

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital di era modern telah memberikan dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada perilaku konsumsi media dan hiburan. Salah satu fenomena yang muncul akibat kemajuan teknologi ini adalah maraknya praktik judi online. Berdasarkan data yang disampaikan oleh Menko Polkam Budi Gunawan (2024) dan dilaporkan oleh CNN Indonesia, ada 8,8 juta warga yang tercatat bermain judi online di Indonesia pada tahun 2024, dengan mayoritas pemain berasal dari kalangan anak muda. (CNN Indonesia, 2024) Fenomena ini memprihatinkan karena remaja merupakan kelompok usia yang rentan terhadap pengaruh negatif, seperti ketergantungan, masalah keuangan, dan gangguan psikologis.

Judi online menawarkan kemudahan akses melalui perangkat digital, seperti ponsel pintar dan komputer. Dengan hanya beberapa klik, seseorang dapat terlibat dalam aktivitas perjudian tanpa batasan waktu dan tempat. Faktor-faktor seperti iklan yang menarik, bonus pendaftaran, dan ilusi kemenangan cepat sering kali menjadi pemicu utama yang menarik perhatian remaja. Selain itu, kurangnya edukasi tentang bahaya judi online serta minimnya pengawasan orang tua menjadi faktor pendukung yang memperparah situasi ini. Dalam konteks pencegahan, media visual memiliki peran penting sebagai alat untuk menyampaikan pesan edukatif secara efektif. Desain komunikasi visual, khususnya melalui video kampanye, dapat menjadi media yang menarik perhatian remaja sekaligus memberikan pemahaman mendalam tentang bahaya judi online.

Video kampanye memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan melalui kombinasi elemen visual, audio, dan narasi yang kuat, sehingga mampu menciptakan kesadaran (*awareness*) yang lebih besar di kalangan target audiens. Persepsi terhadap gambar iklan sosial sangat dipengaruhi oleh elemen visual yang digunakan, yang dapat menarik perhatian dan mempengaruhi sikap konsumen

(Sharma et al., 2012). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan elemen visual yang efektif dalam video kampanye dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang isu-isu penting, seperti bahaya judi online, di kalangan remaja.

Selain itu, video pendek di platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts telah terbukti menjadi media yang sangat efektif dalam menarik perhatian audiens, khususnya remaja, karena sifatnya yang cepat dan mudah dicerna. Dodds (2024) dalam artikelnya di Forbes menyatakan bahwa video pendek memiliki kekuatan untuk menangkap perhatian audiens dan meninggalkan kesan yang mendalam, dengan pemanfaatan elemen visual dan narasi yang kreatif. Penelitian menunjukkan bahwa video dengan durasi pendek dapat menciptakan keterlibatan yang lebih besar dibandingkan dengan konten lainnya, karena audiens dapat dengan mudah mengonsumsi dan membagikan konten tersebut. Oleh karena itu, video kampanye tentang bahaya judi online yang disesuaikan dengan format dan audiens platform tersebut memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan video kampanye sebagai media *awareness* pencegahan judi online untuk remaja. Dengan memanfaatkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual, penelitian ini bertujuan untuk menciptakan karya yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan edukatif kepada target audiens. Video kampanye yang dirancang akan berbentuk video berdurasi singkat dengan pendekatan naratif yang emosional, guna membangun kedekatan dengan pengalaman dan perasaan remaja. Gaya visual yang digunakan akan disesuaikan dengan karakteristik media sosial dan kebiasaan konsumsi konten digital oleh remaja, sehingga pesan dapat tersampaikan secara kuat, relevan, dan mudah diingat.

1.2 Identifikasi Masalah

Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu:

1. Remaja mudah terpengaruh oleh judi online karena aksesnya yang mudah dan daya tarik ilusi kemenangan cepat. Pesan yang perlu disampaikan adalah bahaya yang tersembunyi di balik praktik ini.
2. Minimnya edukasi mengenai bahaya judi online dan kurangnya pengawasan orang tua membuat remaja lebih rentan terjerumus. Video kampanye menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan ini, karena format visual dan dinamisnya dapat menarik perhatian remaja dengan cepat, serta menyampaikan informasi edukatif secara singkat dan jelas.

1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu:

1. Bagaimana menyampaikan bahaya judi online kepada remaja, yang rentan terhadap pengaruh negatif akibat kemudahan akses dan daya tarik ilusi kemenangan cepat?
2. Bagaimana menciptakan media komunikasi visual yang efektif, dengan format dan narasi yang menarik perhatian remaja untuk meningkatkan kesadaran mereka terhadap bahaya judi online?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang media kampanye berupa video yang mampu menyampaikan pesan bahaya judi online secara efektif kepada remaja usia 15–21 tahun. Perancangan ini diarahkan untuk menjawab permasalahan terkait bagaimana cara menyampaikan pesan yang tepat kepada remaja yang rentan terpengaruh oleh kemudahan akses dan ilusi kemenangan cepat, serta bagaimana menciptakan media komunikasi visual yang sesuai dengan karakteristik dan ketertarikan remaja saat ini.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Secara Teoritis

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam konteks kampanye sosial dan media edukasi untuk remaja. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik yang membahas efektivitas media visual dalam meningkatkan kesadaran dan membentuk perilaku audiens terhadap isu sosial, seperti pencegahan judi online.

1.5.2 Manfaat bagi Universitas Pembangunan Jaya

Hasil dari perancangan ini dapat menambah portofolio karya ilmiah mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, khususnya dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi salah satu contoh penerapan ilmu akademis dalam menyelesaikan permasalahan sosial di masyarakat melalui pendekatan desain.

1.5.3 Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperdalam pemahaman mengenai strategi desain komunikasi visual yang efektif dalam konteks kampanye sosial. Selain itu, peneliti juga memperoleh pengalaman langsung dalam proses riset terapan, mulai dari analisis masalah, pengembangan konsep, hingga produksi media kampanye.

1.5.4 Manfaat bagi Perusahaan

Perusahaan atau lembaga yang bergerak di bidang edukasi, media, atau sosial kemasyarakatan dapat menggunakan hasil perancangan ini sebagai acuan dalam membuat kampanye pencegahan yang menasar remaja. Selain itu, perancangan ini juga menyediakan rekomendasi media dan platform yang relevan untuk menyampaikan pesan sosial secara efektif kepada target audiens.

1.5.5 Manfaat bagi Pihak Lain

Perancangan ini dapat menjadi panduan bagi para pembuat kampanye, desainer, dan pendidik dalam menyusun strategi komunikasi visual yang menarik

dan edukatif bagi remaja. Selain itu, orang tua, guru, dan masyarakat umum juga dapat memanfaatkan media kampanye ini sebagai bahan edukasi untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya judi online pada generasi muda.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika skripsi ini mencakup struktur dan urutan bab dari pendahuluan hingga penutup, dengan deskripsi singkat untuk masing-masing bab, guna mempermudah pemahaman pembaca. Penulisan tugas akhir ini mengikuti lima bab yang saling terkait, yang disusun secara sistematis untuk memandu pembaca dalam memahami keseluruhan isi skripsi sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

- Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan. Bab ini menjelaskan dasar-dasar yang melatarbelakangi penelitian dan batas lingkup yang menjadi fokus pembahasan.

BAB 2 : TINJAUAN UMUM

Bab ini mencakup kajian literatur dan landasan teori yang relevan dengan penelitian. Dibahas pula konsep-konsep dasar terkait desain komunikasi visual, kampanye, media video pendek, serta studi kasus kampanye serupa yang pernah dilakukasn.

BAB 3 : METODOLOGI DESAIN

Bab ini menguraikan pendekatan dan metode yang digunakan dalam proses perancangan. Termasuk di dalamnya metode pengumpulan data, analisis target audiens, strategi kreatif, dan tahapan dalam pembuatan video kampanye.

BAB 4 : ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan hasil analisis dari data yang diperoleh serta bagaimana konsep kampanye dirancang berdasarkan hasil analisis tersebut. Hasil akhir berupa

video kampanye dan visualisasi lainnya yang relevan juga akan dipaparkan di bab ini.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, serta saran untuk penelitian selanjutnya atau pengembangan kampanye visual yang lebih efektif di masa depan.

