

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman serba internet dan digital saat ini, Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki populasi pengguna internet terbanyak di dunia. Berdasarkan laporan *We Are Social*, pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta pengguna internet per Januari 2022. Dari jumlah tersebut naik tipis sebesar 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta.

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta pengguna media sosial per Januari 2022. Dari jumlah tersebut telah meningkat cukup banyak yaitu sebesar 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya sebanyak 170 juta pengguna media sosial. Salah satu media sosial yang paling banyak dan sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah WhatsApp, persentasenya tercatat mencapai 88,7% pengguna di Indonesia. Setelahnya ada Instagram dengan persentasenya mencapai 84,8% pengguna dan Facebook dengan persentasenya mencapai 81,3% pengguna di Indonesia. Sementara untuk pengguna TikTok dan Telegram persentase masing-masing sebesar 63,1% dan 62,8% pengguna di Indonesia.

Dari banyaknya jumlah pengguna media sosial tersebut, banyak orang yang menyalahgunakan media sosial. Seperti menyebarkan berita atau informasi bohong atau disebut dengan berita *hoax*, memberikan komentar yang bersifat negatif di media sosial dan juga merekam dan menyebarkan video yang mengakibatkan keributan dan menjatuhkan (memfitnah) orang di media sosial. Berita *hoax* itu sendiri adalah berita tidak benar atau palsu yang seolah-olah benar dan diputarbalikkan fakta yang sesungguhnya. Banyak peristiwa yang sebenarnya tidak benar terjadi namun diangkat menjadi sebuah berita dan diolah dengan sebaik mungkin agar khalayak tertarik untuk melihat dan membacanya. Berita *hoax*

sekarang banyak tersebar di berbagai media massa, salah satunya adalah media sosial.

Masih banyak pengguna media sosial yang belum tahu akan dampak buruknya dari melakukan kesalahan menggunakan media sosial tersebut, baik dampak bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Banyak juga pengguna media sosial hanya menempatkan media sosial sebagai tempat untuk meluapkan sebuah emosinya semata tanpa memikirkan dampaknya dikemudian hari.

Oleh karena itu, penulis ingin membuat sebuah karya besar bertemakan Era Digital atau *Zaman Now* dalam bentuk video Iklan Layanan Masyarakat berbasis *motion graphic*. Di dalam video tersebut membahas tentang permasalahan yang sering terjadi di dunia media sosial, permasalahannya yaitu pengguna media sosial mudah untuk menerima dan mempercayai berita-berita yang banyak disebar di media sosial (berita *hoax*), mudah untuk mengeluarkan komentar atau kritikan negatif kepada sesama pengguna di media sosial yang menyediakan fitur komentar, dan mudah untuk menyebar luaskan video yang belum tahu kebenarannya dari isi video tersebut yang mana bisa saja dapat mengandung video bohong, mengandung fitnah, sara dan sebagainya. Dari permasalahan tersebut solusinya adalah pengguna media sosial harus lebih cerdas dalam memilih dan menerima berita-berita yang ada di media sosial, mencari kebenaran dari berita tersebut dari sumber lain atau lebih baik mencari berita pada *website* atau platform yang sudah terpercaya, kemudian untuk memberikan komentar pada media sosial harus dipikirkan lagi jangan sampai mengandung komentar yang negatif, lebih baik memberikan kritikan atau komentar yang positif, dan yang terakhir sebelum menyebar luaskan sebuah video di media sosial, lebih baik mencari tahu isi, inti dan sumber dari video tersebut, jangan sampai menyebarkan video yang mengandung efek negatif.

Iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* itu sendiri adalah salah satu perkembangan teknologi yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada khalayak umum, seperti informasi bahayanya penyalahgunaan media sosial, bencana alam, bahaya covid19 dan sebagainya. Iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* ini dikemas dengan

gambar-gambar yang disertai dengan penjelasan suara, diiringi musik dan agar tidak bosan diberikan animasi 2 dimensi di dalamnya.

Penulis ingin membuat video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* karena dinilai efektif sebagai salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada penyalahgunaan media sosial saat ini, permasalahan tersebut adalah penyebaran video *hoax*, memberikan komentar yang bersifat negatif dan penyebaran video bohong. Video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* dikemas menjadi video yang menarik agar penonton tidak merasa bosan untuk menontonnya dan juga tentunya berisi penyampaian informasi yang baik dan benar tentang dampak negatif dari penyalahgunaan media sosial tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana merancang video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic*?
2. Bagaimana visualisasi Iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* dalam membahas dampak negatif media sosial?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penyusunan pengantar tugas akhir pengayaan ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* yang dikhususkan kepada pengguna aktif media sosial.
2. Membuat video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* dengan animasi 2 dimensi yang *simple* dan penyampaian informasi yang mudah dipahami.

3. Video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* ini hanya membahas, menyampaikan informasi, dan solusi tentang efek atau dampak negatif dari penyalahgunaan media sosial, yaitu penyebaran berita *hoax*, memberikan komentar yang bersifat negatif dan penyebaran video bohong.
4. Menyampaikan informasi efek negatif dari penyebaran berita *hoax* yaitu mempengaruhi pola pikir, sosial, ekonomi, politik, keamanan dan bisa mengancam keutuhan negara, efek negatif dari memberikan komentar yang bersifat negatif yaitu berdampak buruk bagi pembaca komentar negatif tersebut (orang lain), dampak buruknya mulai dari kecemasan atau kegelisahan, menurunnya percaya diri, hingga efek depresi, dan efek negatif dari penyebaran video bohong yaitu dapat merugikan banyak orang dan juga dapat dilaporkan karena telah memfitnah dan mengundang keributan di media sosial.
5. Video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* ini tidak akan sampai membahas tentang UU ITE.
6. Video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* ini berdurasi 2 - 3 menit.

D. Tujuan Berkarya

Adapun tujuan dari pembuatan video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* sebagai berikut:

1. Merancang video iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* yang menarik dengan menampilkan gambar-gambar *illustration*, disertakan audio yang berisi informasi, terdapat suara latar belakang (*background*) dan sound effect agar video iklan layanan masyarakat ini tidak terlihat bosan saat ditonton.
2. Memberikan informasi (edukasi) yang baik dan benar dengan merekam suara (*Voice Over*) untuk menyampaikan dampak negatif dari penyalahgunaan media sosial dengan mencari informasi yang valid dari sumber terpercaya dan menyampaikan informasinya dengan nada, bahasa, dan penyampaian yang

santai, baik dan enak didengar agar mudah diterima dan dipahami oleh pendengar atau penonton.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah proses penulisan tugas akhir ini, penulis membuat sistematika penulisan dalam 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode berkarya, sistematika penulisan dan skema/alur berpikir.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas mengenai teori umum, teori khusus, dan referensi karya.

BAB III KONSEP KARYA DAN PROSES BERKARYA

Membahas mengenai konsep karya, proses penciptaan karya mulai dari pra-produksi hingga produksi.

BAB IV PENUTUP

Membahas mengenai kesimpulan dan saran yang didapatkan atau dihasilkan dari penulisan dan proses pengayaan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi keterangan referensi pengayaan serta rujukan-rujukan yang ditulis secara sistematis.

LAMPIRAN

Berisi data-data yang diperoleh berupa data kuesioner hingga daftar *screenshot* karya.

F. Kerangka Berpikir

