

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumtif merupakan sebuah kebiasaan dalam membeli barang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan yang seringkali dilakukan secara berlebihan. Tindakan ini seringkali diartikan sebagai bentuk hiburan diri, pemenuhan keinginan, dan belanja dengan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Fransisca & Erdiansyah, 2020). Perilaku konsumtif sangat berhubungan dengan perilaku remaja saat ini.

Masa remaja merupakan transisi masa kanak-kanak memasuki masa dewasa (Mulyono, 2021). Masa tersebut diikuti dengan berbagai perkembangan individu, salah satu contohnya yaitu perkembangan emosi dan sosial. Lingkungan remaja berpengaruh dalam perkembangan tersebut. Para remaja cenderung mengikuti penampilan teman sebayanya dan berpenampilan sebaik mungkin agar merasa tidak dikucilkan (Hurlock dikutip dari E. Lestarina et al. 2017;2). Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penampilan remaja yaitu media sosial.

Menurut data “Digital 2024 Indonesia” yang dilansir dari datareportal.com, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139 juta pengguna aktif. Diikuti dengan 126,8 juta pengguna aktif media sosial berusia 18 tahun keatas pada awal tahun 2024. Besarnya penggunaan media sosial pada remaja akhir membutuhkan bimbingan yang tepat agar terhindar dari perilaku negatif. Penggunaan media sosial pada remaja dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Iklan pada media sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja. Menurut Christy (dikutip dari N. Hunafi, et al. 2024) iklan pada media sosial dapat melibatkan perilaku interaktif dan berujung ke pembelian. Hal tersebut disebabkan oleh penyesuaian iklan terhadap preferensi penggunanya, yaitu remaja. Pada pernyataan tersebut, diperlukan penyampaian informasi yang bijak dalam penggunaan media sosial agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Penyampaian informasi sangat tepat menggunakan media visual dikarenakan media ini dapat dinikmati dengan indra pendengar dan penglihatan (Abrilla & Amini, 2021). Terdapat beberapa contoh media visual di era digital ini. Salah satu media visual yang diharapkan efektif dalam penyampaian informasi pada remaja yaitu media animasi.

Menurut Soenyoto (2017), animasi merupakan pertunjukkan objek visual yang menyiratkan suatu ekspresi atau perilaku layaknya aktor atau aktris. Animasi juga merupakan media komunikasi sosial yang memiliki potensi yang besar dalam penyampaian informasi, Harmandito & Ramadhani, 2018 (dikutip dari Putra & Yasa, 2020). Animasi juga membutuhkan desain karakter yang dapat menjadi perantara pengantar pesan atau nilai yang akan disampaikan dalam sebuah animasi (Afif, Nuruddin & Sumarlin, 2025).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami perancangan desain karakter animasi 2D sebagai media informasi mengenai dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja di Bandung. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman terhadap remaja mengenai pentingnya penggunaan media sosial secara bijak demi menghindari perilaku berkegantungan. Menggunakan teknik pembuatan desain karakter dan bentuk objek visual yang baik, desain karakter animasi 2D diharapkan menjadi media penyampaian informasi yang interaktif dan menarik.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah digarap, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja karena paparan iklan pada media sosial tersebut.
2. Diperlukan penyampaian informasi melalui media desain karakter animasi 2D yang dapat menyampaikan informasi mengenai dampak media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja Bandung melalui desain karakter animasi 2D?
2. Bagaimana perancangan desain karakter untuk meningkatkan kesadaran dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja Bandung?

1.4 Ruang Lingkup

Penelitian ini memiliki batasan mengenai perancangan desain karakter animasi 2D untuk penyampaian informasi dampak media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja Bandung.

1. Apa (*What*)
Perancangan desain karakter animasi 2D sebagai penyampaian informasi mengenai dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja.
2. Siapa (*Who*)
Remaja dengan rentang usia 18-21 tahun yang aktif menggunakan media sosial serta menyukai karakter animasi 2D.
3. Dimana (*Where*)
Penelitian dan perancangan akan dilakukan di Kota Bandung serta Universitas Telkom Bandung.
4. Kapan (*When*)
Penelitian ini akan dilaksanakan pada rentang waktu 7 bulan, yaitu Januari 2025 hingga Juli 2025 dari tahap pengumpulan data hingga perancangan desain karakter.
5. Mengapa (*Why*)
Terdapat beberapa urgensi yang diperlukan, sebagai berikut:

- a. Diperlukan media informatif yang dapat meningkatkan kesadaran remaja mengenai dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif.
 - b. Belum adanya desain karakter animasi 2D mengenai dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja.
6. Bagaimana (*How*)
- Merancang desain karakter animasi 2D dengan menggunakan beberapa proses penelitian serta penyesuaian terhadap karakteristik target audiens.

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Untuk memberi informasi mengenai dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja melalui desain karakter animasi.
2. Melakukan perancangan desain karakter animasi 2D untuk animasi 2D sebagai media informasi mengenai dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja Bandung

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang meneliti kondisi objek alamiah dengan peneliti sebagai instrumennya. Metode ini bersifat enterpretif (Sugiyono, 2017;9). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, studi literatur, observasi, dan kuisioner sebagai teknik pengumpulan data kuantitatif untuk mendapatkan data tambahan terhadap fenomena dan target audiens.

1.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara merupakan pertukaran informasi dan ide melalui tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang untuk dapat diambil kesimpulan pada topik tertentu (Sugiyono, 2013). Wawancara juga merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang lebih spesifik dari responden yang lebih sedikit (Sugiyono, 2020). Wawancara pada penelitian ini akan dilakukan terhadap ahli psikologi remaja mengenai perilaku konsumtif.

b. Studi Literatur

Studi literatur atau kepustakaan merupakan kajian teoritis yang berisi tentang nilai, norma, dan budaya yang berkembang pada situasi sekitar penelitian. Data pada teknik pengumpulan data ini diambil dari data yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti seperti pada buku, jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu (Sugiyono (2016:291). Studi literatur pada penelitian ini menggunakan data survei internet, jurnal, dan penelitian terdahulu.

c. Observasi Tidak Langsung

Teknik pengumpulan data observasi merupakan proses pengamatan secara langsung terhadap objek dan lingkungannya dengan membaur dengan lingkungan secara alami guna mengumpulkan data (Creswell pada Sugiyono 2016). Pada penelitian ini, dilakukan observasi secara tidak langsung mengenai target audiens.

d. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan terhadap responden untuk dijawab sebagai sumber data (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data kuisisioner dilakukan untuk mendapatkan data tambahan mengenai pengalaman responden dalam penggunaan media sosial dan kecenderungan berperilaku konsumtif.

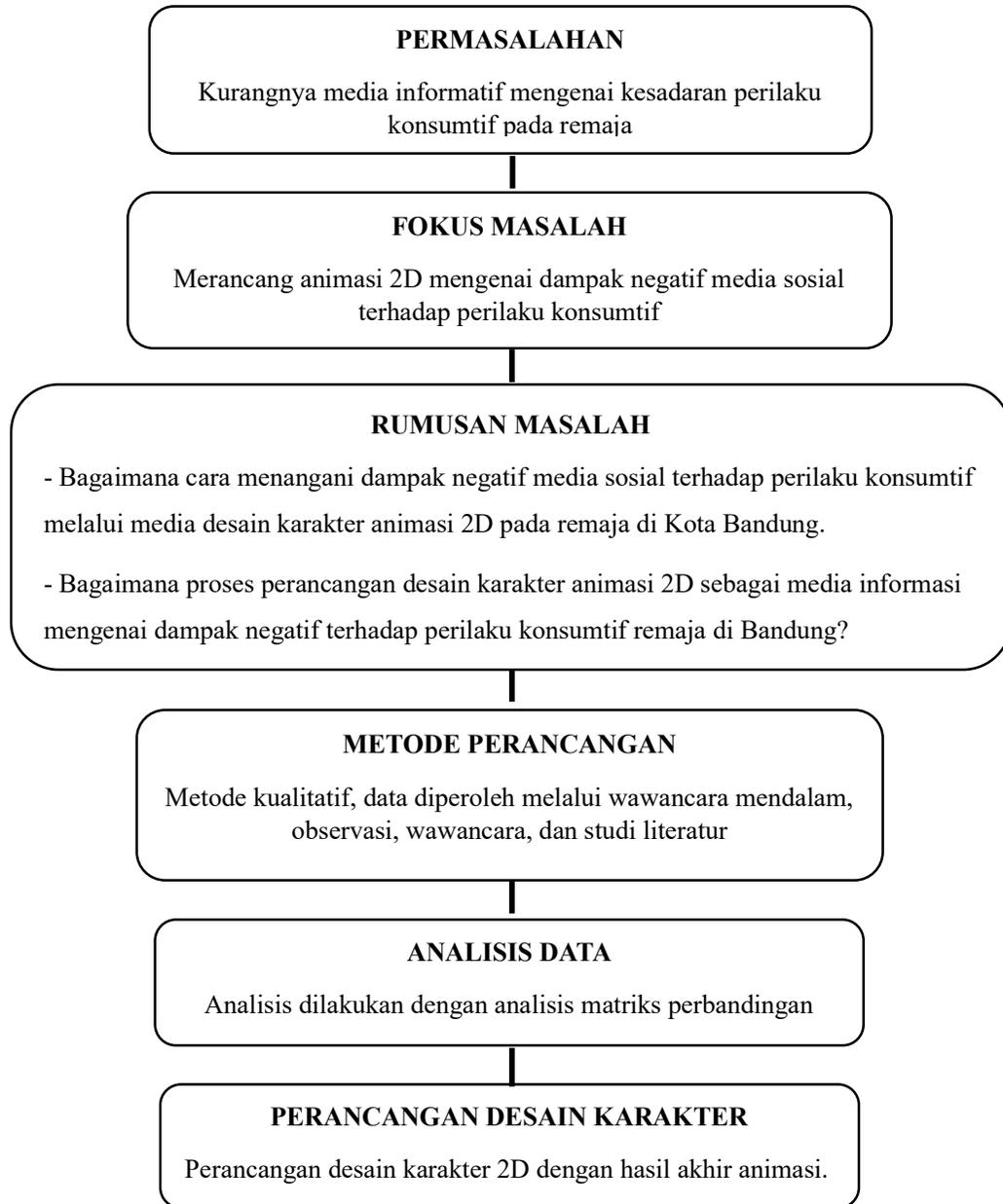
1.6.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif. Data yang didapatkan dari data primer dan sekunder dianalisis dan dideskripsikan secara naratif untuk membuktikan relevansi data dalam membantu visualisasi perancangan desain karakter.

1.6.3 Penyajian Data

Pada tahap penyusunan data, hasil analisis disajikan dengan merangkum serta menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penyajian data informal, yaitu dengan menyampaikan hasil analisis menggunakan bahasa yang lugas dan dapat dipahami tanpa menggunakan simbol atau tanda tertentu. Pendekatan ini berbeda dengan metode penyajian data formal yang lebih mengandalkan simbol atau lambang dalam penyampaian informasi (Sudaryanto, 1993).

1.7 Kerangka Penelitian



Bagan 1. 1 Kerangka Penelitian

1.8 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Bab ini menyajikan gambaran menyeluruh mengenai penelitian yang mencakup latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, serta tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini. Pada bab ini juga dijelaskan metode pengumpulan data kualitatif dengan kuisioner sebagai metode pengumpulan data kuantitatifnya.

BAB II Landasan Teori

Bab ini menyajikan teori-teori yang menjadi landasan pemecahan masalah yang telah diidentifikasi pada bab sebelumnya. Pada bab ini disajikan teori mengenai teori perancangan, terdiri dari teori desain komunikasi visual, animasi, desain karakter, serta teori objek. Bab ini menyampaikan teori perancangan desain karakter animasi 2D sebagai pondasi dalam menyusun penelitian

BAB III Data dan Analisis Data

Bab ini menyajikan data yang sudah diperoleh menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dengan kuisioner sebagai metode pengumpulan data kuantitatif untuk melengkapi data. Metode pengumpulan data tersebut mencakup wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur. Data tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi desain karakter yang cocok pada pengguna media sosial serta kesadaran dampak negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja. Hasil analisis ini digunakan untuk merancang sebuah karakter desain yang sesuai untuk animasi 2D sebagai media informasi penelitian.

BAB IV Konsep dan Perancangan

Pada bab ini menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep cerita, konsep pesan atau cerita, konsep visual, hingga hasil perancangan yang terdiri dari awal perancangan desain karakter sampai perancangan akhir desain karakter untuk animasi 2D “Nu Teu Ereun.”

BAB V Penutup

Bab ini menyajikan kesimpulan yang diambil dari hasil analisis dan perancangan pada bab sebelumnya. Kesimpulan pada penelitian ini dapat menjawab tujuan awal penelitian. Pada bab ini juga terdapat saran dari hasil analisis yang telah dilakukan. Selain itu, saran pada bab ini juga mengandung usulan atau nasihat bagaimana cara merancang desain karakter animasi 2D yang baik dan benar.