

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Fenomena kesepian, keseorangan, kesunyian, atau kesendirian merupakan respon emosional yang beragam serta biasanya tidak menyenangkan karena terisolasi. Kesepian, seperti yang dijelaskan oleh Halim dan Dariyo (2016), merupakan respon terhadap kurangnya atau hilangnya hubungan intim. Menurut Gierveld dkk. (2006, dikutip dalam Dini & Indrajati, 2014), kesepian mengacu pada keadaan di mana individu merasakan interaksi mereka kurang menyenangkan dan tidak memenuhi tingkat penerimaan yang diinginkan. Bahkan menurut survey yang dilakukan oleh Health Collaborative Center yang di lansir melalui databoks.katadata.co.id sebanyak 44% warga Jaboretabek mengalami kesepian. Hal ini bisa menyebabkan kecemasan yang berlebihan, dan hingga mengalami depresi

Depresi yang di alami dikarenakan kesepian. Dapat membuat orang-orang melakukan berbagai macam cara agar bisa terhindar dari kesepian. Salah satu nya adalah menggunakan aplikasi pencarian teman atau pasangan. Tinder yang menjadi salah satu platform pencari teman atau pasangan yang paling dominan terbukti dari jumlah pengunduhannya sebanyak 64 juta kali pada tahun 2022. Sementara para pesaing nya hanya mendapatkan angka 24 juta pengunduhan.

Tinder adalah aplikasi pencari teman atau pasangan dengan pengunduhan terbanyak di dunia. Berdasarkan survei yang di lakukan oleh Yolanda Natasia Letare pada tahun 2022 dalam jurnal *“Pengaruh Perilaku Menyimpang Pengguna Tinder Terhadap Citra Aplikasi Kencan Tinder”* di antara 100 responden, 83% berada di rentang usia 20-25 tahun, 15% berada di 26-30 tahun, dan 2% berada di 31-35 tahun. Menurut data dari databoks.katadata.co.id, proporsi terbesar pengguna Tinder (35%) berada pada rentang usia 18-24 tahun. Selain itu, 25% pengguna berada pada rentang usia 25-34 tahun, sementara hanya 8% yang berada pada kelompok usia 45-54 tahun. Sehingga diproyeksikan bahwa mayoritas pengguna aplikasi Tinder di tahun 2022 akan menjadi bagian dari Generasi Z, yang mencakup mereka yang lahir antara tahun 1997 dan 2012.

Namun di balik pengunduhan terbanyak di dunia. Aplikasi Tinder mengalami banyak problematik. Dilansir dari survei yang dilakukan Populix melalui Databoks.katadata.co.id. pada tahun 2024 dari 732 responden, 409 nya pernah mengalami pengalaman negatif. Dinaratanya ada: 71% tertipu dengan profil palsu, 52% Kata kata tidak sopan atau kasar, 30% mengalami pelecehan seksual, 23% korban perselingkuhan, 22% penipuan uang, 21%

penguntitan dunia maya, 21% penyebaran informasi pribadi. Dapat di simpulkan bahwa dari 409 responden pernah mengalami lebih dari 1 pengalaman negatif.

Hal ini bisa didukung dengan hasil wawancara salah satu korban pelecehan seksual yang ber inisial Eka, Eka mengalami pengalaman negatif berupa pelecehan seksual dengan cara ada seorang lelaki yang match dengan dia, lalu lelaki ini mengirimkan gambar kelamin dia, kepada eka. Hal ini membuat eka merasa jijik dan enggan untuk bermain tinder dalam waktu yang agak lama. Hal ini membuat eka merasa malas jika membalas chat di dalam aplikasi tinder. Eka juga sudah melakukan report dan block kepada pelaku.

Hal ini bisa terjadi karena banyaknya para pengguna yang tidak mengetahui mengenai *Safety Tool Kit* dari tinder kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Tinder. Hal ini dapat dilihat dari *Safety Tool Kit* yang masih menggunakan Bahasa Inggris, dan hanya dapat di temui di website Tinder. Mengakibatkan para pengguna mulai beralih menggunakan aplikasi lain. Hal ini menjadi masalah baru bagi Tinder.

Safety Tool Kit Tinder adalah sistem keamanan pencegah pengalaman negatif dari Tinder untuk para pengguna. Safety Tool kit Tinder dapat mengidentifikasi kemungkinan adanya penipuan, pelecehan, ataupun pengalaman negatif lainnya. Namun Safety tool kit tidak akan berfungsi secara sepenuhnya jika jarang adanya pengguna Tinder yang tidak melakukan report terhadap pengguna yang melakukan pelanggaran. Tinder juga berkerja sama dengan Garbo dalam pengembangan Safety Tool kit ini. Garbo adalah Situs keamanan untuk mengidentifikasi apakah pengguna memiliki catatan criminal.

Safety tool kit dari Tinder memang masih memiliki kekurangan, maka dari itu tinder melakukan upaya lain yaitu membuat sebuah film documenter yang di bantu oleh Netflix berjudul "The Tinder Swindler". Namun dikarenakan ini adalah sebuah film documenter yang berdurasi 1jam 56 menit. Dan promosi yang dilakukan Netflix bisa di kategorikan kurang, hal ini bisa di lihat dari jumlah view triler yang hanya mencapai 65k view di Youtube.

Hal ini bisa di bandingkan dengan trailer film documenter lainnya, yang sama sama di produksi oleh Netflix. Film dengan judul The Social Dilema yang di garap oleh Netflix mendapatkan view pada triler nya sebanyak 11M. Ice cold: Murder, Coffe and Jessica Wongso mendapatkan jumlah view sebanyak 44 M, dsb. Dimana rata-rata jumlah view fil documenter yang di rilis oleh netfilx mendapatkan 1 juta View

Tinder juga melakukan upaya lain mengenai pencegahan penipuan yang dikemas melalui video dan foto dalam 2 postingan yang berbeda dalam akun Instagram Tinder Indonesia, namun dari 18.400 follower postingan tersebut hanya mendapatkan 28 dan 17 like.

Banyaknya kasus penipuan dalam penggunaan aplikasi tinder memang sudah banyak dilakukan penelitian, seperti penelitian yang ditulis oleh Iftitah Maghfirah Haeruddin dengan judul “*Pertanggungjawaban Pidana Pelaku Pidana Penipuan Di Aplikasi Kencan Tinder*” Pada tahun 2021 yang membahas mengenai pertanggungjawaban tinder terhadap pelaku pidana. Namun belum saya temukan penelitian mengenai keamanan dan kenyamanan aplikasi Tinder.

Dari permasalahan yang sudah dijelaskan maka pada perancangan ini dibuat perancangan TVC aplikasi tinder mengenai keamanan dan kenyamanan Pengguna untuk meningkatkan rasa aman para pengguna dalam mencari pasangan di aplikasi Tinder

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Kurangnya sosialisasi dari pihak Tinder mengenai Safety Tool Kit. Membuat pengguna tidak tahu bagaimana cara mengantisipasi pengalaman negatif
2. Perancangan iklan TVC mengenai Keamanan dan Kenyamanan Aplikasi Tinder kepada Generasi Z

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan Identifikasi masalah di atas maka penulis dapat merumuskan permasalahan ini sebagai berikut :

Bagaimana merancang pesan komunikasi

1. Bagaimana strategi perancangan pesan TVC dalam menyampaikan *Safety Tool Kit* aplikasi tinder untuk Generasi Z
2. Bagaimana merancang visualisasi dan media kreatif dalam bentuk TVC untuk menyampaikan *Safety Tool Kit* aplikasi tinder untuk Generasi Z

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini mencakup bidang Desain Komunikasi Visual dengan fokus pada Advertising. Laporan ini berfokus pada sosialisasi Safety Tool Kit aplikasi Tinder untuk Generasi Z

Berikut adalah uraian ruang lingkup penelitian dalam bentuk 5W+1H:

A. Apa (What)

Perancangan iklan TVC Aplikasi Tinder Mengenai Keamanan dan Kenyamanan pengguna

B. Siapa (Who)

Target market dari perancangan TVC ini adalah generasi Z berdasarkan pada data pengguna. yang merujuk pada para pengguna tinder dan juga para Masyarakat yang takut untuk menggunakan tinder

C. Kapan (When)

Penelitian Laporan ini di buat pada bulan Februari 2024 Hingga selesai laporan ini di buat

D. Dimana (Where)

Pengumpulan data akan dilakukan dengan melalui Goggle Form dari 2 sisi, dimana sisi 1 adalah sisi loyal terhadap tinder dan sisi lain adalah sisi takut terhadap Tinder. Dan akan dilakukanya wawancara terhadap pihak tinder atau dengan target market dari penelitian ini

E. Kenapa (Why)

Membantu untuk pengguna Tinder merasa aman dan nyaman dalam melakukan pencarian teman/pasangan. Adanya penelitian ini juga menjadi solusi untuk para Masyarakat yang belum menggunakan tinder dikarenakan ada rasa ketakutan akan perlakuan negatif

F. Bagaimana (How)

Dengan merancang TVC yang berdasarkan Safety Tool Kit dari pihak Tinder yang berkonsep sketsa dengan komedi

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang telah di identifikasi maka tujuan peneltian ini sebagai berikut:

1. Terancang strategi pesan kreatif TVC dalam menyampaikan *Safety Tool Kit* aplikasi tinder untuk Generasi Z
2. Terancang visualisasi dan media kreatif TVC dalam menyampaikan *Safety Tool Kit* aplikasi tinder untuk Generasi Z

1.6 Manfaat Perancangan

Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat memberi manfaat diantaranya:

1. Bagi Mahasiswa
Mendapatkan pemahaman mendalam tentang perancangan iklan TVC kreatif yang bisa menyelesaikan permasalahan melalui kurang nya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak brand kepada masyarakat. Menjadi lebih menarik
2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya perancangan iklan TVC ini, menjadi salah satu solusi akan pengalaman negatif yang di alami oleh pengguna yang sebenarnya sudah diantisipasi oleh pihak Tinder melalui Safety Tool Kit mereka

3. Bagi Pengguna

Memberikan Informasi terhadap Keamanan dan kenyamanan pengguna yang sudah diantisipasi oleh pihak Tinder yang ternyata peduli akan pengalaman pengguna. dan juga memberikan tanda-tanda akan pelaku yang ingin melakukan penipuan dsb.

1.7 Pengumpulan Data dan Analisis Data

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan data yang di peroleh dari sumber eksternal. Dengan metode observasi metode wawancara, kuisisioner, dan Studi Pustaka

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

a. Studi pustaka

Menurut Sarwono, studi literatur mencakup kegiatan membaca berbagai buku atau referensi. Berusaha memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai suatu topik atau konsep. Materi yang dibaca disesuaikan dengan konsep yang dibahas. Studi pustaka dalam penelitian ini yaitu menghimpun informasi serta teori-teori yang berkaitan dengan pokok pembahasan ini.

b. Wawancara

Kriyantono (2020, p. 289) mendefinisikan wawancara dalam penelitian kualitatif sebagai wawancara mendalam atau intensif, yang biasanya tidak terstruktur. Melakukan wawancara dalam penelitian kualitatif. Berusaha untuk memperoleh data kualitatif yang lebih komprehensif. Selama tahap penggalian data dalam riset ini. Wawancara yang diterapkan adalah wawancara tatap muka dengan satu responden untuk memperoleh data yang tepat.

- 2 orang korban pengguna aplikasi, yang mendapatkan pengalaman negatif.

c. Observasi

Observasi, seperti yang didefinisikan oleh Morissan (2017.143), merupakan kegiatan manusia yang mendayagunakan panca indera sebagai alat bantu utamanya untuk mengumpulkan informasi. Observasi mengacu pada kemampuan seseorang untuk mempergunakan panca indera mereka untuk melakukan pengamatan. Di sini, panca indera dimanfaatkan untuk melihat dan mencatat gejala-gejala yang diamati. Data yang diamati didokumentasikan dan dievaluasi. Dalam skenario ini, observasi digunakan untuk mengumpulkan data

mengenai prevalensi aktivitas penipuan di antara pengguna, serta untuk mengamati perilaku pengguna dan kejadian buruk yang muncul selama penggunaan Tinder.

d. Kuisisioner

Dalam perancangan ini kuisisioner sebanyak 100 responden dengan range usia 18-45 tahun. dibutuhkan untuk mengumpulkan data dari 2 sisi yang berbeda yaitu sisi pengguna yang loyal terhadap tinder dan juga sisi Masyarakat yang takut akan penggunaan tinder. Kuisisioner, seperti yang didefinisikan oleh Sugiyono (2017: 142), merupakan strategi penghimpunan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

1.7.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode AISAS, SWOT, dan AOI

a. AISAS

Sugiyama dan Andree (2019: 79) melakukan penelitian. AISAS merupakan formula yang dirancang untuk mengadopsi metodologi yang efisien. Dengan memeriksa kemajuan teknis yang spesifik, kita dapat menganalisis perubahan perilaku yang terjadi dalam populasi target. AISAS pertama kali diluncurkan oleh Dentsu pada tahun 2004, yang mewakili tahapan Attention, Interest, Search, Action, dan Share.

b. SWOT

Analisis data SWOT dilakukan dalam perancangan ini. Dengan menganalisis Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Oportunities (peluang), dan Threats (ancaman) (Ahmad,2020:57).

c. Matriks

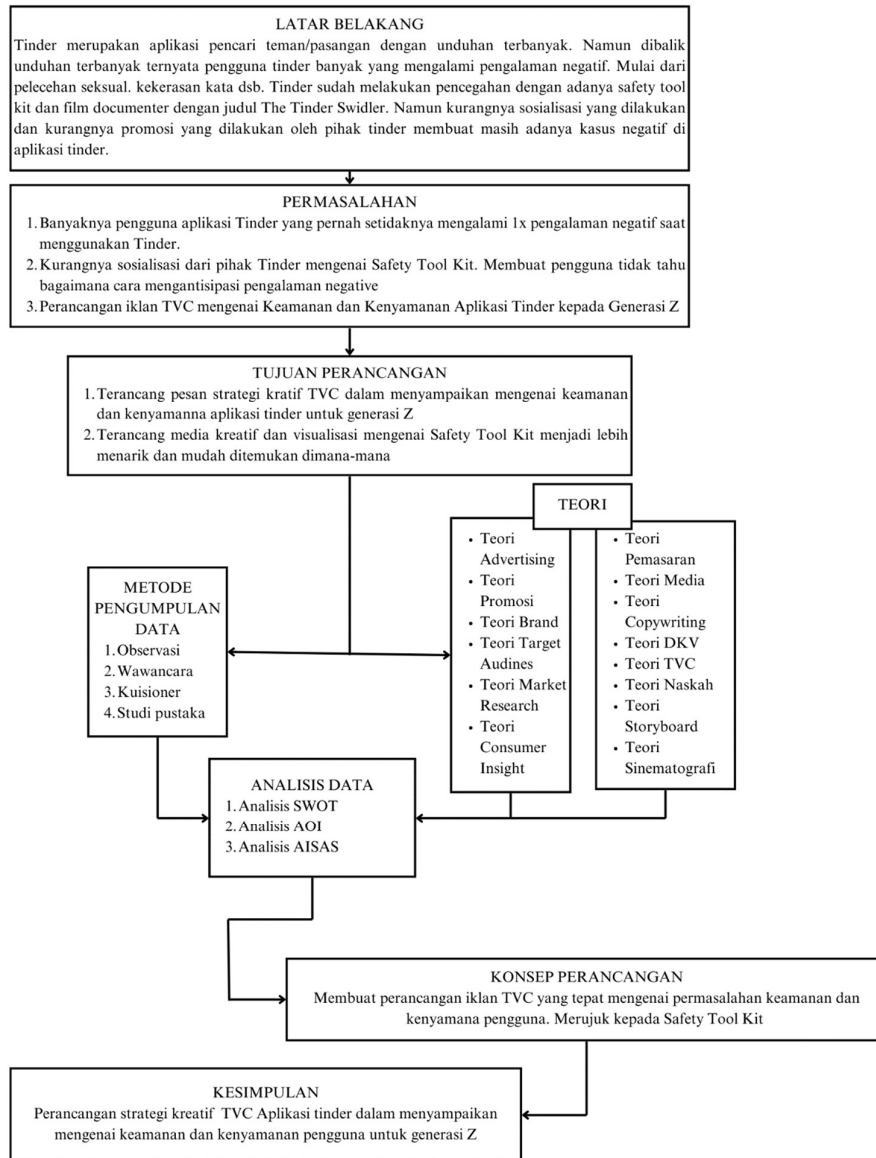
Tujuan dari matriks adalah untuk mempermudah perbandingan antara pesaing. Matriks terdiri dari 2 kolom dan baris mewakili dimensi yang berbeda agar memudahkan membandingkan data dan kesimpulan. Pada dasarnya Analisa matriks atau perbandingan dengan Menyusun sejajar (Soewardikoen 2021:111)

d. AOI

Konsumen dengan berbagai sikap, sistem kepercayaan, keyakinan motivasi, dan minat dapat membuat keputusan yang berbeda. Metode AOI digunakan

dalam perancangan ini untuk bisa menganalisis sisi Psikografis dari target. AOI terdiri dari Activity (kegiatan), Opinions (pendapat), dan Interest (preferensi).

1.8 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Bagan Kerangka Penelitian

Sumber: Penulis 2024

1.9 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai gambaran umum permasalahan yang meliputi pengalaman negatif yang dialami oleh para pengguna tinder. Kekurangan tinder dalam melakukan sosialisasi safety Tool Kit, dan kurangnya promosi Netflix dalam film “The Tinder Swidler”. Memberikan gambaran mengenai ruang lingkup perancangan ini yang lebih mengerucut kepada keilmuan Desain Komunikasi Visual. Memberikan manfaat perancangan ini kepada Mahasiswa, Perusahaan, dan Pengguna. Mendeskripsikan prosedur yang dipergunakan untuk memperoleh data, termasuk tinjauan literatur, kuesioner, wawancara, serta observasi. Menjelaskan teknik analisis data yang dipergunakan dalam pendekatan AISAS, SWOT, dan AOI.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan Teori-teori sebagai landasan atau dasar pemikiran yang digunakan dalam perancangan ini. Teori-teori yang digunakan diantaranya: Teori TVC, Teori Perancangan, Teori Advertising. Teori Desain Komunikasi Visual, Teori media.

BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEY Dan ANALISIS

Menguraikan, menganalisis, dan menarik kesimpulan pada hasil analisis, survey, wawancara, dan Studi Pustaka yang dilakukan mengenai perancangan

BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN

Berisikan penjelasan tentang hasil perancangan yang sudah dibuat, menjelaskan mengenai Strategi komunikasi, strategi pesan, media visual, dan Big idea dalam perancangan TVC mengenai Keamanan dan Kenyamanan pengguna aplikasi Tinder

BAB V PENUTUP

Berisikan Kesimpulan dari hasil perancangan yang sudah dilakukan berdasarkan data yang sudah dikumpulkan, dan saran agar perancangan ini lebih baik.