

# Adiksi Internet Terhadap Generasi Z Khususnya Para Pemain *Game Online*

Lady Aurelia Laurentzka Hungan<sup>1</sup>, Aura Rizqia Tifanny<sup>2</sup>,  
Chofifah Herlingka Maharani<sup>3</sup>, Allam Al - Fashih<sup>4</sup>, Sylvia  
Dewi Sri Muliani<sup>5</sup>, Dessy Kania<sup>6</sup>, Annisa Fitriana Lestari<sup>7</sup>  
Universitas Bakrie<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>

*Corresponding email:* [dessy.kania@bakrie.ac.id](mailto:dessy.kania@bakrie.ac.id)\*

## Pengantar

Di era yang serba digital ini, pastinya semua sudah menggunakan yang namanya internet. Internet sangat baik untuk kemajuan kita sebagai manusia tapi di saat yang bersamaan juga bisa menjadi penghalang kita untuk lebih maju. Seperti yang kita ketahui bahwa internet memiliki dampak positif maupun negatif. Dampak positif dari internet diantaranya adalah internet sebagai media pembelajaran, berguna untuk kesehatan, membantu mendapatkan pekerjaan dan pengembangan bisnis, sebagai sarana hiburan, sebagai sarana komunikasi dan membantu menambah koneksi serta relasi. Namun seperti yang sudah dikatakan di awal bahwa internet juga memiliki dampak negatif yang bisa menjadi penghalang diri kita untuk maju. Dampak negatif dari internet adalah adiksi internet, penyebaran berita *hoax* dan konten negatif, gangguan kesehatan, tidak bisa mengatur, dan mengurangi interaksi sosial.

Dan yang menjadi fokus utama Penulis adalah adiksi internet, yang menjadi salah satu materi dalam Psikologi Komunikasi. Karena dari adiksi internet ini bisa merambat ke semua dampak negatif dari internet yang sudah dijabarkan. Bisa membuat kita menjadi individu yang tidak bisa mengatur waktu sehingga tidak ada pekerjaan apa pun yang dapat diselesaikan,

membuat kita menjadi pribadi yang tertutup dengan dunia asli, lebih mudah terserang berita *hoax* dan konten negatif karena kita lebih banyak terpapar oleh internet. Pastinya juga mengganggu kesehatan individu sendiri, baik secara fisik (tidak tidur atau begadang karena terlalu sering bermain internet) dan mental (menjadi pribadi yang lebih agresif dan merasa gelisah kalau tidak membuka internet).

Sehingga yang menjadi fokus utama pertama kegiatan kita adalah bagaimana caranya kita menjaga produktivitas kita dalam menggunakan internet sehingga segala pekerjaan kita selesai dan di saat yang bersamaan juga bisa mengembangkan kemampuan diri atau menambah skill baru. Dan fokus utama yang kedua adalah bagaimana caranya kita supaya terhindar dari adiksi internet. Kedua fokus utama kampanye kita ini saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan karena kalau kita produktif otomatis kita akan disiplin sehingga pastinya terhindar yang namanya adiksi internet. Kalau kita terhindar dari adiksi internet otomatis kita bisa memulai menjadi individu yang produktif. Pastinya kedua fokus utama ini ingin mengajarkan caranya memanfaatkan penggunaan internet yang efektif dan efisien.

Penulis mengambil judul kampanye Penulis dari pepatah, “Waktu adalah Uang,” namun menggunakan bahasa Inggris supaya lebih bisa menarik perhatian, baik dari kalangan muda maupun tua. Karena siapa yang tidak mengetahui pepatah ini, sehingga fokus Penulis dapat tercermin di dalam kampanye ini, supaya bisa menggunakan internet secara bijak yang otomatis penggunaan waktu akan bijak pula karena kita berfokus bagaimana caranya memanfaatkan waktu kita menggunakan internet sebaik mungkin karena waktu itu adalah uang atau hal yang sangat penting.

Penulis juga akan bekerja sama dengan salah satu komunitas *gamers* sehingga fokus Penulis adalah komunitas *gamers*. Alasan Penulis memilih komunitas *gamers* karena adiksi internet terbanyak itu karena kecanduan *game online*. Berdasarkan data yang dirilis Sukirno (2020) melalui Aline.id, jumlah pemain *game*

*online* tahun 2020 diprediksi naik dari 23,7 juta orang pada tahun 2019 menjadi 28,1 juta orang pada tahun 2020. Sementara data yang ditulis oleh Dihni (Januari 2022) melalui We Are Social, Filipina berada pada urutan pertama di dunia dengan persentase pengguna internet bermain *video game* sebesar 96,4% atau 964.000.000 orang. Indonesia menjadi urutan ke-3 didunia dengan presentase pengguna internet bermain *video game* sebesar 94,5% atau 263.420.981 orang. Di Indonesia remaja usia 15-18 tahun yang mengalami kecanduan *game online* sebesar 77,5% atau 887.003 remaja putra dan 22,5% atau 241.989 remaja putri (Gurusinga, 2021).

Sementara menurut data yang diungkapkan Michael (2021) melalui merdeka.com, dilihat dari *esport* (sebuah kompetisi *game*), sekitar 58% atau 12.876.174 orang berasal dari anak muda berusia dibawah 18 tahun. Dari data di atas kita dapat mengetahui bahwa adiksi internet yang paling berhubungan dengan generasi Gen Z dan Alpha sekarang adalah adiksi internet berupa *game online*. Sehingga kampanye Penulis akan berfokus kepada para pemuda yang memang sudah kecanduan terhadap *game online*. Bentuk kampanye yang Penulis jalankan adalah kampanye online yang berfokus pada satu sosial media yaitu Instagram. Hal ini dilakukan karena penyampaian materi di setiap sosial media itu berbeda, disesuaikan dengan tipe pengguna setiap sosial media. Dimana kalau di sosial media TikTok, lebih banyak yang mau hanya melihat sepintas karena memang tipe pengguna yang mau mendapatkan informasi secara cepat.

Sehingga hal ini mempengaruhi alur materi dan informasi edukasi yang ingin kita bagikan. Kalau Facebook, lebih banyak pengguna untuk orang yang sudah berusia tua daripada para generasi Z sehingga hal ini sangat tidak sesuai dengan target peserta kita. Instagram adalah sosial media yang tepat untuk menyampaikan kampanye *online* ini dimana tipe penggunanya yang masih mau membaca dan lebih memiliki waktu yang banyak untuk melihat sebuah informasi sehingga dari sini, segala edukasi

yang kita berikan lewat konten yang dibuat bisa tersampaikan secara keseluruhan. Di minggu pertama, Penulis menyampaikan apa dampak dari penggunaan internet baik dalam hal positif ataupun negatif. Disini juga Penulis menjelaskan yang menjadi fokus utama pembahasan adalah tentang adiksi internet. Penulis juga mengundang narasumber dari komunitas *gamers* yang menjadi bukti nyata bahwa adiksi internet pada game itu benar-benar ada dan terjadi.

Di minggu kedua Penulis menjelaskan bagaimana caranya untuk menghindari serta mengatasi adiksi internet. Penulis mengundang juga narasumber dari komunitas *gamers* juga yang menjelaskan bagaimana caranya supaya beliau tetap bisa menggunakan internet atau bermain *game* sebagai hiburan di tengah kesibukan sehari-hari namun pastinya menghindari yang namanya adiksi internet terhadap *game online*. Sebelum memasuki ke minggu ketiga, Penulis mengadakan yang namanya kuis di *story* Instagram Penulis, dimana Penulis menanyakan pertanyaan seputar *live* kedua yang Penulis adakan di minggu kedua. Lalu, di minggu ketiga menjadi penutup. Dimana kita menjelaskan rangkuman dari diadakannya *live* dari minggu pertama dan kedua. Penulis juga membuka sesi tanya jawab sehingga bisa menjawab semua kebingungan dari penonton.

Penulis mengadakan kerjasama dengan komunitas *gamers* yang bernama Komunitas Team Guts. Komunitas Team Guts dibuat pada tahun 2023 yang berisikan anak-anak Universitas Bakrie yang terdiri dari Adira, Aditya Jibrán, Ramos, Akbar, Azu, Rafi, Allam, Andre, dan Paschalino. Fokus utama *game* dari komunitas ini adalah *game* Mobile Legends. Tujuan dibuatnya komunitas ini agar bisa membangun kerjasama tim yang baik karena Mobile Legends bermainnya dalam bentuk tim. Lalu saling berbagi pengalaman sesuai dengan posisi apa yang sering mereka gunakan masing-masing seperti ada posisi yang dinamakan *jungler* dan *roamer*. Dan yang terakhir, supaya bisa selalu membuat strategi yang *up to date* sesuai dengan *season* dari permainan.

Rumusan masalah:

1. Apa yang dimaksud dengan internet beserta contohnya?
2. Dampak apa yang diberikan dari penggunaan internet? Sebutkan baik dampak positif maupun negatif!
3. Apa itu adiksi internet? Gejala-gejala apa saja yang ditimbulkan?
4. Bagaimana caranya kita bisa menggunakan internet secara bijak sehingga menghindari dampak negatif dari internet dan adiksi internet?

Dari kampanye ini, terdapat manfaat yang terbagi dalam 2 kategori, yaitu:

1. Manfaat Teoritis  
Untuk menambah pengetahuan serta wawasan sehingga bisa mengetahui dampak positif dan negatif dari internet serta mengetahui apa itu adiksi internet dan gejalanya.
2. Manfaat Praktis  
Terhindar dari dampak negatif dari internet yang berfokus kepada adiksi internet. Sehingga bisa lebih bisa mengontrol dalam penggunaan internet, agar tidak berlebihan dan merugikan diri sendiri..

## **Tinjauan Pustaka**

Menurut Turkle (1995, dalam Astuti, 2015) mengatakan bahwa internet adalah sebuah sistem jejaring yang berkembang sangat cepat, yang secara kolektif, menghubungkan jutaan orang dalam ruang baru yang mengubah cara kita berpikir, tabiat seksualitas kita, bentuk komunitas kita, dan identitas kita sendiri.

Menurut Biegel tahun 2001, internet adalah perpustakaan besar untuk merambah jutaan buku, majalah, makalah, jurnal, atau sumber-sumber informasi lainnya; atau pasar besar, atau mal, atau bar dan restoran, atau tempat-tempat hiburan, atau masjid dan gereja untuk belajar agama, atau institusi dan tempat-tempat lainnya yang tidak terbayangkan. Internet termasuk sosial media

yang kita gunakan seperti TikTok, Instagram, Twitter, YouTube, dan lain sebagainya. Lalu ada juga *game online* seperti Mobile Legends, Free Fire, Clash of Clans, dan lain-lain.

## Implementasi Adiksi Interner Dalam Kampanye

Adiksi internet sendiri adalah keadaan dimana individu tidak mampu untuk mengontrol pengaksesan internet. Adiksi internet dapat berupa adiksi terhadap jejaring sosial, *e-mail*, pornografi, judi *online*, *game online*, *chatting*, dan lain-lain yang berhubungan dengan internet (Block, 2008), bahkan bermain *game* juga termasuk yah teman-teman. Ningtyas (2012) menyebutkan *internet addiction* adalah pemakaian internet secara berlebihan yang ditandai dengan gejala-gejala klinis kecanduan, seperti *keasyikkan* dengan objek candu, tidak memperdulikan dampak fisik maupun psikologis pemakaian dan sebagainya. *Internet Addiction Disorder* (IAD) atau gangguan kecanduan internet meliputi segala macam hal yang berhubungan dengan internet seperti jejaring sosial, *email*, pornografi, judi *online*, *game online*, *chatting*, dan lain-lain. Menurut Mustafa (2011), internet adiktif adalah ketidakmampuan individu untuk mengontrol penggunaan internet, dimana akan menyebabkan gangguan pada aspek psikologis, sosial, sekolah, maupun pekerjaan. Internet adiktif juga berkomborbid dengan kecemasan sosial, kelainan seksual, perjudian, dan kecanduan lainnya, bahkan depresi. Internet adiktif juga sering kali dihubungkan dengan kurangnya kemampuan sosial (Cunningham & Caldwell, 2010). Young (dalam Mustafa, 2011) mengarakteristikan pengguna internet dapat digolongkan adiktif jika pengguna tetap “aktif” selama 38 jam per minggu, sebagian besar dengan pesan teks, dan dapat mengganggu hubungan keluarga, teman, dan pekerjaan.

Adiksi internet yang terjadi memiliki gejala-gejalanya, di antaranya adalah *salience*, *tolerance*, *mood modification*, *loss of control*, *withdrawal*, masalah dan konflik, *denial and concealment*, dan *relapse*. *Salience* adalah proses kognitif dan bentuk perhatian

yang mendorong atau mengerakkan perilaku menuju atau menjauhi objek, peristiwa, akibat. *Salience* terjadi ketika kita tidak dapat mengontrol atau mengendalikan hawa nafsu. Untuk itu keadaan sudah tidak tertahankan lagi karena merasa harus mendapatkan perangkat keras yang baru dengan segera dan dengan cara apa pun. *Tolerance* terjadi ketika waktu *online* kita terus bertambah dengan cepat, dari satu hingga 2 jam menjadi 8 jam, menjadi 24 jam, dan makin banyak mengurangi waktu tidurnya, artinya individu mengalami peningkatan toleransi. Seringkali toleransi pada internet terjadi sebagai cara untuk melarikan diri dari persoalan.

*Mood modification* adalah strategi koping untuk mengubah derita menjadi bahagia, duka menjadi suka. Motivasi utama penggunaan internet yang berlebihan adalah mengubah perasaan dengan cara lari ke internet daripada lari ke tindakan agresif atau kekerasan. *Loss of control* seperti adiksi napza, mereka tidak dapat mengendalikan perilakunya. Para penderita adiksi internet menyadari gejala ini ketika mereka tidak menyadari penggunaan waktu yang digunakan. *Withdrawal* bila pengidap adiksi internet diputuskan dari internet atau dihentikan secara tiba-tiba, akan mengalami gejala baik fisiologis (menggigil, panas badan, apati, mual, sakit perut) maupun psikologis (gelisah terus-menerus, tegang, mudah tersinggung, melankolis, depresi). Masalah dan konflik seperti CTS (*Carpal Tunnel Syndrome*), kerusakan otak, gangguan penglihatan, gangguan tidur, merusak hubungan sosial dan lain sebagainya.

*Denial and concealment* terjadi ketika penderita bahkan tidak menganggap perilaku adiktifnya sebagai masalah. Mereka malah mencari pembenaran: sekedar hiburan, menambah pengetahuan, belajar agama, memperbanyak teman dan sebagainya. Yang segala pembenaran ini dilakukan hanya untuk membenarkan adiksi internet yang sudah terjadi pada pengidap. Dan yang terakhir adalah *relapse*, yang terjadi ketika penderita berusaha untuk mengakhiri kecanduannya. Berusaha mengurangi dan berpuasa

selama beberapa waktu. Berjuang dengan keras untuk menolak godaan. Namun tiba-tiba kambuh kembali.

Dari gejala-gejala ini Penulis implementasikan di dalam kampanye ini dimana Penulis menjelaskan mengenai apa saja gejala yang mungkin kurang dikenal oleh banyak orang. Di saat yang bersamaan juga Penulis memberikan bukti nyata berupa narasumber yang Penulis undang dari komunitas *gamers*.

*Audiens* pertama yang memberikan testimoni adalah seorang ibu rumah tangga yang sudah memiliki anak. Dampak dari kampanye yang dirasakan oleh ibu ini adalah pastinya merasa *relate* karena segala gejala yang dijelaskan dalam adiksi internet sesuai dengan yang dilalui anaknya. Dan hal ini menambah ilmu baru sehingga beliau bisa lebih menjaga dan mengontrol anaknya sebelum terlambat. Saran dan masukan dari beliau untuk kampanye ini adalah seharusnya kampanye yang diadakan ini lebih diperpanjang dan diperluas jangkauannya. Dalam artian melakukan kerja sama dengan sekolah-sekolah karena lebih banyak anak-anak yang mengalami kondisi adiksi internet terhadap *game*. Sehingga kita bisa memberikan edukasi terlebih dahulu supaya anak-anak bisa terhindar dari yang namanya adiksi internet sebagai tindakan preventif dan apabila anak tersebut sudah mengalami adiksi internet, bisa menyadarkan dan mengontrol perilaku adiksi internet yang sudah dialami.

*Audiens* kedua yang memberikan testimoni adalah anak SMA. Dampak dari kampanye yang dirasakan oleh anak SMA ini adalah bahwa kampanye ini bisa menambah ilmu serta wawasan sehingga hal ini bisa menjadi pengontrol dirinya sendiri sehingga tidak terjadinya adiksi internet terhadap dirinya sendiri. Saran dan masukan yang diberikan untuk kampanye ini adalah untuk bisa lebih besar lagi dalam hal promosi karena merasa sayang kalau yang mengetahui edukasi penting ini hanya sedikit orang. Bisa dilihat dari jumlah penonton yang menonton di saat *live*. Jadi harus lebih di promosikan atau di publikasikan.

*Audiens* ketiga adalah seorang pekerja *freelance*. Dampak kampanye yang dirasakan adalah pastinya menambah wawasan dan pengetahuan yang dimana pada awalnya kakak ini tidak mengetahui istilah adiksi internet. Dan dengan mengetahui dampak negatif dari adiksi internet, jadi bisa membantu beliau untuk lebih mengenal tentang apa adiksi internet sehingga sangat bermanfaat untuk beliau karena menjadi sadar bahwa ada yang namanya adiksi internet dan sadar bahaya dari adiksi internet itu sendiri. Dan juga mengetahui bahwa salah satu cara mengatasinya adalah dengan melakukan yang namanya *time management*. Saran dan masukan yang bisa diberikan, beliau mengatakan bahwa mulai dari pembuatan materi, penyampaian materi, hingga konten yang dibuat itu sudah bagus bahkan sangat bagus. Namun mungkin saran yang bisa diberikan yaitu sering *upload* konten sehingga lebih banyak orang yang mengetahui tentang kampanye ini.

## **Implementasi *Executional Frameworks* Dalam Kampanye**

*Executional frameworks* menandakan cara di mana daya tarik iklan akan disajikan dan strategi pesan disampaikan. *Slice-of-life executions* adalah ketika memberikan solusi terhadap permasalahan sehari-hari. Iklan-iklan yang bertemakan kehidupan (*slice-of-life*) menggambarkan pengalaman umum—terutama masalah yang dihadapi orang-orang—dan memperkenalkan merek untuk memecahkan masalah tersebut. Format berisi empat komponen: pertemuan, masalah, interaksi, dan solusi. Yang kedua yaitu *testimonial executions*. *Testimonial executions* telah mencapai kesuksesan selama bertahun-tahun, terutama di sektor bisnis-ke-bisnis dan jasa.

Pelanggan yang menceritakan pengalaman positif dengan suatu merek menawarkan testimoni. Dalam iklan bisnis-ke-bisnis, testimoni dari pelanggan saat ini menambah kredibilitas klaim. Kebanyakan pembeli bisnis lebih mempercayai apa yang dikatakan orang lain tentang suatu perusahaan dibandingkan dengan apa yang

dikatakan perusahaan. Yang ketiga adalah *informative executions*, berbicara kepada *audiens* dengan cara yang lugas. Biasanya mempersiapkan secara ekstensif untuk iklan radio, di mana hanya komunikasi verbal yang dilakukan. Penulis menggunakan ketiga cara eksekusi ini di *live* dan konten yang Penulis buat. Dimana pastinya diawali dengan pembuatan materi seperti pada Gambar 1, penulis memutuskan untuk langsung memberikan informasi edukasi secara lugas.

Lalu penulis juga memberikan solusi penyelesaian permasalahan masalah adiksi internet dengan memberikan *tips-tips* di *live* di minggu kedua seperti Gambar 2 dan menjawab pertanyaan dari penonton di *live* minggu ketiga. Dimana permasalahan adiksi internet sudah termasuk dalam permasalahan dalam kehidupan sehari-hari yang kita hadapi khususnya generasi Z.

Lalu penulis memberikan testimoni atau bukti nyata dengan mengundang narasumber ke dalam *live* di minggu pertama dan kedua. Yang di minggu pertama adalah testimoni dari yang masih mengalami yang namanya adiksi internet terhadap *game online*. Dan minggu kedua mengundang narasumber sebagai testimoni yang kedua tentang bagaimana caranya dia menghindari dan mengatasi yang namanya adiksi internet terhadap *game*.

#### MATERI LIVE KEDUA (Bagaimana Cara Menghindari dan Mengatasi Adiksi Internet pada Gamers)

Time is Money (Penting) dimana masyarakat pengguna internet yang benar sehingga tetap menjaga produktivitas dan efektivitasnya masalahnya waktu yang lebih. Sehingga membantu individu mengembangkan kebiasaan yang sehat dalam penggunaan internet seperti masalah waktu secara efektif dan menggunakan serta menghindari adiksi internet. Seperti materi yang membahas hal-hal yang sudah tidak asing lagi dimana kita mau mencari, kapan mau untuk bisa menggunakan internet lebih baik, dan pastinya tetap produktif.

Kembali lagi bersama kami...

Di live kemarin, kita membahas tentang apa itu adiksi internet beserta gejalanya. Sekarang kita akan membahas tentang bagaimana sih caranya menghindari dan mengatasi yang namanya adiksi internet pada gamers, apa saja caranya supaya kita tetap bisa bermain tapi tidak terlena oleh internet. Dan tak lupa juga kita menggunakan salah satu sumber dari komunitas Teman Oni yang bernama Aditya Zihan.

#### DEMBATAN 1: Bagaimana cara menghindari dan mengatasi adiksi internet pada gamers?

1. Membatasi penggunaan internet. Dimana nantinya kita harus menggunakan internet sebanding saja sesuai dengan kebutuhan. Misalnya kalau mau bermain game, dibatasi berapa lama untuk bisa bermain game. Demikianlah data-blok, laporan statistik menunjukkan bahwa sebanyak 174-persen orang Indonesia bermain game selama 4-7

menit bisa diterima sebagai hal yang wajar pada produktivitas karyawan (Adebi, 2013). Time management adalah tindakan atau proses perencanaan dan pelaksanaan program sederhana secara sistematis yang digunakan untuk aktivitas khusus, terutama untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas (Singh & Jain, 2013).

#### • Pentingnya Penerapan Time Management

Meskipun time management merupakan hal umum bagi banyak orang. Banyak orang menganggap dan menganggap sistem sepelenya. Tetapi dalam kenyataannya mereka tidak memahaminya dan mengalaminya. Tentang mengapa time management menjadi masalah bagi manusia. Lalu sebenarnya itu merupakan pokoknya para peneliti. Kemudian, para ekonom dan dan psikolog telah mengembangkan program tersebut tentang mengapa time management benar bagi banyak orang. Salah satunya karena kemampuan keterampilan dan kebiasaan dalam menggunakan dan menerapkan time management dalam kehidupan (Fischer, 2001). Fischer (2001) juga mencatat bahwa dari teori dalam teori keputusan bahwa orang sering menggunakan hasil baru di mana dengan yang bisa dilakukan ketika menggunakan time management yang bagus. Artinya, penggunaan dan penerapan time management itu biasanya tidak selalu berkaitan pada tahap awal penerapannya namun setelahnya. Dengan penerapan yang konsisten, hasilnya bisa sangat memuaskan. Hal baru di mana dapat tidak digantikan dalam time management yang dibuat kini, orang bisa jadi akan menggunakan waktu mereka untuk hasil-hasil yang sangat mungkin bisa didapatkan, yang biasanya lebih kecil dari hasil-hasil lainnya yang didapatkan kemudian dalam waktu yang jauh ke depan. Dengan cara lain, orang lebih yakin hasil-hal yang mendapat lebih nilai penting dibanding hal-hal penting tetapi tidak secepat.

#### • Strategi Manajemen Waktu

Secara umum dapat diartikan waktu kira-kira 10 s.d. 15 menit untuk mengelola jadwal



Gambar 1. Implemetasi *Executional Frameworks* Minggu Ke-1  
Sumber: Olahan Penulis



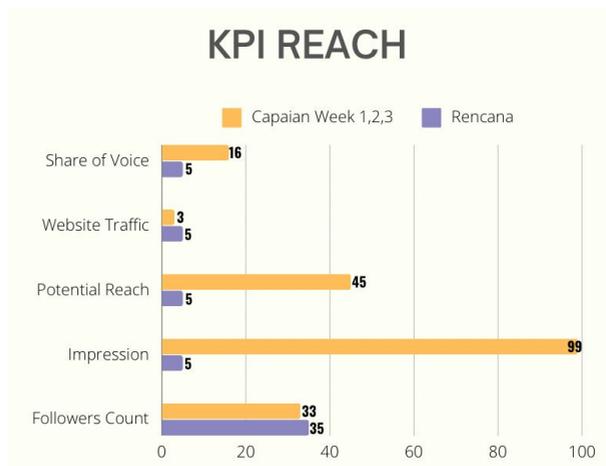
Gambar 2. Implementasi *Executional Frameworks* Minggu Ke-2  
Sumber: Olahan Penulis

Testimoni *audiens* mengatakan bahwa *executional frameworks* yang Penulis gunakan sangat tepat dikarenakan tujuannya kampanye Penulis untuk mengedukasi dan memberikan informasi. Dimana kalau memberitahukan suatu informasi harus dilakukan secara lugas dan langsung (*informative executions*). Edukasi serta informasi yang diberikan untuk menyelesaikan permasalahan sehari-hari yang berhubungan dengan internet yaitu adiksi internet terutama pada *game* yang mengganggu dan menjadi permasalahan sehari-hari dan Penulis memberikan solusi berupa

*tips-tips* seperti *time management (slice-of-life executions)*. Penulis juga mengundang narasumber dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa memang adiksi internet itu benar adanya dialami dan menunjukkan juga bahwa kita bisa tetap menggunakan internet tanpa mengalami yang namanya adiksi internet (*testimonial executions*).

## Pemenuhan Key Performance Indicators

### 1) KPI Reach



Gambar 3. KPI Reach  
Sumber: Olahan Penulis

Target awal dari *follower count* atau jumlah pengikut adalah sebesar 35 pengikut. *Impressions* yang menjadi target adalah 5. *Potential reach* yang menjadi target adalah 5. *Website traffic* yang menjadi target adalah 5. *Share of voice* yang menjadi target adalah 5. Hasil yang didapatkan sudah berhasil sebesar 60% dimana tim berhasil memenuhi target untuk *share of voice* sebesar 16, *potential reach* sebesar 45, *impression* sebesar 99. Yang belum berhasil adalah jumlah

pengikut, dimana jumlah pengikut sebesar 33 orang, kekurangan 2 jumlah pengikut.

Dan *website traffic* sebanyak 3 dari 5, dimana kekurangan 2. Memang ada 2 hal yang tidak terpenuhi namun perbedaan yang terjadi tidak terlalu signifikan dan tidak mengganggu keberhasilan untuk mencapai poin-poin yang lebih penting dari *impressions*, *potential reach*, *website traffic*, dan *share of voice*. Sehingga bisa berhasil dalam mencapai target. Strategi yang digunakan kelompok Penulis untuk bisa memenuhi KPI *reach* ini adalah membagikan Instagram supaya lebih banyak orang yang mengikuti akun. Lalu untuk memenuhi mulai dari *impressions*, *potential reach*, *website traffic*, dan *share of voice* adalah dengan cara *upload* konten yang sudah Penulis buat ke *story* Instagram sehingga lebih banyak orang yang mengetahui bahwa tim sudah membuat konten terbaru. Dan dari sini bisa membuat banyak orang tahu kalau Instagram kampanye aktif.

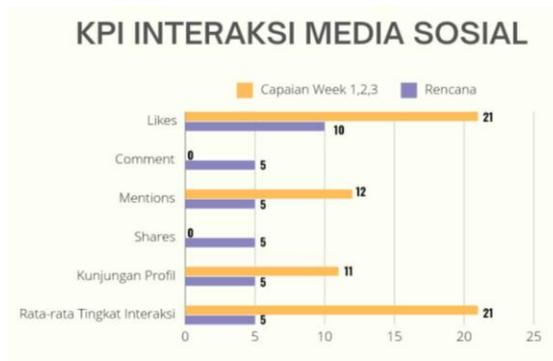
Penulis juga membuat *story* Instagram yang berisikan kuis mengenai materi yang lakukan di *live* sehingga adanya komunikasi dua arah antara tim dengan pengikut. Hal ini yang membuat berhasil memenuhi target. Kendala yang Penulis alami dalam menjalankan dan mencapai target ini adalah ketika meng-*upload* konten yang sudah dibuat yang masih dibilang kurang konsisten, dimana yang harusnya *upload* setelah melakukan *live* tapi bisa baru di *upload* keesokan harinya.

## 2) KPI Interaksi Media Sosial

Target dari masing-masing seperti *likes* sebanyak 10 orang, *comments* sebanyak 5 orang, *mentions* sebanyak 5 orang, *shares* sebanyak 5 orang, kunjungan profil sebanyak 5 orang, dan rata-rata tingkat interaksi sebanyak 5 orang. Dimana Penulis berhasil mencapai target sebesar 68%, dimana target yang berhasil dicapai adalah *likes* sebanyak 21 orang,

*mentions* sebanyak 12 orang, kunjungan profil sebanyak 11 orang, dan rata-rata tingkat interaksi sebanyak 21 orang. Target yang masih belum bisa terpenuhi adalah *comment* dan *shares* dimana Penulis belum berhasil mencapai target. Ini yang menjadi salah satu kendala. Oleh karena itu Penulis menggunakan strategi dimana supaya adanya interaksi dengan aktif di *story* Instagram melalui kuis dan juga membuka Q&A. Sehingga interaksi yang paling banyak terjadi memang bukan lewat komentar di konten tapi *story* Instagram dan lewat DM Instagram.

Hal ini menunjukkan bahwa tim sudah berhasil dalam mencapai target yang sudah dibuat. Dan juga pastinya informasi dan edukasi yang Penulis berikan lewat konten yang dibuat juga berhasil tersampaikan, dilihat dari beberapa poin di atas yang berhasil terpenuhi yaitu *likes*, *mentions*, kunjungan profil, dan rata-rata tingkat interaksi



Gambar 4. KPI Interaksi Media Sosial  
Sumber: Olahan Penulis

### 3) KPI Kepuasan *Audience*

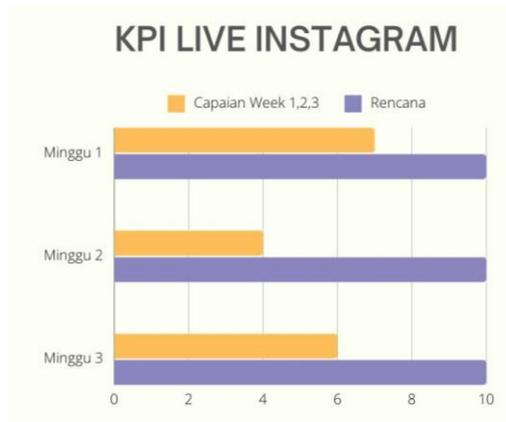
Target untuk testimoni *audience* dan penyelesai masalah sebanyak 3 orang. Dan Penulis berhasil mencapai target untuk masing-masing poin sebanyak 4 orang. Dimana hasil wawancara dan testimoni yang sudah dimasukkan di atas

menunjukkan bahwa para penonton atau pengikut Instagram merasa puas. Untuk mencapai kepuasan ini Penulis pastinya menggunakan strategi. Strategi yang Penulis gunakan untuk mencapai target ini adalah:

1. Pembuatan materi. Dimana Penulis membuat materi yang sesuai dengan data yang ada dengan menggunakan artikel jurnal sehingga materi yang kita sampaikan berdasarkan fakta.
2. Komunikasi. Cara penyampaian tim ketika membawakan materi di *live* Instagram menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan bersikap interaktif.
3. Narasumber. Mendatangkan narasumber sebagai bukti nyata sehingga bisa membawakan testimoni dan membuat penonton menjadi lebih percaya bahwa masalah adiksi internet terhadap *game online* itu benar ada didunia nyata.
4. Pembuatan konten. Konten yang Penulis buat itu langsung *to the point* dan tidak bertele-tele sehingga sesuai dengan karakter target peserta yaitu generasi Z. Dimana generasi Z lebih suka menonton atau mendapatkan informasi yang secara langsung dan tidak membutuhkan waktu yang panjang atau lama. Jadi konten yang sesuai dengan generasi Z yang bisa membuat mereka merasa puas.



Gambar 5. KPI Kepuasan Audience  
Sumber: Olahan Penulis

4) KPI *Live* Instagram

Gambar 6. KPI *Live* Instagram  
Sumber: Olahan Penulis

*Live* Instagram yang dilakukan itu sebanyak 3 kali setiap minggu pasti melakukan 1 kali *live*, Penulis melakukan *live* di setiap hari Senin jam 19.00. Penulis membuat target penonton sebesar 10 penonton. Dalam 3 kali *live* yang dilakukan, Penulis belum bisa mencapai target. Minggu pertama sebanyak 7 penonton, minggu kedua sebanyak 4 penonton, dan minggu ketiga sebanyak 6 penonton. Hal ini terjadi dikarenakan tim tidak bisa melakukan *live* di Instagram Digismart.04 dikarenakan fitur akun baeu tidak mendukung. Sehingga *live* yang tim lakukan harus dilakukan di akun pribadi anggota kelompok. Untuk mengatasi kendala ini, kelompok menggunakan strategi dengan cara membagikan *link live* di *story* Instagram Digismart.04 dan memberitahukan kalau tim akan melakukan *live* yang sudah ditentukan.

## Pemenuhan Kerja Sama Mitra

Awalnya tim berusaha mencari komunitas *gamers* terlebih dahulu untuk menjadi narasumber dari *live* minggu pertama dan kedua. Lalu akhirnya tim mendapatkan salah satu komunitas *gamers* yang ada di lingkungan Universitas Bakrie. Komunitas ini bernama komunitas Team Guts. Alasan untuk mengajak kerja sama karena kemudahan akses komunikasi karena salah satu anggota kelompok merupakan bagian dari komunitas tersebut.

Testimoni ini diberikan oleh salah satu anggota komunitas yang menjadi salah satu narasumber *live* kami yang bernama Aditya Jibrán. Jibrán berpendapat bahwa kampanye memberikan dampak positif dengan menambah wawasan baru. Saran yang bisa diberikan adalah bahwa *live* harus di-*boost* lagi dengan tujuan agar banyak penonton yang menonton dan tidak tertinggal informasi edukasi penting yang bermanfaat buat kehidupan sehari-hari.

## Kesimpulan

Kampanye “*Time is Money*” adalah kampanye yang menjelaskan mengenai bahaya adiksi internet terhadap generasi Z khususnya para pemain *game online*. Alasan kenapa penulis mengambil topik ini karena dari adiksi internet akan merambat ke semua permasalahan dampak negatif dan data yang mengatakan bahwa permasalahan ini lebih banyak dengan *game online*. Alasan penulis menggunakan nama kampanye *Time is Money* karena ingin menggunakan pepatah “waktu itu adalah uang,” untuk menunjukkan bahwa waktu adalah hal yang sangat penting sehingga harus memanfaatkannya dengan baik, termasuk cara menggunakan internet.

Hal yang penulis temukan di lapangan ketika menjalankan kampanye ini adalah kesadaran bahwa memang adiksi internet adalah masalah yang sangat berbahaya dan sudah banyak terjadi. Di luar sana juga tidak terlalu banyak orang yang mengetahui bahwa ada yang namanya adiksi internet. Harapannya dengan

adanya kampanye ini pastinya bisa meningkatkan kesadaran di dalam diri masing-masing orang terutama generasi Z.

Meskipun adanya beberapa kendala seperti kondisi tim, pembuatan konten, pembuatan materi *live*, kondisi lingkungan, tapi penulis berhasil melewati segala kendala dengan strategi yang tepat dan sesuai sehingga bisa dilalui dan berjalan dengan lancar. Bahkan kampanye ini sudah berhasil mencapai target yang sudah dibuat.

Saran untuk kampanye ini adalah harus dibawakan dalam bentuk seminar baik secara *offline* maupun *online* sehingga bisa lebih banyak menjangkau generasi Z dan mengundang pembicara yang memang bekerja di bidang ini seperti psikiater atau psikolog.

## Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2021, November 22). Mayoritas Gamers Indonesia Habiskan Waktu 4 Sampai 7 Jam Per Minggu. Databoks. Dikutip dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/mayoritas-gamers-indonesia-habiskan-waktu-4-sampai-7-jam-per-minggu>
- Astuti, Yanti Dwi. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-Realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media Di Cyberspace. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 8 (2), 15 – 26.
- Atmajaya, S. N. C. W & et all. (2021). Time Management untuk Hidup Lebih Efisien dan Efektif. *Jurnal Kuat (Keuangan Umum dan Akutansi Terapan)*.
- Biznetdev. (2023, November 9). 9 Dampak Negatif Internet yang Tidak Boleh Dianggap Sepele. Biznet Home. Dikutip dari <https://biznethome.net/blog/9-dampak-negatif-internet-yang-tidak-boleh-dianggap-sepele/>
- Chubb. (2023, Maret). Langkah Melakukan Internet Sehat untuk Kesehatan Mental. Chubb. Dikutip dari <https://www.chubb.com/id-id/articles/personal/internet-sehat-untuk-kesehatan-mental.html>

- Dewi, M. S. & Prambayu, I. (2019). Adiksi Internet pada Remaja. *Jurnal of Psychology*, 7(1).
- Fembi P. N, & et all. (2022). Kecanduan Bermain Game Online Smartphone dengan Kualitas Tidur Siswa-Siswi di SMPK Hewerbura Watublapi Kabupaten Sikka. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(15).
- Isnuwardana, R., Muslimin, N., Sitingjak, M. H. (2023). Hubungan Adiksi Internet dengan Masalah Perilaku pada Siswa SMP di Kota Samarinda. *Jurnal Kedokteran Mulawarman*, 10(1), 30-39.
- Jatmika, D., & Kusumo, P. (2020). Adiksi Internet dan Keterampilan Komunikasi Interpersonal pada Remaja. *Jurnal Psibernetika*, 13(1).
- Pratiwi. (2024, Januari 19). 12 Dampak Positif Internet untuk Kehidupan Manusia, Ternyata Sepenting itu!. *Media Indonesia*. Dikutip dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/645241/12-dampak-positif-internet-untuk-kehidupan-manusia-ternyata-sepenting-itu>
- Universitas Indonesia. Kiat Mengurangi Kecanduan Internet. Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia. Dikutip dari <https://kdai-online.id/mengurangi-kecanduan>