

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi baru bernama *deepfake* masih cukup asing ditelinga masyarakat Kota Bandung. Kemunculannya di tahun 2017 pertama kali lewat situs Reddit dengan nama akun "*Deepfakes*", akun tersebut mengunggah potongan klip porno yang diciptakan oleh *deepfake*. *Deepfake* adalah istilah yang merujuk pada algoritma yang memungkinkan pengguna untuk mengganti wajah satu aktor dalam sebuah video dengan wajah aktor lain dengan hasil yang sangat realistis (Koopman, Rodriguez, & Geradts, 2020). Penggunaan teknologi *deepfake* telah menimbulkan kekhawatiran terkait dengan privasi, keamanan, dan integritas informasi dalam penyebaran *deepfake* yang tidak terkendali meliputi penipuan memalsukan informasi dan pencemaran nama baik dengan penyebaran hoaks, merusak citra dengan menampilkan individu dengan situasi yang tidak benar, pelecehan privasi dengan memproduksi konten pornografi palsu, manipulasi opini publik dengan penyebaran konten manipulatif yang mempengaruhi opini publik, juga ancaman keamanan nasional dengan menyebarkan disinformasi yang merugikan keamanan nasional.

Berdasarkan laporan Home Security Heroes selama tahun 2023, video *deepfake* yang tersebar secara global mencapai 95.820 video dengan peningkatan 550 persen dari tahun 2019 (Heriani, 2023). Para ahli di Kaspersky bahkan telah menyelidiki forum *darknet* untuk memahami cara kerja industri *deepfake* pada forum tersebut. Hasil menunjukkan adanya permintaan yang signifikan untuk *deepfake*, yang bahkan melebihi jumlah pasokan yang ada. *Darknet* menawarkan jasa pembuat *deepfake* dengan kualitas tinggi. Biayanya mulai dari 300 *US dollar* hingga 20.000 *US dollar* per menit tergantung kerumitan. Dalam beberapa kasus,

mereka meminta *deepfake* yang ditujukan pada target tertentu, seperti selebritas atau tokoh publik.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di atas, penyebab semakin tingginya penyebaran *deepfake* adalah permintaan jasa *deepfake* yang meningkat dan kemudahan dalam menciptakan sebuah konten *deepfake* yang semakin marak dilakukan melalui website juga aplikasi. Selain itu, kurangnya pengetahuan masyarakat Kota Bandung yang masih kurang teredukasi akan masalah ini, yang di khawatirkan dapat meningkatkan potensi kejahatan semakin meluas seperti penipuan, pencemaran nama baik, pelecehan privasi dan lain-lain yang menargetkan orang-orang yang belum mengenal apa itu *deepfake*. Terbukti pada hasil kuisioner yang penulis buat mengenai pengetahuan tentang *deepfake* terdapat 43,4% dari total 106 responden yang belum pernah mendengar istilah *deepfake* dan 79,2% dari 106 responden belum pernah menemukan edukasi tentang *deepfake* dalam bentuk video. Masalah lain terkait *deepfake* di Indonesia masih sering terjadi karena belum adanya regulasi yang mengatur khusus menyangkut penyalahgunaan teknologi *deepfake* atau kecerdasan buatan (AI). Hal ini membuat perlindungan hukum terhadap *deepfake* tidak optimal, dan memungkinkan masalah ini untuk semakin meningkat. Maka dari itu, penulis ingin merancang sebuah *public service announcement* mengenai edukasi tentang *deepfake* kepada masyarakat Kota Bandung.

Sebagaimana dengan pengertiannya, *public service announcement* merupakan suatu cara untuk menyampaikan pesan sosial yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berbagai masalah yang perlu dihadapi, termasuk kondisi yang dapat mengancam keserasian dan kehidupan secara umum. Tujuan utama pembuatan PSA adalah untuk menyampaikan pesan yang bersifat mendidik, menyadarkan, atau memberikan informasi kepada masyarakat tentang isu-isu penting atau relevan yang mengedepankan keuntungan sosial bukan keuntungan ekonomi (Pujiyanto, 2013). Berbeda dengan iklan layanan masyarakat, PSA tidak menjual produk layanan, tetapi menjual suatu tujuan. Biasanya PSA

disiarkan tanpa biaya oleh media massa atau organisasi tertentu sebagai kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat.

Ada beberapa jenis PSA yang efektif. Salah satunya adalah PSA informasi dan naratif. PSA informasi dan naratif mengacu pada jenis video PSA yang paling umum diproduksi. Jenis ini dirasa benar-benar efektif jika diperlukan menguraikan masalah dan solusi atau menceritakan sebuah cerita kepada audiens yang mungkin banyak yang tidak sadar. Jenis PSA ini mungkin memiliki kreativitas yang kurang, namun memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi. Dengan itu, PSA yang perancang buat akan menggunakan jenis PSA informasi.

Pada dasarnya, untuk membuat sebuah *announcement* yang dapat menyampaikan pesan dengan baik, tentunya peran penting seorang sutradara sangatlah dibutuhkan. Sutradara adalah pemimpin utama, juga bisa disebut sebagai komandan, yang artinya ia bertanggung jawab sepenuhnya dalam proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. (Notosusanto, 2014). Pada tahapan pra-produksi, sutradara melakukan riset dan mengumpulkan data seputar fenomena yang diambil, membentuk tim dan krew, menulis skenario, mencari dan menentukan lokasi produksi, membuat perencanaan *shot/bloking*, pemilihan aktor, dan latihan/*rehearseal*. Lalu tahap produksi, sutradara membantu mengarahkan penata kamera dalam pengambilan *shot*, mengarahkan aktor, mengambil segala bentuk keputusan dilapangan dan melakukan evaluasi akhir. Terakhir tahap pasca produksi, sutradara membantu mengarahkan editor saat proses editing, seperti menerapkan *colorgrading*, *sfx*, *motion*, *effect*, lalu melakukan evaluasi akhir. Dengan dibuatnya PSA ini, perancang sebagai sutradara akan membantu memperkenalkan masalah ini kepada masyarakat Kota Bandung dengan teknik penyutradaraan dan konsep yang baik agar pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat mudah untuk dipahami dan berhasil mengikutinya.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi masalah-masalah yang terdapat sebagai berikut:

1. Masih banyaknya masyarakat Kota Bandung yang belum mengetahui tentang *deepfake*
2. Ketidaktahuannya masyarakat terhadap foto, video, maupun audio manipulasi yang ada di media sosial
3. Masyarakat masih belum bisa membedakan konten *deepfake* dengan aslinya
4. Kemampuan manipulasi video, gambar, dan audio yang sangat realistis pada konten *deepfake* banyak disalahgunakan oknum tak bertanggung jawab
5. Kurangnya video pendek *Public service announcement* yang membahas tentang *deepfake*

1.3 Rumusan masalah

1. Bagaimana mengedukasi masyarakat Kota Bandung terutama remaja tentang *deepfake* ?
2. Bagaimana penyutradaraan video pendek PSA dalam memberikan edukasi tentang *deepfake* kepada masyarakat Kota Bandung?

1.4 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah dijabarkan, tersusunlah ruang lingkup yang lebih spesifik dalam proses perancangan. Batasan masalah yang dimaksud sebagai berikut:

1. **Apa**
Perancangan video pendek *Public service announcement* tentang konten *deepfake* kepada masyarakat Kota Bandung
2. **Kenapa**
Banyaknya masyarakat Kota Bandung yang masih kurang edukasi tentang konten *deepfake*
3. **Siapa**
Target audiens : Masyarakat Kota Bandung, usia 18-24 tahun. Khususnya masyarakat yang belum mengetahui tentang konten *deepfake*.
4. **Dimana**
Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung. Proses syuting dilakukan di apartement ciumbeuleuit
5. **Kapan**
Video pendek *Public service announcement* dirancang pada bulan agustus 2023, dilakukan produksi pada bulan juni 2024, dan direncanakan tayang pada bulan agustus tahun 2024.
6. **Bagaimana**
Penulis mengambil posisi sebagai Sutradara, menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam mengumpulkan data seputar fenomena dan cara penyutradaraan melalui observasi, studi pustaka, kuisioner dan beberapa riset melalui internet.

1.5 Tujuan perancangan

- A. Untuk mengedukasi masyarakat Kota Bandung terutama remaja tentang mengenali konten *deepfake*
- B. Memberikan pemahaman dalam penyutradaraan video pendek *Public service announcement* tentang *deepfake* sebagai media edukasi dan informasi kepada masyarakat Kota Bandung.

1.6 Manfaat perancangan

1.6.1 Manfaat teoritis

Manfaat Teoritis pada penelitian ini adalah memberikan bukti atau argumen yang mendukung terhadap pemahaman yang mendalam terkait teknologi *deepfake*. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan lebih mendalam maupun sebagai rekomendasi atau panduan dalam pembuatan video pendek PSA tentang *deepfake* dan gambaran penyutradaraan sebuah video pendek tentang *deepfake* lainnya.

1.6.2 Manfaat praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah memberikan solusi pada masalah yang ada. Meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat melalui skrip yang dibuat berdasarkan data dan fakta yang ada. Sebagai sutradara, dalam penelitian ini yang dapat merubah perilaku masyarakat dan memberikan informasi yang bersifat mendidik. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi lembaga atau organisasi yang ingin menggunakan PSA sebagai media untuk mengedukasi masyarakat tentang *deepfake*

1.7 Metode Perancangan

Perancang melakukan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif memfokuskan pada proses memahami fenomena-fenomena manusia maupun sosial, yang dapat menghasilkan gambaran yang mendalam dan kompleks melalui kata-kata, melaporkan perspektif rinci yang diperoleh dari informan, dan dilakukan dalam konteks yang alami (Walidin, Saifullah, & Tabrani, 2015). Sedangkan kuantitatif mengandalkan pengumpulan dan analisis data yang dapat diukur secara statistik, dengan tujuan untuk menggeneralisasi temuan dari sampel ke populasi yang lebih luas. Metode kualitatif yang digunakan melibatkan observasi, studi pustaka, dan metode kuantitatif yang melibatkan kuisioner untuk data pendukung dan memperkuat data kualitatif. Dalam konteks penelitian ini, penulis mengamati segala platform sosial media yang ada untuk melihat apa saja yang terjadi yang berkaitan dengan fenomena. Selain itu, penulis mencari data melalui studi pustaka untuk mendapatkan data yang relevan, dan kuisioner untuk mendapatkan data berupa opini masyarakat dan mendapatkan khalayak sasaran serta menganalisis karya sejenis.

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

1.7.1.1 Metode Kualitatif

Metode pengumpulan data pada penelitian kualitatif, perancang menggunakan observasi dan studi pustaka tanpa wawancara. Penelitian kualitatif memiliki kebebasan untuk memilih berbagai strategi pengumpulan data. Wawancara merupakan salah satu metode, tetapi tidak selalu diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian (Creswell, 2012).

A. Observasi

Observasi dilakukan melalui media digital dan tidak terlibat langsung ke lapangan. Penulis melakukan pengamatan mengenai topik yang terkait mulai dari mencari cara pembuatan konten *deepfake* dan media mana saja yang banyak terdapat konten *deepfake*.

B. Studi Pustaka

Teknik studi pustaka mencakup pengumpulan data atau dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian melalui pengumpulan, penelaahan, dan analisis referensi atau sumber-sumber yang berasal dari artikel, buku, dokumen, jurnal, dan sumber informasi lainnya yang relevan dengan topik atau judul yang akan diteliti.

1.7.1.2 Metode Kuantitatif

A. Kuisisioner

Kuisisioner bertujuan untuk mendapatkan data mengenai khalayak sasaran dan mencari tahu tentang pemahaman masyarakat mengenai topik dan pengetahuan apa yang belum diperoleh masyarakat mengenai topik tersebut. Kuisisioner yang perancang lakukan melalui google form yang disebar kan secara online.

1.7.2 Analisis data

Alat analisis data yang akan digunakan adalah analisis tematik, deskriptif dan analisis karya sejenis.

1.7.2.1 Analisis Tematik

Analisis tematik merupakan metode untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menyajikan pola-pola yang muncul dalam data, sehingga peneliti dapat memahami arti dari fenomena yang sedang

diteliti (Sukmadinata, 2010). Metode ini juga cocok untuk menganalisis data kualitatif. Metode ini digunakan untuk menganalisis data observasi.

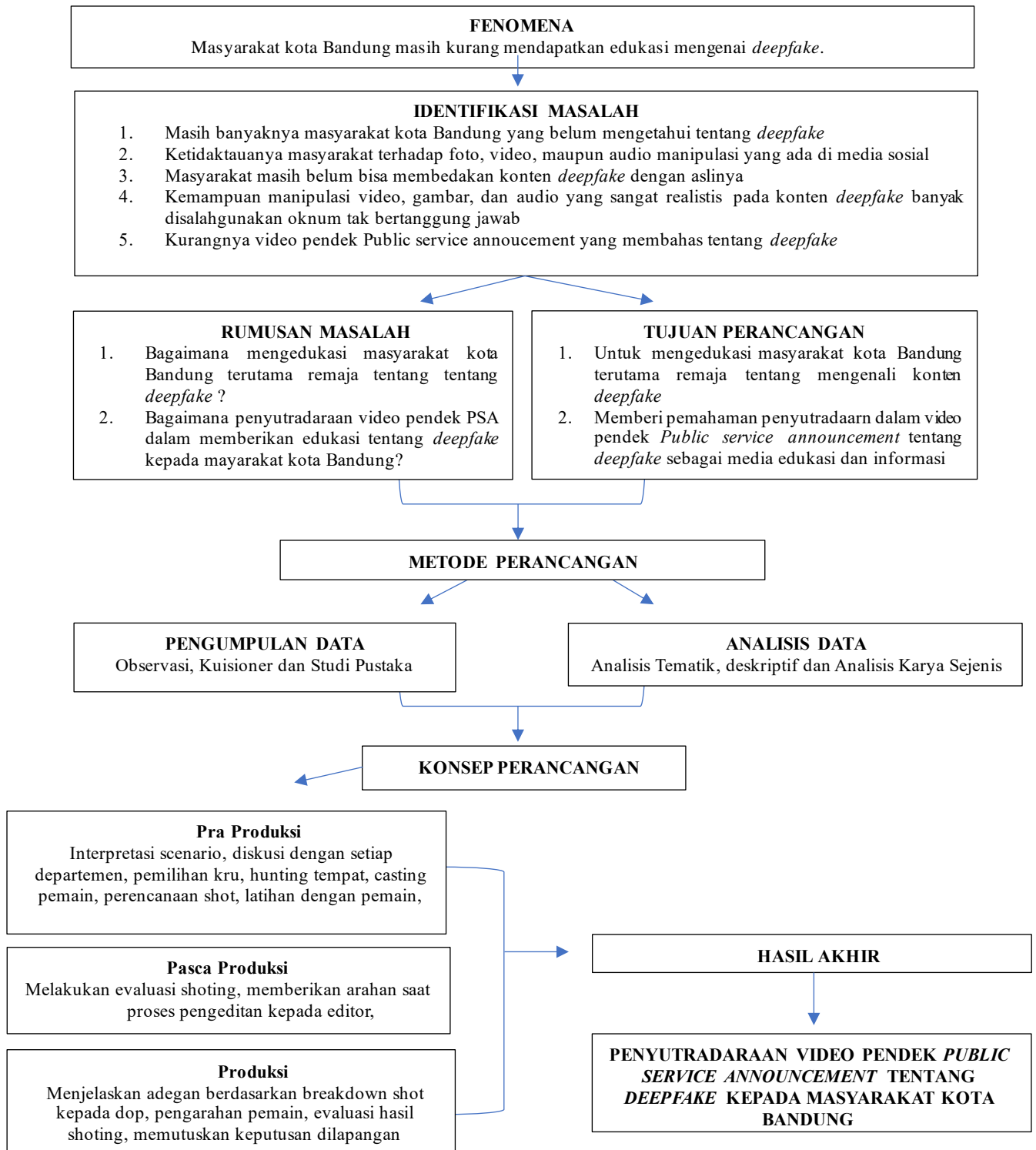
1.7.2.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang diperoleh dari kuesioner secara sistematis. Dengan analisis ini, peneliti dapat memahami karakteristik data yang ada. (Sugiyono, 2013). Analisis ini tentunya akan digunakan sebagai metode analisis kuisisioner yang perancang buat.

1.7.2.3 Analisis Karya Sejenis

Analisis karya sejenis secara umum merupakan proses membandingkan dan evaluasi terhadap karya-karya yang memiliki ciri, tema, atau gaya yang serupa untuk memahami cara masing-masing karya mengolah atau menampilkan elemen-elemen tersebut. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan antara karya-karya tersebut serta mengeksplorasi makna, teknik, dan inovasi yang ada dalam setiap karya. Pada prosesnya, perancang akan memilih 3 video untuk dibandingkan dan dianalisis pada isi konten tersebut.

1.8 Kerangka perancangan



Gambar 1. 1 Bagan Kerangka Perancangan
(Sumber: Dokumen Pribadi 2024)

1.9 Pembabakan

Pembabakan merupakan gambaran singkat pembahasan pada setiap bab dalam penulisan pengantar karya tugas akhir ini:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan penjabaran gambaran umum dan menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, metode, sampai dengan kerangka perancangan serta pembabakan.

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

Berisi tentang dasar pemikiran teori tentang *deepfake*, dasar pemikiran sutradara, pembuatan skenario dan *public service announcement*. Landasan teori tersebut akan menjadi dasar dalam perancangan *public service announcement*.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Menjelaskan hasil dari data yang diperoleh dan hasil analisis dari pengumpulan data yang terkait. Seluruh data yang telah dikumpulkan akan menjadi acuan dalam proses pembuatan iklan layanan masyarakat

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan konsep perancangan *public service announcement* mengenai pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya *deepfake* dan cara mengenalinya, serta peran sutradara dalam proses pra-produksi, produksi, pasca-produksi.

BAB V PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan dan Saran dari penulis.