

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, sehingga saat ini dunia teknologi informasi berkembang dengan pesat. Informasi tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi, dalam hal ini perkembangan teknologi yang membuat segalanya lebih dinamis dan efisien. Meskipun begitu, penyebaran informasi tidak selalu berdampak positif. Ada dampak negatif yang dapat ditimbulkan akibat penyalahgunaan informasi, salah satunya informasi hoaks.

Salah satu contoh dampak negatif yang ditimbulkan oleh berita hoaks adalah dapat menjadi fitnah dan merugikan orang lain. Salah satu kasus hoaks yang terjadi di Indonesia yaitu, berita hoaks mengenai bakso tikus yang terjadi pada bulan Juli 2019. Dikutip dari *beritasatu.com* bahwa Penjualan bakso Sumber Selera turun 60% akibat hoaks daging tikus.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh *mastel.id* pada tahun 2017, kepada 1.116 responden dalam kurun waktu 48 jam, menyebutkan bahwa sebanyak 92,40 % responden memilih media sosial sebagai saluran penyebaran berita hoaks, diikuti oleh aplikasi chatting 62,80%, situs web 34,90 %, televisi 8,70 %, media cetak 5%, Email 3,10 %, dan radio 1,2 %. Hasil survey juga menyebutkan, bahwa hampir seluruh responden (84,5%) terganggu dengan maraknya hoaks, dan sebanyak 57,70% masyarakat berpendapat salah satu cara yang paling tepat untuk penanggulangan hoaks adalah melalui edukasi. Edukasi penanggulangan hoaks

dapat dilakukan melalui berbagai media. Beberapa contoh media yang dapat digunakan yaitu poster, film, ataupun iklan layanan masyarakat.

Bekerja sama dengan Jakpat Mobile Survey Platform, Dailysocial.id melakukan riset kepada 2032 pengguna *smartphone* di berbagai penjuru Indonesia, tentang sebaran hoaks dan apa yang mereka lakukan saat menerima hoaks. Riset distribusi hoaks oleh Dailysocial.id di media sosial pada tahun 2018 memaparkan, saluran terbanyak penyebar berita bohong dijumpai di media sosial yaitu di laman Facebook sebanyak 81.25%, disusul Whatsapp 56.55%, Instagram 29.48%, Line 11,37%, Twitter 10,38%, Telegram 5,86%, dan Media lainnya sebanyak 1,67%. Hasil survey Dailysocial.id juga menyimpulkan bahwa, 72% responden masih memiliki kecenderungan untuk melanjutkan pesan atau berita yang mereka anggap penting dan kebanyakan dari responden (75%) merasa kesulitan dalam mendeteksi hoaks.

Hasil publikasi “Rencana-Pengembangan-Animasi-Nasional “2015-2019” oleh BEKRAF yang mengatakan bahwa nilai impor industri film, video dan fotografi yang di dalamnya terdapat subsektor animasi terhitung, sebesar Rp24,1 triliun pada 2013. Dengan begitu, industri ini memegang persentase tertinggi di antara industri kreatif lainnya, yaitu sebesar 30,25%. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia lebih banyak mengimpor konten film, video, animasi dan fotografi.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa Indonesia masih belum dapat mencukupi kebutuhan konten film, video, animasi dan fotografi secara mandiri. Di sisi lain, hal tersebut juga membuktikan bahwa kebutuhan dan minat masyarakat akan konten tersebut sangat tinggi.

UU Nomor 33 Tahun 2009 menjelaskan bahwa film adalah sebuah karya seni budaya yang merupakan suatu pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasar atas kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan. Ibiz Fernandes (2002), yang diacu dalam Buchari Z. M., dkk. (2015:2) dalam bukunya yang berjudul “Macromedia Flash Animation & Cartooning: A creative Guide”, animasi adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan. Dari dua pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa film animasi adalah sebuah media komunikasi yang dibuat menggunakan teknik animasi yang dipadukan dengan kaidah sinematografi.

Hasil pengamatan melalui media *online* (YouTube) dan media masa digital lainnya, sudah banyak upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan beberapa masyarakat dalam upaya mengedukasi masyarakat Indonesia tentang permasalahan hoaks. Namun, upaya yang dilakukan masih terbatas pada penggunaan poster dan animasi infografis sebagai media penyampaiannya, yang pada umumnya kontennya terbatas pada penyampaian informasi saja. Sehingga edukasi yang disampaikan hanya dititik beratkan pada pengetahuan terkait hoaks. Sedangkan di sisi lain, menumbuhkan kesadaran dalam masyarakat adalah hal penting dalam edukasi tentang hoaks.

Karena permasalahan tersebut, penulis merasa perlu membuat media yang menarik, mengedukasi dan dapat menyampaikan pesan moral, sehingga dapat menumbuhkan kesadaran dalam masyarakat. Penulis memilih menggunakan film animasi tiga dimensi sebagai medianya, karena media animasi tiga dimensi, dapat menghasilkan visualisasi yang lebih ekspresif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada Latar Belakang Masalah, adapun masalah-masalah yang dapat diidentifikasi seperti berikut, yaitu:

1. Masyarakat merasa terganggu akan adanya berita hoaks.
2. Hoaks dapat menimbulkan fitnah dalam lingkungan masyarakat
3. Banyak dari masyarakat yang kesulitan dalam mendeteksi hoaks.
4. Media sosial merupakan saluran yang dianggap paling banyak digunakan sebagai sarana penyebaran berita hoaks oleh masyarakat.
5. Kurangnya kewaspadaan masyarakat dalam meneruskan berita atau informasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan tidak terlalu luas dan lebih terarah, maka dilakukan pembatasan penelitian terhadap hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian dibatasi dengan memproduksi film animasi tiga dimensi berdurasi 8 sampai 10 menit, yang berisi pesan moral tentang bahaya hoaks.
2. Film animasi tiga dimensi yang diproduksi dibatasi untuk penonton berusia lebih dari 18 tahun, yang pada umumnya gemar menggunakan media sosial dan dinilai mampu memahami alur cerita yang dibuat.
3. Pengujian efektifitas film animasi yang dibuat hanya dilakukan melalui media digital (media sosial dan kanal video YouTube) dengan menggunakan media Google Form untuk pengumpulan data.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ada, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana cara membuat media film animasi tiga dimensi yang dapat menyampaikan pesan moral tentang hoaks dan menarik bagi masyarakat.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk membuat media animasi tiga dimensi yang dapat menyampaikan pesan moral tentang hoaks kepada masyarakat.
2. Untuk mengetahui dan mengukur tingkat keberhasilan penggunaan animasi tiga dimensi yang sudah dibuat, dalam penyampaian pesan moral tentang hoaks.
3. Untuk mengetahui apakah responden merasa tertarik dengan media animasi tiga dimensi yang sudah dibuat.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis:

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan sebagai bahan pertimbangan pemilihan media dalam upaya mengedukasi masyarakat terkait berita hoaks.

2. Manfaat praktis:

- a. Menyediakan media yang menarik dan dapat menyampaikan pesan moral terkait hoaks kepada masyarakat.

- b. Membantu masyarakat agar dapat menumbuhkan kesadaran akan bahaya hoaks.
- c. Memberikan opsi tambahan kepada pemerintah, dalam penggunaan media untuk mengedukasi masyarakat terkait hoaks.

