

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era Digital adalah era dimana segala aspek kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan cepat. Dalam hal ini contohnya adalah akses berita, sebelum era digital berita biasanya diakses melalui media koran, radio, dan televisi. Kemudian pada era digital ini berita dapat diakses melalui internet menggunakan telepon genggam maupun komputer pribadi, yang dimana berita dapat diakses lebih cepat dan mudah untuk didapat. Karena para penggunanya hanya cukup mengetik kata kunci berita yang ingin dicari dan kemudian berita yang dicari akan muncul. Selain itu juga pada era digital ini, semua orang dapat mengakses apapun melalui *smartphone*. Seperti halnya, berbelanja secara online, berjualan secara online, sampai pembayaran dan penyimpanan uang dapat di akses melalui *smartphone*.

Pada era globalisasi ini banyak bermunculannya dompet digital. Dompet digital adalah dompet yang berfungsi sama dengan layaknya dompet konvensional, yang berbeda adalah cara bertransaksi dan penggunaannya cukup dari aplikasi yang bisa di *download* di *handphone*. Menurut Muhammad Idris – detiknet dari hasil riset yang menunjukkan 58 persen responden bahwa, OVO adalah aplikasi pembayaran digital yang terfavorit. Kemudian Go-Pay sebanyak 23 persen, DANA 6 persen, dan LinkAja sebanyak 1 persen, serta brand lain seperti Flazz, Brizzi, dan Mandiri e-money mendapatkan 12 persen responden yang merupakan uang elektronik dari institusi keuangan. Transaksi yang sering digunakan oleh pengguna adalah transaksi harian seperti transportasi, pembelian makanan, dan belanja yang sudah semakin populer di kalangan konsumen di Indonesia, data tersebut dari *Country Sales & Operations Snapcart Indonesia*.

Dompot digital sangat populer di Indonesia. Menurut data dari Bank Indonesia (BI), ada 38 dompet digital (*e-wallet*) dengan lisensi resmi (databoks.katadata.co.id, 2020). Data dari *Country Sales & Operations Snapchart* menunjukkan bahwa transaksi yang sering digunakan pengguna adalah transaksi harian, seperti transportasi, pembelian makanan, dan belanja yang semakin populer di kalangan konsumen Indonesia (keuangan.kontan.co.id, 2019). Salah satu produsen dompet digital Indonesia adalah LinkAja. LinkAja adalah dompet digital BUMN. LinkAja di bawah PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) dimiliki bersama oleh badan usaha milik negara, atau dapat dikatakan sebagai perusahaan patungan dari beberapa perusahaan milik negara, termasuk Telkomsel, BNI, Mandiri, BRI, dll. Wakil menteri badan usaha milik negara menyatakan bahwa salah satu kelebihan LinkAja yang berbeda dari pesaing lainnya adalah bahwa LinkAja akan dapat terhubung langsung dengan dana yang dimiliki oleh pengguna yang memiliki tabungan atau kartu kredit di bank-bank milik negara. Karena itu, pengguna LinkAja tidak perlu menambah atau mengisi ulang (cnbcindonesia.com). Salah satu fitur yang bermanfaat bagi semua orang adalah bahwa pedagang tertentu memiliki fungsi pembayaran yang tidak dapat dilakukan dompet digital lainnya, salah satunya adalah mengisi bahan bakar di pompa bensin Pertamina yang dimiliki oleh perusahaan milik negara. Pasti seluruh komunitas telah mengalami transaksi dalam hal ini, tetapi ketika LinkAja kurang promosi, orang tidak tahu apa yang akan mereka peroleh dari menggunakan LinkAja. Salah satu manfaat yang dapat digunakan masyarakat adalah mendapatkan manfaat dari hal-hal kecil seperti sebelumnya, yaitu, sebagai ceria. Alat perdagangan stasiun (tekno.kompas.com, 2020). Karena munculnya dompet digital Indonesia, digitalisasi ekonomi Indonesia juga berkembang sangat pesat.

Perkembangan ekonomi digital Indonesia saat ini sangat pesat, data berdasarkan situs web statista.com dapat membuktikan bahwa transaksi transaksi digital Indonesia telah tumbuh sangat cepat dalam 5 tahun terakhir. Pada 2014, transaksi e-commerce Indonesia mencapai 2,5 triliun rupiah, dan pada 2016 naik menjadi Rupiah. 69,8 triliun, kemudian naik

menjadi 144,1 triliun rupiah lagi pada 2018 (statista.com, 2020). Meskipun produsen dompet digital bermunculan di Indonesia, masih ada penduduk dewasa di Indonesia yang tidak tahu apakah dompet digital dapat digunakan untuk pembayaran dan memberikan semua kemudahan, termasuk efisiensi waktu dan kepraktisan transaksi. Menurut survei National Inclusive Financial Strategy (SNKI) di situs web databoks.katadata.co.id, hanya 24,5% dari populasi orang dewasa di Indonesia dapat melakukan transaksi keuangan melalui ponsel, sementara yang lain menjawab bahwa mereka tidak mampu atau tidak tahu. Mereka hanya menggunakan ponsel mereka untuk melakukan panggilan dan bertukar pesan teks. (Databoks.katadata.co.id). Digitalisasi ekonomi juga telah membawa berbagai perubahan, ekonomi digital memberikan manfaat setidaknya dalam hal mencapai efektifitas pengurangan biaya, produksi, kolaborasi, dan menghubungkan satu pihak dengan yang lain. Oleh karena itu, transformasi ekonomi digital dapat digunakan sebagai solusi sebagai Mesin pertumbuhan ekonomi baru (setneg.go.id).

Karena data menunjukkan bahwa masih ada orang yang tidak tahu apa-apa tentang menggunakan dompet digital untuk transaksi, dan bahwa dompet digital juga akan mempengaruhi digitalisasi ekonomi, yang dapat menjadi solusi untuk mesin pertumbuhan ekonomi baru, perlu untuk menunjukkan dompet digital yang dapat mempromosikan kegiatan transaksi sehari-hari. Pada hari yang sama, informasi media kemudian disajikan kepada masyarakat dalam bentuk film, yang dapat mendistribusikan pesan atau informasi antara satu pihak dengan pihak lainnya. Ini disebabkan oleh kurangnya video pendek yang memberikan informasi tentang bagaimana dompet digital memfasilitasi proses transaksi, sehingga orang tidak menyadari bahwa dompet digital akan sangat mempengaruhi perubahan gaya hidup. Film itu sendiri, sebagai gambar bergerak, telah menjadi bentuk utama komunikasi visual dengan potensi terbaik (Ardianto et al., 2007: 143).

Dalam membuat film pendek peran penyunting gambar dalam penyuntingan gambar sangat penting. Dimana gambar yang sudah ada

setelah proses produksi, dibuat jauh lebih menarik lagi guna memberikan rasa kenyamanan pada penonton. Penyunting gambar juga harus kreatif dalam menyajikannya agar tidak membosankan. Agar film yang disajikan tidak membosankan biasanya penyunting gambar memiliki ide kreatifnya sehingga dapat menyajikan film yang menarik. Penambahan *effect pop up* adalah salah satu ide yang dapat membangun unsur keceriaan dan menarik. *Pop Up Animation effect* adalah salah satu *effect* yang digunakan di *Motion graphics*. Biasanya digunakan untuk awal munculnya suatu object kedalam scene yang sedang di buat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut identifikasi masalah yang muncul pada latar belakang :

1. Manusia semakin tergantung kepada teknologi.
2. Dampak dari globalisasi
3. Banyaknya kendala dalam menggunakan pembayaran uang tunai, khususnya dalam pengelolaan (*cash handling*) dan efektifitas waktu.
4. Masih banyak orang dewasa di Indonesia yang tidak mengetahui transaksi yang menggunakan dompet digital sebagai media pembayaran untuk transaksi baru.
5. Masyarakat Indonesia yang kurang minat dengan dompet digital LinkAja.
6. Pentingnya peran penyunting gambar dalam penyajian film agar tidak membosankan salah satu cara yaitu menggunakan *pop up effect*.

1.3 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dari identifikasi masalah:

1. Bagaimana cara meningkatkan pengetahuan masyarakat dewasa tentang penggunaan produk digital (terutama dompet digital) untuk transaksi?
2. Bagaimana penerapan teknik pop up pada penyuntingan gambar film pendek tentang dompet digital ?

1.4 Ruang Lingkup

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang sebenarnya, maka perlu adanya batasan masalah, batasan masalah pada tinjauan ini adalah :

1. Apa ?

Fokus masalah dalam perancangan film pendek ini adalah dampak dompet digital terhadap kehidupan masyarakat perkotaan.

2. Dimana ?

Penelitian dilakukan di kota Bandung.

3. Siapa ?

Sasaran penonton dari film pendek ini adalah remaja hingga dewasa yang menggunakan smartphone, namun tidak mengetahui bagaimana caranya bertransaksi menggunakan dompet digital.

4. Kenapa ?

Penduduk remaja hingga dewasa di Bandung yang tidak mengetahui bagaimana bertransaksi menggunakan dompet digital dengan smartphone yang mereka miliki, dan kurangnya rasa kepercayaan dalam menggunakan dompet digital sebagai alat untuk bertransaksi sehari-hari.

5. Kapan ?

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Agustus tahun 2019 dan direncanakan tayang pada tahun 2020.

6. Bagaimana ?

Pengumpulan data dilakukan dari tahap observasi, wawancara, studi literatur, studi visual, dan analisis data.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Untuk mengetahui bagaimana meningkatkan pengetahuan masyarakat dewasa terhadap transaksi menggunakan produk digital, khususnya dompet digital.

2. Untuk mengetahui penerapan teknik *pop up* pada penyuntingan gambar film pendek tentang dompet digital dengan *visual product placement*.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Manfaat untuk perancang
 - a. Menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan.
 - b. Sebagai masukan dan menambah wawasan perancang terkait era digital.
2. Manfaat untuk kampus
Sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian – penelitian lain yang akan dilakukan di kemudin hari.
3. Manfaat untuk masyarakat
Perancang berharap dengan adanya perancangan film pendek ini dapat memperluas pengetahuan masyarakat mengenai dompet digital, bagaimana dompet digital dapat mempengaruhi dan memberikan kemudahan bagi kehidupan manusia.

1.7 Metode Perancangan

Metode kualitatif dilakukan perancang untuk melakukan penelitian terlebih dahulu sebelum perancangan film pendek. Perancangan yang tepat dibutuhkan penelitian, metode pengumpulan data dan analisis yang tepat juga. Maka dari itu metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dan menggunakan pendekatan psikologi kognitif sebagai analisis data. Menurut Sukmadinata (2009:53-60), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik sebagai berikut :

1.7.1 Pengumpulan Data

Menurut Gulo (2002:110) pengumpulan data merupakan aktivitas yang dilakukan guna mendapatkan informasi yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan dari suatu penelitian. Berikut proses yang dilakukan perancang untuk mengumpulkan data :

a. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2018:144) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses – proses pengamatan dan ingatan. Dari segi proses pelaksanaan observasi dibedakan menjadi dua, yaitu observasi berperan serta dan tidak berperan serta, dalam penelitian ini perancang menggunakan observasi tidak berperan serta, dimana perancang hanya sebagai pengamat perkembangan ekonomi digital di Indonesia saat ini, yang salah satunya ditunjang oleh dompet digital.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit / kecil (Sugiyono, 2018:137). Dalam pengumpulan data wawancara ini perancang akan melakukan wawancara kepada pihak ahli atau peneliti ekonomi digital di Indonesia.

c. Studi Literatur dan Studi Visual

- Studi Literatur

Dilakukan untuk memperluas referensi yang dimiliki oleh perancang. Dalam melakukan penelitian ilmiah harus dilakukan teknik penyusunan yang sistematis untuk memudahkan langkah-langkah yang akan diambil. Begitu pula yang dilakukan perancang dalam penelitian ini, langkah pertama yaitu dengan melakukan studi literatur pada buku atau jurnal yang membahas tentang peran penyunting gambar dan era digital, dan membaca penelitian

– penelitian yang sudah dilakukan untuk membandingkan validasi data yang sudah didapatkan perancang sendiri. hasil dari studi literatur ini akan membantu dalam proses analisis data.

- Studi Visual

Studi Visual dilakukan dengan cara mengamati suatu karya visual sejenis dengan yang akan dibuat oleh perancang, yaitu karya *visual product placement* tentang suatu produk yang diselipkan dalam sebuah visual yang bercerita, karya-karya tersebut meliputi “Hari-Hari Mudah Berbagi di Bulan Suci”, “Cita dan Cinta Dimulai Dari Tokopedia”, Dan “Rotasi”.

1.7.2 Analisis Data

1. Analisis Objek

Menurut Lindlof (1995:243; Daymon dan Holloway, 2008:379) analisis adalah Aktivitas mendengarkan suara – suara orang lain, dalam hubungan ini meliputi keseluruhan data, baik yang diperoleh melalui sumber primer maupun sekunder, yang kemudian digabungkan dengan pemahaman dan penjelasan peneliti, sebagai proses interpretasi, sehingga menghasilkan makna-makna baru. Setelah perancang mendapatkan data-data yang berkaitan dengan objek penelitian lalu dilakukan analisis dengan pendekatan studi kasus.

2. Analisis Visual

Analisis visual adalah analisis yang digunakan oleh perancang untuk mengetahui dan menguraikan suatu gambar, analisis perlu dilakukan secara mendetail, agar kita semakin mengenal karya yang akan dianalisa. Maka perancang melakukan pengamatan terhadap 3 karya sejenis, diantaranya “Hari-Hari Mudah Berbagi di Bulan Suci”, “Cita dan Cinta Dimulai Dari Tokopedia”, Dan “Rotasi”.

1.7.3 Sistematika Perancangan

Setelah melakukan analisis dan mengumpulkan data, kemudian data tersebut di olah menjadi sistematika perancangan film pendek di antaranya sebagai berikut:

1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, perancang mencoba memahami alur cerita, ide cerita, dan gaya visual seperti apa yang telah dibuat oleh sutradara. Kemudian perancang juga memberikan masukan perspektif perancang yang sebagai penyunting gambar.

2. Produksi

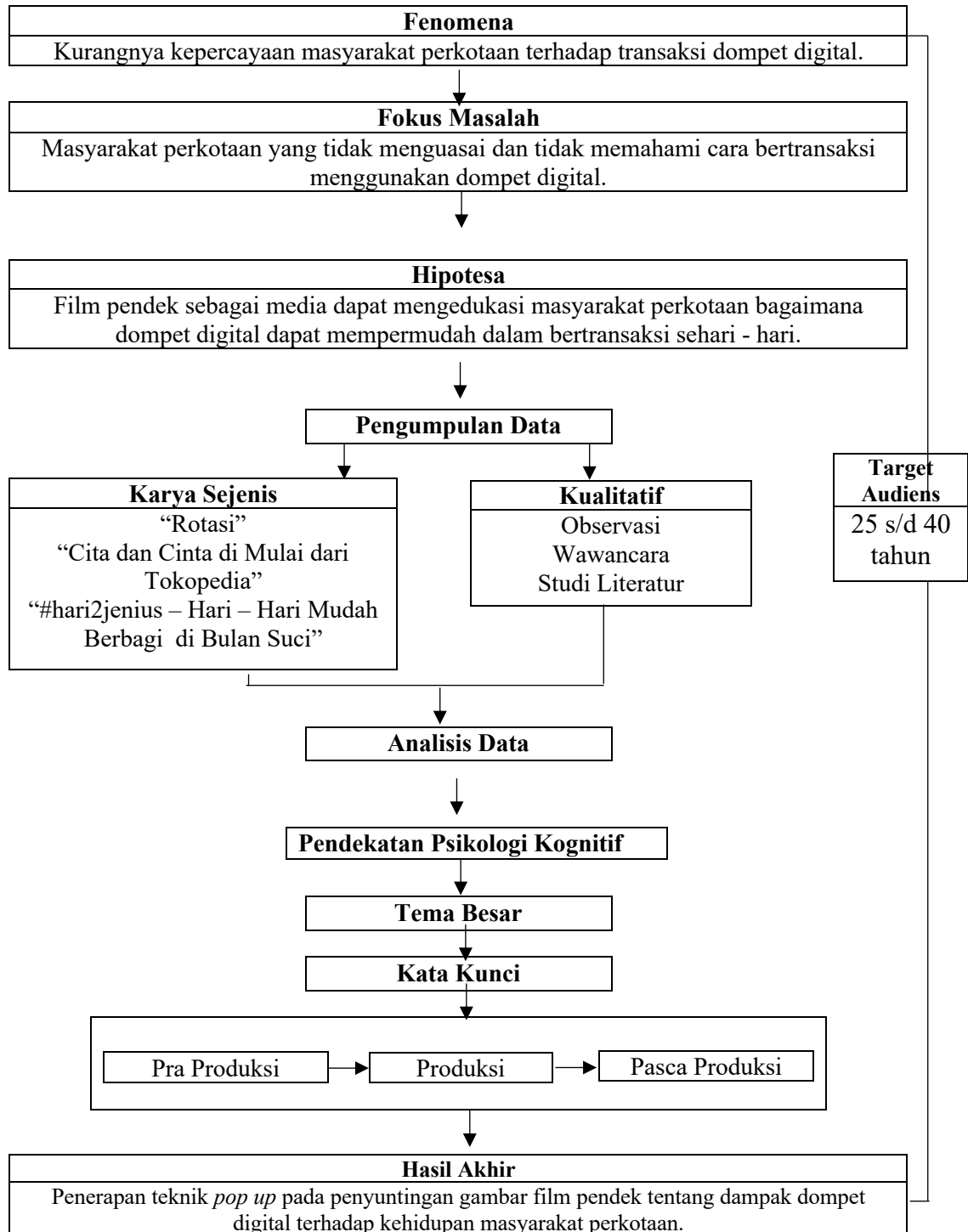
Pada tahap produksi, penyunting gambar dapat membantu mengawasi pendistribusian dan kondisi materi mulai dari laboratorium samapai materi tersebut berada di meja editing.

3. Pasca Produksi

Pada tahap ini, perancang di dampingi sutradara dan DOP untuk menyusun shot - shot yang sudah di eksekusi di tahap produksi. Pada tahap penyuntingan gambar perancang menerapkan gaya visual dan makna-makna dari sutradara serta grading yang dapat membangun mood di setiap scene juga menambahkan *pop up effect* yang ada di film pendek ini.

1.8 Kerangka Perancangan

Bagan 1.1 Kerangka Perancangan



Sumber : Perancang, 2019

1.9 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang dari fenomena pengaruh dompet digital terhadap gaya hidup masyarakat perkotaan. Bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka perancangan, dan pembabakan.

2. BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

Bab ini menjelaskan dasar pemikiran mengenai teori – teori yang akan digunakan sebagai landasan untuk merancang karya tugas akhir.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Bab ini menjabarkan tentang bagaimana cara perancang merancang karya tugas akhir dari awal hingga tahap akhir. Kemudian bab ini menjelaskan data - data yang perancang dapatkan.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini berisi mengenai penjelasan konsep yang akan digunakan dalam perancangan dan menjelaskan konsep film yang akan dirancangan mulai dari tahap praproduksi, produksi, dan pasca produksi sesuai jobdesk masing – masing

5. BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup dimana perancang memberikan kesimpulan dan saran dari perancangan tugas akhri yang telah dibuat tentang fenomena pengaruh dompet digital terhadap gaya hidup masyarakat perkotaan.