

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jejak digital atau *digital footprint* adalah data yang ditinggalkan oleh pengguna internet saat beraktivitas di ruang digital. Adapun rekaman data yang dilacak bisa berupa aktivitas, tindakan, kontribusi, dan komunikasi digital. Jejak digital dibagi menjadi dua, yaitu jejak digital aktif dan jejak digital pasif. Jejak digital aktif merupakan data yang dibagikan secara sadar atau sengaja, misalnya postingan dan komentar di media sosial, sedangkan jejak digital pasif merupakan data yang ditinggalkan pengguna saat memakai internet, seperti riwayat pencarian dan alamat IP (I Wayan Adi, 2022). Dalam pembahasan ini, perancang akan membahas tentang pentingnya menjaga jejak digital aktif pada sosial media Instagram, terutama bagi mahasiswa Bandung yang sedang membangun *personal branding* untuk menempuh karir. *Personal branding* itu sendiri dapat diartikan sebagai proses pembentukan persepsi positif orang lain terhadap aspek yang dimiliki seseorang sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014).

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Lembaga Kursus dan Pelatihan Kerja Profesional Prasmul Eli, hasil menunjukkan bahwa 90% pemberi kerja mempertimbangkan aktivitas jejak digital pelamar kerja saat merekrut dan 79% SDM telah menolak kandidat berdasarkan penemuan di media sosial (Artikel Prasetya Mulya Executive Learning Institute, 2022). Oleh sebab itu, perlu disadari bahwa pengelolaan jejak digital perlu dipelajari saat membangun *personal branding*. Menurut artikel yang berjudul “Pentingnya *Personal Branding* bagi Mahasiswa”, *personal branding* butuh dimiliki dan dikembangkan oleh mahasiswa karena dapat bermanfaat dalam meningkatkan kredibilitas, rasa percaya diri, dan *networking* (Jamilatul Kamilah dalam Kompasiana.com, 2023).

Pada tahun 2023, mayoritas pengguna sosial media instagram merupakan remaja dan dewasa muda dalam rentang umur 18-24 tahun, seperti mahasiswa dengan persentase (30,8%) (Agnes Z. Yonathan, 2023). Perlu diketahui bahwa

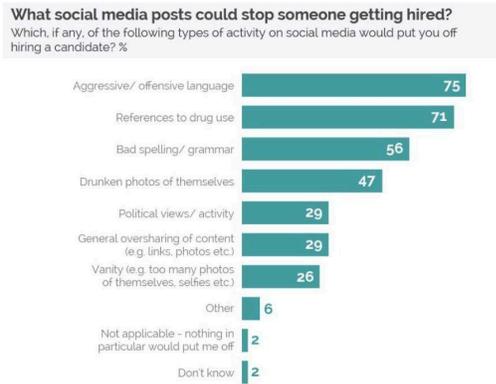
jejak digital di sosial media Instagram menyimpan segala informasi penting tentang pemilik akun, seperti tempat, tanggal lahir, wajah, teman, keluarga, pekerjaan, sekolah, dan sebagainya. Saat seseorang ingin mencari tahu tentang orang lain tanpa berkomunikasi secara langsung, hal ini bisa dilakukan dengan membuka akun sosial media orang yang dicari dan dari situ akan terlihat semua hal yang ingin diketahui termasuk hal-hal privasi.

Hal ini bisa terjadi karena informasi pribadi yang dibagikan melalui sosial media berlebihan dan tidak tepat, atau bisa disebut dengan *oversharing*. Informasi yang dibagikan bisa berupa tentang hubungan, kekayaan, prestasi, perasaan, pendapat, bahkan hal-hal yang tidak patut dibagikan melalui daring. Orang-orang belum sadar bahwa informasi-informasi tersebut bisa menjadi *boomerang* di masa depan. Oleh karena itu, sebaiknya *personal branding* sebagai citra diri yang kita tampilkan pada sosial media itu bersifat positif dan aktif sehingga lebih banyak menarik klien dan menumbuhkan loyalitas (Peter Montoya, 2002).

Pada artikel Voi.id yang berjudul “Ini Bukti Jejak Digital Bisa Pertaruhkan Reputasi dan Karir Anda!” dijelaskan bahwa riset yang dilakukan oleh perusahaan keamanan siber Kaspersky, sepertiga pelamar kerja (30%) mengatakan postingan sosial media telah merusak prospek pekerjaan mereka. Bahkan, lebih dari sepertiga (38%) percaya bahwa kemungkinan menerima tawaran pekerjaan akan menurun jika calon perekrut memiliki akses ke unggahan sosial media pelamar kerja (Tachta Citra Elfira dan Ary Julianto, 2022). Tanpa disadari, jejak digital menjadi pengaruh besar dalam hidup kita, terutama bagi mahasiswa yang akan menempuh karir karena saat ini pelamar kerja dalam beberapa perusahaan akan menjadikan jejak digital sebagai pertimbangan kelayakan pelamar kerja.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan oleh Vita dan Regina yang mendapatkan 200 responden mahasiswa, didapatkan hasil 194 mahasiswa (97%) memiliki akun Instagram, 154 mahasiswa (77%) memiliki akun Facebook, 99 mahasiswa (50%) memiliki akun X, dan 33 mahasiswa (17%) memiliki akun LinkedIn (Vita Monica dan Regina Bella Rosari, 2019). Mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat yang tersebar di seluruh Indonesia. Provinsi

Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak kedua dan Bandung adalah kota yang memiliki mahasiswa terbanyak di Jawa Barat (Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam Citias dan Indri, 2021)



Gambar 1.1 Diagram Batang penelitian Yougov

Sumber: yougov.com, 2017

Dapat dilihat berdasarkan artikel mengenai penelitian yang dilakukan oleh firma riset pasar YouGov pada tahun 2017, terdapat beberapa postingan di sosial media yang dapat membahayakan masa depan, dengan hasil paling tinggi itu postingan berisi hinaan dan agresif (75%), diikuti oleh hal-hal yang cenderung pada penggunaan narkoba (71%), ejaan dan tata bahasa yang buruk (56%), foto sedang mabuk (47%), pandangan dan kegiatan politik (29%), terlalu banyak foto diri sendiri sehingga terlihat angkuh (26%), yang lainnya (6%), tidak ada (2%), dan tidak tahu (2%). Melalui hasil penelitian ini, dapat dipahami bahwa sikap buruk di sosial media bisa menjadi bahan penilaian saat mencari pekerjaan dan membangun karir.

Adapun kasus mengenai kelalaian menjaga jejak digital yang terjadi pada tahun 2020, yaitu kegagalan karir dimana terdapat akun anonim @txtdariibukos yang menyebarkan pengalaman seseorang yang ditolak saat perekrutan karena pernah menuliskan keburukan salah satu karyawan perusahaan tersebut di masa lalu. Hal ini membuktikan bahwa jejak digital yang dikelola dengan baik akan menghindari dari hal-hal negatif yang tidak diinginkan, namun sebaliknya jika jejak digital tidak dikelola dengan baik dan tidak bijak dalam penggunaan sosial

media, maka hal negatif seperti reputasi buruk, penyebaran data pribadi, dan penyalahgunaan data dapat terjadi.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh Mary Madden, Susannah Fox, Aaron Smith, dan Jessica Vitak bersama Pew Internet Project pada tahun 2007 mengenai jejak digital pengguna internet didapatkan hasil 60% pengguna internet tidak khawatir akan informasi yang tersedia tentang diri mereka sendiri di internet. Selain itu, 61% pengguna internet tidak merasa perlu membatasi informasi diri mereka yang tersedia saat mencari nama mereka di internet, sedangkan 38% mengatakan bahwa mereka sudah melakukan pembatasan informasi diri yang tersedia di internet. Melalui hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian orang masih merasa bahwa menjaga jejak digital untuk membatasi informasi diri tidak diperlukan.

Melalui jurnal yang ditulis oleh Ismira Novela Plis, Khairulyadi, Cut Lusi Chairun Nisak pada tahun 2023 yang berjudul *Perilaku Oversharing dan Citra Diri Pengguna Media Sosial* dijelaskan bahwa individu mengandalkan interaksi dengan orang lain sebagai peran penting dalam pembentukan citra diri. Oleh karena itu, dengan fitur-fitur yang Instagram sediakan seperti komentar, *likes*, *followers*, *live*, *feeds*, dan sebagainya bisa membantu individu membentuk identitas di kehidupan sosial sehingga membuat unggahan foto diri, bercerita pengalaman pribadi, dan foto kegiatan sehari-hari dianggap sebagai keperluan pribadi yang harus terpenuhi.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, terdapat ketertarikan yang perancang rasakan saat melakukan observasi, dimana upaya peningkatan kewaspadaan mengenai jejak digital ini sudah dilakukan melalui artikel online dan video singkat di sosial media namun masih tidak dihiraukan, atau bahkan tidak sadar bahwa jejak digital itu bisa membahayakan karir. Setelah melakukan wawancara dengan mahasiswa di Bandung, ada yang sebenarnya sudah sadar mengenai bahaya jejak digital, namun tidak tahu cara mengelola sosial media dengan baik. Mahasiswa dengan rentang umur 18 - 24 tahun termasuk generasi Z. Menurut Survei Internet 2024 oleh APJII, konten internet hiburan yang paling sering dikunjungi oleh generasi Z berupa video *online* dengan persentase (78,35%),

musik *online* (63,23%), game *online* (35,97%), TV berbasis *online* (12,68%), dan radio *online* (2,82%). Afif (2021) menyatakan bahwa “Dengan media animasi diharapkan dapat menjadi media pendidikan yang kreatif bagi anak usia dini dan bagi remaja juga dewasa yang dalam hal ini menjadi objek transfer nilai pendidikan.” Oleh karena itu perancang tertarik untuk membuat pendekatan dengan membuat animasi pendek 2D yang bisa diakses secara *online* untuk mengedukasi orang-orang, terutama mahasiswa mengenai pentingnya menjaga jejak digital.

Dalam pembuatan animasi pendek 2D, perancang bertanggung jawab pada pengerjaan *concept art* karakter yang berfokus pada pembuatan visualisasi desain karakter, *color palette* karakter, dan seluruh elemen yang dapat menghidupkan alur cerita dari animasi pendek yang dibuat. *Concept art* karakter ini menjadi dasar yang inovatif dan kreatif dari perancangan animasi, untuk memvisualisasikan perkembangan dari desain, ide, dan suasana yang dipresentasikan (Shamsuddin, 2014). Selain memudahkan proses pra-produksi dalam pembuatan animasi, *concept art* karakter yang dibuat akan menggambarkan tokoh yang memiliki kedekatan secara emosional dan fisik, terhadap target audiens sehingga dapat menumbuhkan perasaan emosional terhadap karakter yang dibuat, dengan harapan audiens mampu merasakan dan menangkap pesan yang ingin disampaikan kepada mereka mengenai pentingnya menjaga jejak digital.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dipahami masalah yang terjadi dari fenomena tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran dan pengetahuan dalam pengelolaan jejak digital pada sosial media untuk *personal branding* beberapa mahasiswa masih minim.
2. Minimnya upaya serta karya animasi 2D yang dapat meningkatkan kewaspadaan terhadap jejak digital, yaitu hanya berupa artikel *online* dan video singkat di sosial media.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah upaya pembuatan Animasi 2D untuk megedukasi dan meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pengelolaan jejak digital pada sosial media untuk *personal branding* berhasil dilakukan?
2. Bagaimana proses perancangan aset visual berupa *concept art* karakter untuk mendukung proses produksi animasi 2D sebagai media edukasi yang dapat meningkatkan meningkatkan kewaspadaan terhadap jejak digital dalam *personal branding* bagi mahasiswa?

1.4 Ruang Lingkup

1.4.1 Apa

Perancangan *concept art* karakter untuk animasi 2D sebagai media edukasi mengenai pentingnya menjaga rekam jejak digital dalam *personal branding* bagi mahasiswa.

1.4.2 Siapa

Perancangan *concept art* ini ditargetkan pada mahasiswa Bandung dengan kisaran umur 18 - 24 tahun

1.4.3 Dimana

Pengambilan konsep karakter untuk perancangan *concept art* berfokus pada beberapa universitas negeri dan swasta di Kota Bandung, seperti ITB, Telkom University, dan UPI.

1.4.4 Kapan

Perancangan dilakukan dari bulan Oktober 2023 hingga Agustus 2024.

1.4.5 Bagaimana

Perancangan *concept art* karakter yang membahas tentang pengalaman karakter dalam menjalani kehidupannya sebagai mahasiswa yang akan menempuh karir dengan mengangkat tema *slice-of-life*. Fokus cerita diarahkan pada pengelolaan jejak digital pada laman sosial media Instagram karena berdasarkan survei yang dilakukan, Instagram memiliki pengguna terbanyak di kalangan mahasiswa dengan hasil 194 orang dari 200 responden (Vita dan Regina, 2019).

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

1. Untuk megedukasi dan meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pengelolaan jejak digital pada sosial media untuk *personal branding*

melalui pembuatan animasi 2D.

2. Untuk membuat proses perancangan aset visual berupa *concept art* karakter untuk mendukung proses produksi animasi 2D sebagai media edukasi yang dapat meningkatkan kewaspadaan terhadap jejak digital dalam *personal branding* bagi mahasiswa.

1.5.2 Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

Perancangan *concept art* karakter ini diharapkan dapat membantu memberikan wawasan baru sesuai dengan ilmu yang dipelajari di kampus bagi peneliti maupun perancang lain mengenai pengelolaan rekam jejak digital dan *concept art* karakter.

2. Manfaat Praktis

Perancangan *concept art* karakter ini dapat memperlihatkan pesan terkait pentingnya pengelolaan rekam jejak digital melalui media visual *concept art* karakter. Selain itu, perancangan ini dapat dijadikan referensi atau acuan, terutama bagi mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual dengan peminatan Multimedia Animasi.

1.6 Metode Perancangan

Penelitian yang dilakukan dapat dikategorikan sebagai penelitian kualitatif karena analisis data yang dilakukan melibatkan data deskriptif dan referensi gambar untuk mendapatkan informasi secara detail. Penelitian kualitatif memungkinkan perancang untuk memahami objek yang diteliti secara personal sehingga mampu membayangkan pandangan hidup objek terhadap kehidupannya.

1.6.1 Metode Penelitian

Berikut metode penelitian yang digunakan perancang untuk mengumpulkan data:

1. Studi Pustaka

Salah satu metode yang akan digunakan yaitu studi pustaka dengan dilakukan pengumpulan data melalui pencarian data dari buku, jurnal, artikel, sumber internet, atau laporan-laporan yang relevan dengan

pengelolaan jejak digital, psikologis mahasiswa terhadap jejak digital, dan perancangan *concept art* karakter untuk animasi 2D.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data dari fenomena yang diambil, sehingga mampu mendapatkan pembuktian dari pendapat dan keterangan yang dibuat sebelumnya. perancang menjadi pengamat yang aktif terhadap mahasiswa Bandung, dan lingkungan yang ada di lokasi penelitian, yaitu ITB, Telkom University, dan UPI.

3. Wawancara

Dalam metode pengumpulan data, akan dilakukan juga kegiatan wawancara. Kegiatan ini dilakukan dengan narasumber konsultan *training & coaching* dan mahasiswa di Bandung.

4. Dokumentasi

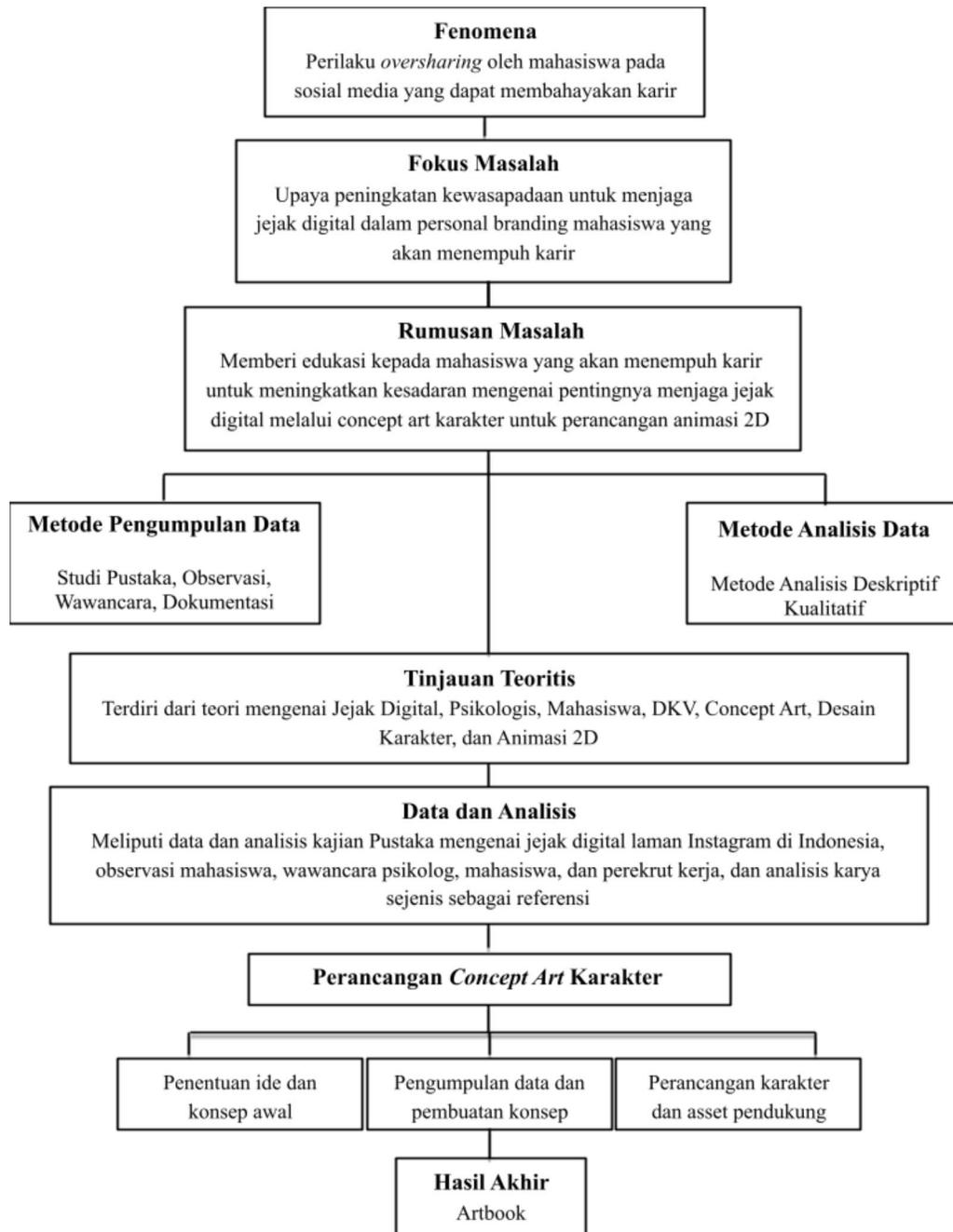
Dokumentasi yang dilakukan mencakup pengumpulan, pemilihan, dan penyimpanan dari data yang diperoleh baik melalui buku maupun video yang memiliki keterkaitan dengan perancangan *concept art character*.

Alasan mengapa perancang memutuskan untuk menggunakan empat metode tersebut karena diperlukan data yang lengkap dan valid agar dapat merumuskan kesimpulan dari data yang sudah dikumpulkan. Selain itu data yang bersifat kualitatif disajikan dalam bentuk narasi dan deskriptif sehingga membantu dalam bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan saat proses perancangan hasil akhir.

1.6.2 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh perancang adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan mengolah data sekaligus menganalisis data kualitatifnya. Hal ini bertujuan agar data yang didapatkan dapat dibuktikan kesesuaiannya dengan sumber literturnya maupun data-data yang lainnya. Data yang dikumpulkan akan diringkas dalam bentuk deskriptif sehingga mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sebelumnya, sehingga dari pengolahan data tersebut akan ditarik menjadi sebuah kesimpulan yang akan membantu dalam proses perancangan *concept art* karakter.

1.7 Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Data pribadi, 2023

1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini, memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat perancangan, metode perancangan, dan kerangka perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini, memuat teori-teori yang dibutuhkan untuk menjelaskan tema dan fenomena yang diambil, seperti teori jejak digital. Beserta teori yang akan membantu dalam perancangan hasil akhir, seperti teori *concept art* dan desain karakter.

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bagian ini, memuat data-data yang mendukung penelitian dan perancangan hasil akhir, yaitu studi pustaka, observasi, wawancara, khalayak sasaran, dan referensi karya sejenis.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Memaparkan dampak yang dapat ditimbulkan bagi mahasiswa jika tidak menjaga rekam jejak digital dengan baik. Dan pada bagian ini juga menjelaskan konsep ide dasar dan proses perancangan berdasarkan data dan analisis yang sudah dibuat dan dikumpulkan.

BAB V PENUTUP