaliknya.

Syarat terjadinya interaksi sosial:

- Kontak sosial dan komunikasi sosial.

Jika proses interaksi sosial tidak terjadi secara maksimal akan menyebabkan terjadinya kehidupan yang terasing.



Sosialisasi Dunia Nyata dan Dunia Maya

Keunggulan bersosialisasi secara nyata menurut ahli psikologi, Evi Elviati:

- Mampu mengungkapkan emosi dan bahasa tubuh.
- Mengasah keterampilan sosial.
- Menumbuhkan rasa simpati dan empati.



Opini Remaja

- Smartphone dapat meningkatkan gengsi.
- Smartphone dijadikan alat tolok ukur pergaulan di lingkungan pergaulan remaja.
- Para remaja menganggap smartphone sebagai sumber informasi yang praktis.
- Penggunaan smartphone lebih banyak digunakan untuk mengakses aplikasi jejaring sosial.
- Cenderung fokus pada smartphone daripada lawan bicara.
- Para remaja merasa lebih percaya diri saat menggunakan smartphone.



Demografis

- Remaja usia 15-18 tahun.
- *Social Economy Status-A* atau kalangan menengah keatas.
- Pekerjaan: Pelajar SMA






Psikografis

- Pola Pikir:

  Tidak mau diatur, cenderung memberontak, dan suka berubah-ubah pikiran (labil).
- Minat:

  Remaja mempunyai minat yang berbeda-beda, tetapi umumnya pada usia remaja mereka menaruh minat pada olahraga dan kesenian seperti seni musik, seni peran, dan seni rupa.
- Gaya Hidup:

  Remaja sangat senang bermain dengan teman-teman sebayanya dan sangat terpengaruh trend yang paling terbaru.



Geografis

- Kampanye sosial ini akan dilakukan di wilayah Bandung, Jawa Barat.

- Hal ini disebabkan karena Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan jumlah pelajar pengguna smartphone yang sangat banyak, sehingga diharapkan pelaksanaan kampanye dapat berjalan secara efektif.



Pendekatan Komunikasi

Pendekatan Verbal:

- Menggunakan Bahasa Indonesia non-formal.
- Gaya bahasa satire (menyindir)

TAGLINE:

” Gaul Lebih Seru Tanpa Smartphone ”

HEADLINE (Disesuaikan Dengan Varian Visual):

- ” Lebih Romantis Yang Kayak Gimana Coba ?”
- “ Ngobrol Asyik Atau Ngobrol Pending ?”
- “ Hangoutnya Seruan Yang Kayak Gimana ?”
- “ Lebih Khusyu Kalo Disimpen Dulu Kan ?”






Strategi Kreatif

- Menggunakan istilah-istilah yang sering terdapat pada *smartphone*, sehingga pesan kampanye lebih dapat dipahami oleh target audiens.

- Menggunakan visual bergaya pop-art yang disukai oleh remaja supaya dapat menarik perhatian remaja.



Strategi Media

- **Media Utama:**

  Poster Digital

- **Media Pendukung**

  Poster cetak, situs web, brosur, flyer, billboard, iklan majalah, x-banner, ambience media

- **Gimmick**

  Pin, stiker, t-shirt, kalender, mug, notebook, jam weker, pembatas buku.






Pentingnya Sosialisasi Secara Langsung Bagi Remaja Pengguna **Smartphone**

Strategi Distribusi

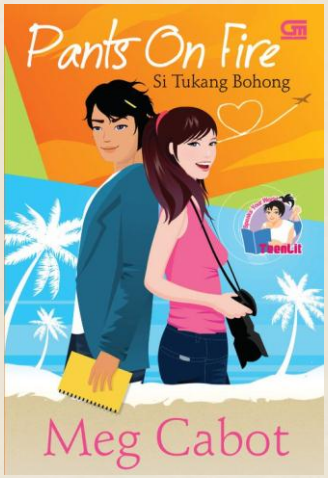
Jadwal Penyebaran Media Kampanye

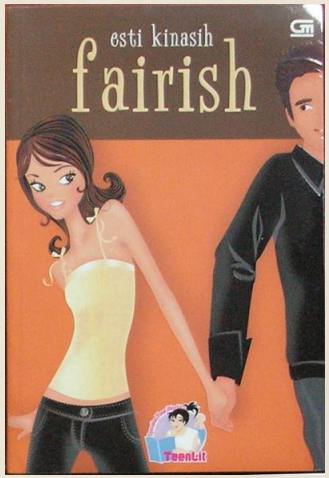
TAHAPAN	Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari			
1.Tahap Awareness	Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster Digital																								
Situs Web																								
2.Tahap Persuasi	Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Brosur																								
Flyer																								
Poster																								
Iklan Majalah																								
X-Banner																								
Billboard																								
Ambience Media																								
3.Tahap Reminding	Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:				Minggu Ke:			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pin																								
Stiker																								
Cover Telepon Seluler																								
T-Shirt																								
Kalender																								
Mug																								
Notebook																								
Jam Weker																								
Pembatas Buku																								

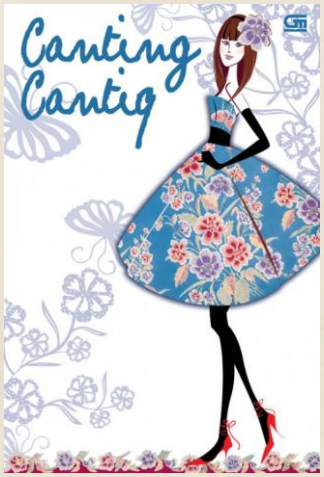
Pendekatan Visual:

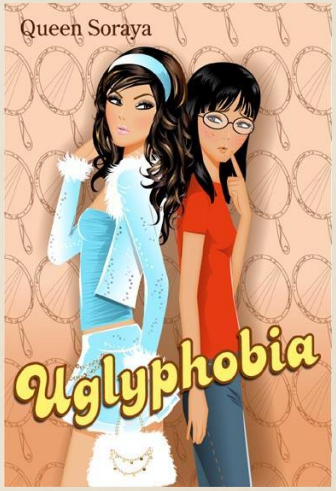
Gaya visual yang digunakan menggunakan gaya visual pop art yang sering terdapat pada novel-novel remaja.

Referensi Visual









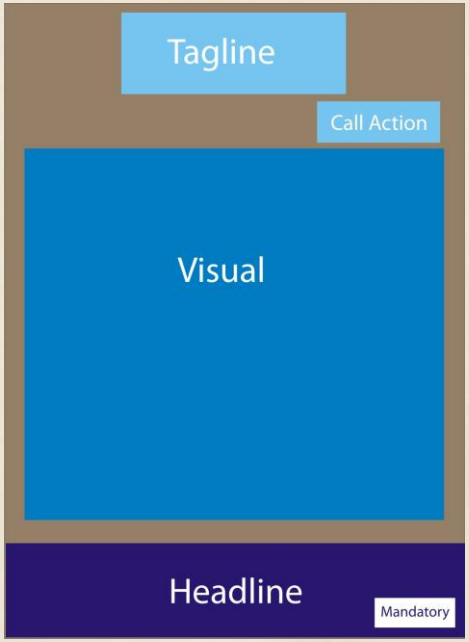


Konsep Visual

Format Desain

Format desain pada media kampanye menggunakan format portrait.

Tata Letak



Warna

C: 0 M:20 Y:40 K:40	R: 149 G: 127 B: 102
C: 100 M:100 Y: 0 K: 0	R: 40 G: 22 B: 111
C: 40 M: 0 Y: 0 K: 0	R: 117 G: 197 B: 240



Huruf

Harabara

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,!?”:;&()

Klavika

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,!?":;&()

Ilustrasi













Ilustrasi













Varian Desain 1



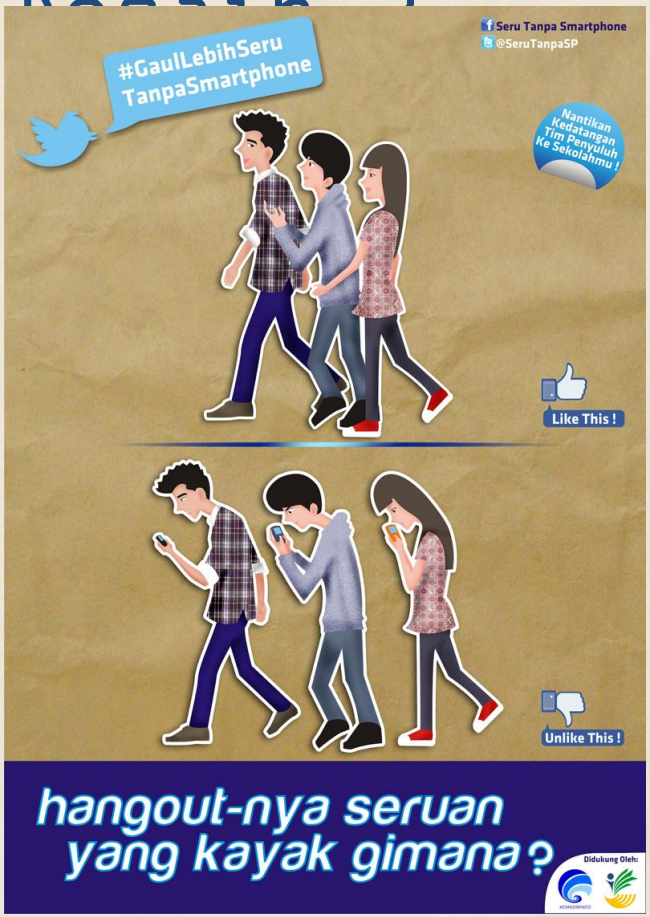
Konsep alternatif visual pertama menampilkan dua visual tentang sepasang remaja yang sedang berpacaran. Visual pertama yang terletak di bagian atas menggambarkan pasangan yang romantis dan tidak menggunakan smartphone. Sedangkan pada visual kedua digambarkan pasangan yang tidak romantis dan terlihat tidak bahagia karena masing-masing sibuk dengan perangkat smartphone-nya sendiri.

Varian Desain 2



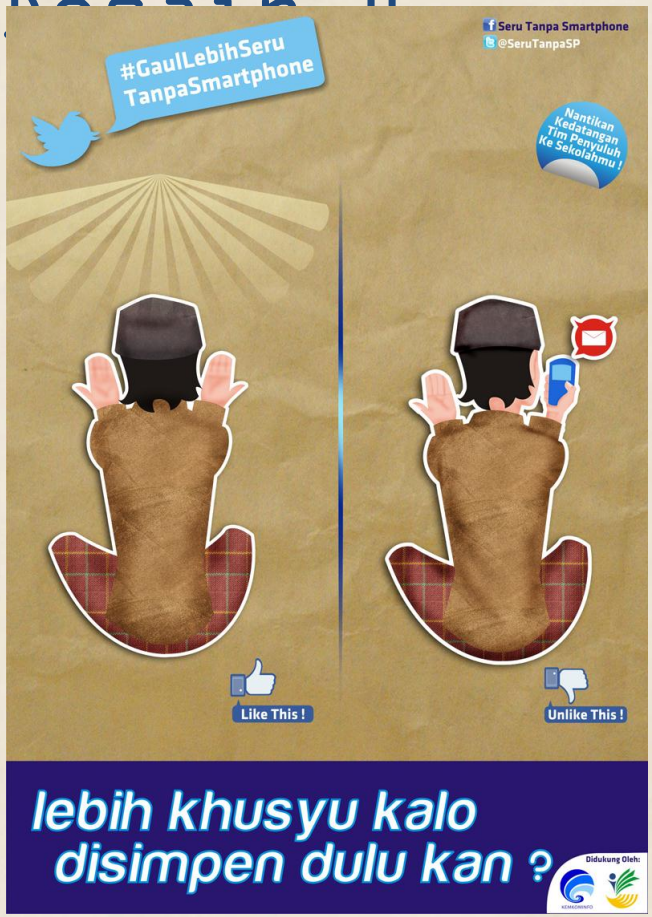
Konsep alternatif visual kedua menampilkan dua visual tentang dua orang remaja yang sedang asyik mengobrol secara langsung pada visual yang terletak diatas. Sedangkan pada visual yang terletak dibawah, digambarkan tentang dua orang remaja yang terlihat kesal karena pesan mereka yang pending saat menggunakan smartphone masing-masing.

Varian Desain 3



Konsep alternatif visual ketiga menampilkan dua visual tentang sekelompok remaja yang sedang berjalan-jalan. Pada visual yang terletak diatas digambarkan sekelompok remaja yang sedang berjalan-jalan dengan seru tanpa menggunakan smartphone. Sedangkan pada visual yang terletak dibawah digambarkan mereka lebih fokus pada perangkat smartphone-nya sehingga kegiatan jalan-jalan menjadi tidak seru.

Varian Desain 4



Konsep alternatif visual ke-empat menampilkan dua visual tentang seorang remaja yang sedang beribadah. Pada visual yang terletak diatas digambarkan dia khusyuk dalam menjalankan ibadah tanpa ada gangguan. Sedangkan pada visual yang terletak dibawah digambarkan dia tidak khusyuk beribadah karena mendapat pesan yang masuk dari smartphone-nya.