BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Belakangan antisosial atau *phubbing* menjadi hal yang sering terjadi di sekitar kita. Istilah *Phubbing* berasal dari kata "*phone*" dan "*snubbing*", yang menggambarkan tindakan menghina seseorang dalam lingkungan sosial dengan memperhatikan ponsel, bukan berbicara dengan orang tersebut secara langsung (Haigh, 2012). Istilah ini awalnya dikampanyekan oleh *Macquarie Dictionary* untuk mewakili masalah penyalahgunaan ponsel cerdas yang terus berkembang dalam situasi sosial (Pathak, 2013). Dalam interaksi sosial, "*phubber*" dapat didefinisikan sebagai seseorang yang memulai Phubbing, dan "*phubbee*" dapat didefinisikan sebagai orang yang penerima perilaku Phubbing (Varoth, 2017). Dari uraian, *phubbing* diatas, dapat diartikan bahwa *phubbing* adalah suatu tindakan menghina atau mengacuhkan seseorang melalui *smartphone.* Hal ini terlihat dengan cara, berpura-pura memperhatikan saat diajak berbicara baik itu secara personal maupun berkelompok, tetapi pandangannya tertuju pada *smartphone*.

Melalui survei yang perancang lakukan di Kota Padang, perancang menemukan pelaku *phubbing* dengan rentang umur 15 sampai 30 tahun. Mereka melakukan *phubbing* umumnya secara sengaja atau tidak sengaja.

Dari pertanyaan yang perancang ajukan kepada pelaku dan yang menerima phubbing, mereka melakukan *phubbing* ketika berkumpul dengan keluarga, teman, serta dalam ruang perkuliahan. *Phubbing* yang terjadi pada saat bersama keluarga ketika di ruang makan dan ruang kumpul keluarga, seharusnya menjadi waktu terbaik untuk bercengkrama dengan keluarga dengan tidak memainkan *gadget*, sedangkan saat perkuliahan, *phubbing* dilakukan mahasiswa saat dosen sedang menerangkan perkuliahan di depan mahasiswa, dilakukan secara sengaja karena lebih tertarik dengan konten yang ada di sosial media atau bermain game. Mahasiswa harusnya lebih menghargai dosen dengan cara menonaktifkan handphone atau dalam mode pesawat selama perkuliahan berlangsung. selanjutnya *phubbing* saat berkumpul dengan teman yang tadi nya untuk berdiskusi berubah menjadi sibuk dengan *gadget* masing-masing, sehingga terjadi berkumpul direalita, namun interaksi di dunia maya. Hal ini dapat di antisipasi dengan kesepakatan mengumpulkan handphone, siapa mengambil handphone terlebih dahulu dia yang bayar makan dan minum rekan semeja.

Wawancara dengan Rizki Hanafie pada tanggal 6 Januari 2020, di cafe si om narasumber yang melakukan phubbing. Mengatakan melakukannya dengan tidak sengaja pada saat berkumpul, di karenakan *update* status pada media sosial, fokus saat berbicara teralihkan oleh notifikasi *like* dan komentar pada status tersebut

sehingga mengabaikan lawan bicara pada saat itu. Sedangkan Mandria Yundelfa yang terkena phubbing, pada tanggal 28 April, di kampus Akper Aisyiyah, menuturkan bahwasanya sering mendapat perlakuan phubbing ketika diruang kelas oleh mahasiswa saat memberikan perkuliahan.

Menurut sebuah jurnal yang di publikasikan www.ncbi.nlm.nih.gov NCBI (*National Center for Biotechnology Information*) yang berjudul *Determinants of Phubbing, Which is the Sum of Many Virtual Addictions: A Structural Equation Model* bahwa phubbing memiliki struktur multi dimensi. Dimensi ini adalah kecanduan ponsel, kecanduan internet, kecanduan media sosial dan kecanduan game.

Menilik uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *phubbing* terjadi antara dosen dengan mahasiswa, keluarga dan teman. dapat merusak hubungan sosial, kekeluargaan dan merenggangkan hubungan pertemanan serta mainset berubah, sehingga muncul istilah menjauhkan yang dekat, medekatkan yang jauh. Selain dari rusaknya hubungan sosial akibat *phubbing*, juga hilangnya norma kesopanan dan etika ketika berbicara secara personal maupun kelompok. Dari pengamatan fenomena *phubbing* tersebut, menggugah perancang untuk membuat iklan layanan masyarakat mengenalkan *phubbing* pada publik di kota Padang. Iklan tersebut dibuat dalam bentuk infografis dengan menggunakan teknik *motion* grafis, penggabungan

headline, subheadline dan teknik Ilustrasi menjadikanya pesan singkat, dalam bentuk media pendukung seperti *banner, billboard*, poster, stiker, *sign*, *T-shirt*, kalender, stiker *oneway*, iklan koran dan mug.

B. Rumusan Penciptaan

1. Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat mengenalkan *phubbing* pada publik di kota padang secara efektif dan efisien?
2. Bagaimana perancangan iklan layanan masyarakat ini dapat mengedukasi serta mengingatkan publik di Kota Padang untuk tidak melakukan *phubbing* ?

C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan

1. Tujuan Penciptaan

a. Mengenalkan *phubbing* pada publik di Kota Padang.
b. Mengedukasi publik di Kota Padang tentang dampak negatif perilaku *phubbing* dalam kehidupan bersosial, sehingga etika dalam berkomunikasi secara personal maupun kelompok dapat terjaga, serta lebih bijak dalam menggunakan *gadget* demi menghargai orang dilingkungan sekitarnya.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

2. Manfaat Penciptaan

a. Terbentuknya model-model iklan layanan masyarakat tentang *phubbing* yang bisa digunakan oleh pemerintah untuk masyarakat.

b. Membuat kreatifitas mahasiswa atau dosen di dalam penciptaan model-model iklan layanan masyarakat tentang *phubbing*.

c. Hasil perancangan ini secara teoritis bermanfaat untuk memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan dalam memperkaya wawasan, konsep- konsep, teori-teori untuk merancang iklan layanan masyarakat, serta memperkaya bahan pustaka dan bacaan.

d. Hasil perancangan ini secara praktis bermanfaat untuk perkembangan desain khususnya di Kota Padang.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG