

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) mengatakan bahwa per Desember 2015, 82 juta orang Indonesia telah *online*. Dalam hal ikhtiar ini, Indonesia menempati urutan kedelapan dunia. Antara usia 15 dan 19 tahun, demografis ini mencapai 80% dari semua pengguna Internet. Jumlah pengguna Facebook di Indonesia menempati urutan keempat terbanyak di dunia. (Septiana, 2014). Pada Awal abad ke-21 ini, teknologi sudah berkembang sangat pesat jika dibandingkan dekade sebelumnya, karena semua kegiatan dan pekerjaan menjadi dipermudah dengan teknologi yang sangat memadai. (Ikhsan, M. R., Supriadi, O. A., & Suprayogi, B. M. (2022) Dimanfaatkan oleh masyarakat untuk bersosialisasi dengan banyak cara, seperti memiliki toko dan berbelanja *online*. Individu dengan daya beli yang cukup besar dan kecenderungan untuk sering melakukan pembelian dapat menunjukkan perilaku konsumtif dalam pola konsumsinya. (Glatt & Cook, 1987; Faber, Christenson, Zwaan, Mitchell, 1995).

Hal tersebut bisa disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif saat ini telah melanda semua kalangan masyarakat, salah satunya adalah remaja. Karena remaja mencari otonomi dan penemuan diri, Santrock (2012) berpendapat bahwa mereka cenderung menikmati novel dan pengalaman sulit. Sementara itu, individu muda dapat mengalami berbagai perubahan, termasuk yang bersifat fisik, mental, perilaku, dan emosional. Salah satunya adalah pergeseran ke arah kebiasaan yang lebih konsumtif, yang didefinisikan oleh Sukari, Larasati, Mudjijono, dan Susilantini (2013) sebagai tindakan yang diambil oleh pembeli saat mereka mencari, mendapatkan, mengevaluasi, dan berharap membeli produk untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. (Sumarwan, 2015, p.4).

Perilaku Konsumtif sendiri dibagi menjadi 2 tipe yaitu Mengonsumsi sesuatu sampai menjadi ketergantungan padanya adalah contoh dari konsumsi adiktif. Yang lainnya adalah kebiasaan membeli daripada membeli karena kebutuhan, atau konsumsi kompulsif. Maraknya belanja *online* di masyarakat kita pada era globalisasi telah membawa kita pada budaya konsumsi, yang dalam hal ini bukan hanya kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dasar atau primer untuk kehidupan sehari-hari, tetapi kita mengorientasikan kita pada bentuk-bentuk sosial

tertentu. aturan berdasarkan paksaan halus melalui unsur penggunaan bahasa; Selain itu, perilaku konsumtif tidak dibatasi oleh faktor seperti jenis kelamin dan usia, karena kaum muda merupakan kelompok yang konsumtif.

Berdasarkan pemaparan fenomena diatas, maka diperlukan adanya pembaruan yang dapat meningkatkan *awareness* generasi muda sekarang terhadap pergerakan pencegahan perilaku konsumtif pada remaja dengan membuat karya sehingga penduduk Indonesia lebih mengerti apa itu perilaku konsumtif dan bagaimana mencegahnya. Pada umumnya mereka sangat membutuhkan pengetahuan lebih dari membaca. untuk membentuk suatu generasi muda yang lebih baik, perlu memberikan edukasi mengenai pendidikan karakter secara maksimal, baik yang diajarkan di sekolah ataupun di rumah. (Nastiti, N, E, 2020) Menyediakan pembelajaran digital berupa *motion graphic* adalah pilihan terbaik untuk diberikan kepada remaja, terlebih tidak terasa membosankan dikarenakan remaja sekarang lebih menyukai pembelajaran visual berupa teknologi seperti video interaktif berupa *motion graphic*. Selain itu remaja juga membutuhkan alur cerita yang menarik sehingga mereka tidak bosan untuk memahami pembelajaran yang disampaikan.

Penelitian ini dilakukan untuk merancang video *motion graphic* perilaku budaya konsumtif sebagai media pembelajaran anak remaja guna untuk menyampaikan pesan moral yang didapat agar mereka lebih *aware* dengan apa yang terjadi. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dengan adanya video *motion graphic* perilaku konsumtif tersebut dapat menjadi solusi yang tepat bagi permasalahan yang telah ditentukan, yaitu untuk mengurangi angka adanya konsumtif, mengedukasi dan memberikan informasi dan pengetahuan serta menarik perhatian generasi muda untuk meningkatkan *awareness* mengenai permasalahan konsumtif yang ada di sekitar kita.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dari latar belakang yang dipaparkan pada penelitian ini adalah :

1. Minimnya antisipasi dampak belanja *online* dapat mempengaruhi pola pikir penonton/penikmatnya.
2. Kurangnya informasi mengenai perilaku konsumtif kepada remaja usia 15-20 tahun.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan pada penelitian ini adalah Bagaimana cara mengedukasi perilaku konsumtif dari belanja *online* pada remaja usia 15-20 ?

1.3 Ruang Lingkup

Sebagai upaya untuk mengerucutkan permasalahan untuk menghindari dari bahasan yang terlalu luas, maka fokus ruang lingkup dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Apa (*What*)

Perancangan tugas akhir ini difokuskan pada penelitian perancangan *motion graphic* sebagai media edukasi perilaku konsumtif belanja *online* dari sosial media tikto pada remaja yang rentang usianya 15-20 tahun.

1.3.2 Siapa (*Who*)

Sasaran dari perancangan *motion graphic* ini adalah remaja dengan rentang usia 15-20 tahun.

1.4.3 Kapan (*When*)

Pengumpulan data serta perancangan sejak Februari 2023 sampai dengan bulan Agustus 2023.

1.4.4 Dimana (*Where*)

Proses perancangan ini dilakukan di kota Bandung.

1.4.5 Mengapa (*Why*)

Video *motion graphic* ini dirancang agar remaja usia 15-20 tahun masyarakat di Medan bisa teredukasi tentang perilaku konsumtif yang diakibatkan oleh belanja *online*.

1.4.6 Bagaimana (How)

Penulis merancang *motion graphic* untuk mengedukasi remaja yang berperilaku konsumtif karena berbelanja *online*

1.4 Tujuan Penelitian

1. Memberikan upaya pencegahan atau antisipasi dari berbelanja *online* berupa perancangan *motion graphic*
2. Menginformasikan mengenai risiko perilaku konsumtif belanja *online* pada remaja

1.5 Pengumpulan dan Analisis Data

1.5.1 Pengumpulan Data

A. Observasi

Istilah "pengamatan" mengacu pada metode penelitian yang melibatkan pengamatan kelompok dan individu dalam kondisi yang terkendali. (Wiratna, 2014:23).

Dalam penelitian ini observasi dilakukan ke beberapa pelajar dan mahasiswa dengan rentang usia yang sudah ditetapkan yaitu 15-20 tahun.

B. Wawancara

Setyadin dalam Gunawan (2013:160) Wawancara terdiri dari dua orang atau lebih yang berbicara tatap muka dan saling bertanya tentang topik atau masalah tertentu.

Pada tahapan ini bentuk kegiatan yang dilakukan adalah melakukan sesi tanya-jawab kepada ahli dibidang yang diambil pada objek penelitian yaitu *motion graphic* dan pihak yang mengerti betul mengenai kondisi kejiwaan yang terjadi pada perilaku konsumtif dengan cara bertatap muka secara langsung.

C. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden melalui penggunaan pertanyaan dan komentar tertulis. (Sugiyono, 2005:162).

Pada tahapan ini, bentuk kegiatan yang dilakukan adalah membuat daftar pertanyaan di media *google forms* dan kemudian disebarakan melalui akun media sosial seperti *Line*, *Whatsapp* dan *Instagram* kepada target audiens dari objek penelitian.

D. Studi Pustaka

Buku merupakan tempat menuangkan pikiran oleh penulis. Dari pemikiran, hasil penelitian, pengamatan serta khayalan maupun impian. Semakin banyak membaca hasil pemikiran para penulis maka akan semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti. Sehingga peneliti perlu membaca buku untuk mengisi *frame of mind*-nya. (Soerwardikoen, 2013:16).

Informasi untuk penulisan laporan dikumpulkan melalui kajian pustaka, yang meliputi pengumpulan data dari sumber atau makalah pustaka yang berasal dari perusahaan, serta data survei yang masih relevan dengan objek penelitian yang diperoleh dari situs web, serta beberapa teori dari beberapa buku yang dapat menunjang analisis objek penelitian.

1.5.2 Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

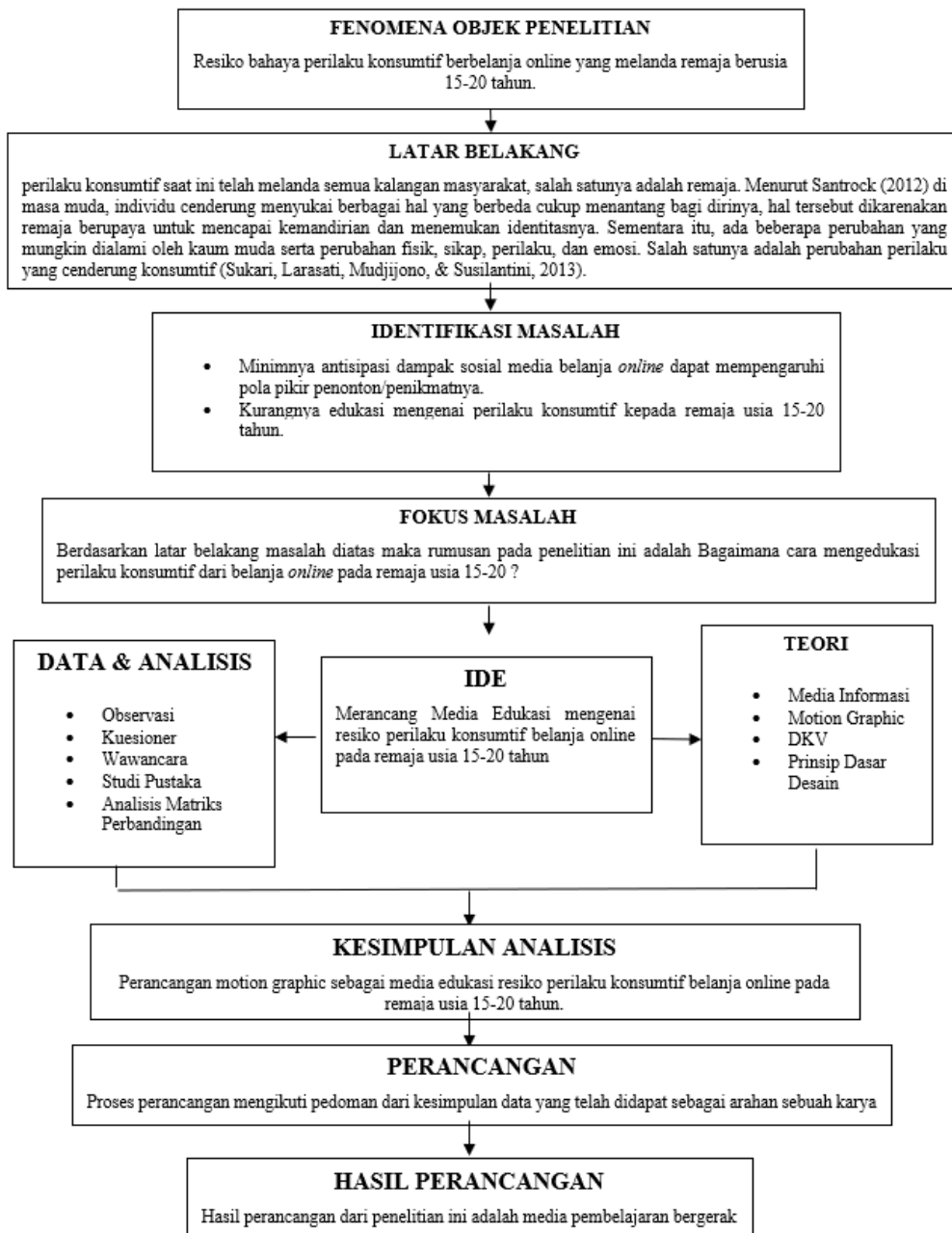
Penggambaran data yang telah diperoleh tanpa bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan yang berlaku secara umum disebut analisis deskriptif (Sugiyono, 2017). Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan data hasil kuesioner, observasi, wawancara dan studi Pustaka.

2. Matriks Perbandingan

Gagasan tentang kumpulan data dapat diwakili oleh matriks dengan kolom dan baris yang masing-masing berdiri untuk dua dimensi. Prinsip matriks sendiri terdapat pada objek visual yang dibandingkan dengan secara sejajar sehingga akan terlihat perbedaannya (Soewardikoen, 2013:60).

Analisis matriks digunakan pada proses perbandingan objek visual penelitian dengan pesaingnya. Data-data yang dibandingkan antara lain buku dan media sejenis yang serupa mulai dari *ilustrasi*, *karakter*, hingga *konsep* dan hal lain yang menjadi standar unsur *motion graphic* yang baik.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.2 Kerangka Penelitian
(Sumber: Alya' Tsamarah Thahirah, 2023)

1.7 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Menjelaskan faktor sosial yang berpengaruh di sekolah menengah dan memberikan konteks untuk topik yang dibahas. Dari landasan ini, kami mengembangkan hipotesis kami tentang sifat masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan kami untuk desain, strategi kami untuk mengumpulkan dan menganalisis data, dan kerangka kerja desain kami secara keseluruhan. Bab ini diakhiri dengan sinopsis yang merangkum informasi yang disajikan sejauh ini.

BAB II Landasan Teori

Berisi teori-teori sebagai penunjang untuk memecahkan masalah yang telah disampaikan di Bab I. Teori yang akan dicantumkan antara lain teori Media Informasi, *Motion Graphic*, Desain Komunikasi Visual, Prinsip Dasar Desain Bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

BAB III Data dan Analisis Data

Termasuk informasi yang diperoleh melalui wawancara, survei, kuesioner, dan bacaan. Setelah mengumpulkan data (melalui wawancara dan kuesioner), langkah selanjutnya adalah menganalisisnya (menggunakan analisis isi, matriks, dan sejenisnya) dan kemudian membuat kesimpulan.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini menjelaskan tentang konsep dari perancangan media edukasi perilaku konsumtif serta proses perancangan yang akan dicantumkan secara detail dari penjelasan konsep sampai implementasi para media

BAB V PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan untuk penulisan tugas akhir ini dan saran yang dapat melengkapi penelitian agar dapat menjadi lebih baik.