

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Film merupakan salah satu hiburan bagi masyarakat dan dapat dinikmati melalui penayangan di bioskop, situs daring maupun aplikasi film dengan berbagai genre seperti horor, komedi, romansa, drama keluarga bertema pendidikan, dan lain-lain. Berdasarkan data dari *Asia Pacific Media MarketLine*, potensi industri film dapat dilihat dari statistik media Indonesia yang tumbuh sebesar 11% pada tahun 2016 dengan nilai US\$8,9 miliar. Namun, karena pandemi COVID-19, bioskop harus tutup sementara, yang menyebabkan peningkatan layanan *Over the Top* sebesar 80%. Layanan *Over the Top* atau OTT adalah layanan yang menyediakan konten berupa data, informasi atau multimedia melalui jaringan internet yang lebih sederhana, cepat, dan murah. Sebagian besar film yang baru dirilis, ditayangkan pada aplikasi digital yang dapat diakses melalui perangkat laptop ataupun telepon genggam.

Penayangan film pada platform tersebut memudahkan akses untuk melakukan pembajakan film secara digital karena tidak perlu menunggu berbulan-bulan untuk menonton. Pembajakan dapat dilakukan dengan merekam beberapa bagian hingga keseluruhan film lalu menyebarkan melalui berbagai platform, salah satunya situs ilegal. Berdasarkan data hasil survei yang dilakukan oleh YouGov untuk *Coalition Against Privacy (CAP)* dari *Asia Video Industry Association* yang mengungkap kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi film, sebanyak 63% masyarakat Indonesia berusia 18-24 tahun menonton film melalui situs web *streaming illegal*. Berdasarkan data dari The Trade Desk dan Kantar, masyarakat yang bekelahiran tahun 2005-1997 termasuk dalam generasi Z dengan perilaku yang individualistik dan mobilitas tinggi.

Hal tersebut melanggar UU Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan UU Nomor 7 tahun 1994 tentang Hak atas Kekayaan Intelektual karena telah mendistribusikan dan mengunduh film tanpa izin tertulis melalui media yang tidak

resmi. Maraknya pembajakan film berdampak buruk pada industri film karena para pencipta film tidak mendapatkan hasil pendapatan dari karya yang telah dibuat. Menurut Chaikal Nuryakin, peneliti senior Lembaga Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI), total kerugian akibat pembajakan film pada tahun 2018 yang berada di Jakarta, Medan, Bogor, dan Deli Serdang mencapai Rp 1,495 triliun. Heru Sutadi, selaku direktur eksekutif ICT Research Institute, menjelaskan faktor gratis membuat banyak masyarakat lebih memilih situs *streaming* film ilegal.

Menurut Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Ngawi (Kominfo Ngawi), pembajakan film dapat terjadi karena kurangnya edukasi masyarakat terhadap dampak dari menonton film bajakan melalui situs *streaming* ilegal. Oleh karena itu, dibutuhkan kampanye sebagai suatu solusi untuk memberikan edukasi bagi masyarakat mengenai dampak dari menonton film bajakan serta mengubah perilaku dan *mindset* para penonton gratisan. Kampanye didefinisikan sebagai gabungan dari berbagai aktivitas komunikasi yang direncanakan untuk dapat mewujudkan hasil yang sesuai sasaran kepada masyarakat seperti yang telah dikutip dari Rogers dan Storey (1987) dalam buku yang ditulis Drs. Antar Venus, M.A. (2018) yang berjudul Manajemen Kampanye.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, beberapa masalah yang ditemukan berupa:

- 1) Kurangnya edukasi masyarakat terhadap dampak dari pembajakan film.

Dari beberapa masalah di atas, penulis membuat rumusan masalah dengan pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye yang sesuai agar dapat mengedukasi masyarakat terhadap potensi dampak negatif dari situs film bajakan bagi para penonton?

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan masalah yang di atas, penulis menentukan batasan masalah agar penelitian dapat dilakukan lebih terarah. Penulis mengambil batasan masalah

mulai dari 18-24 tahun berdasarkan data hasil survei yang dilakukan oleh YouGov untuk *Coalition Against Privacy (CAP)* dari *Asia Video Industry Association* untuk Indonesia.

A. Demografis:

1) Usia : 18 – 24 tahun

Penulis mengklasifikasikan usia berdasarkan tahun kelahiran dengan menggunakan teori generasi yang didasarkan tahun kelahiran, yaitu generasi Z (Codrington, 2004).

2) Jenis Kelamin : Pria dan wanita

3) Pendidikan : SMA dan Sarjana

4) Pekerjaan : Pelajar dan Pekerja

5) SES : SES A dan B

B. Geografis : Jabodetabek

C. Psikografis : Mengikuti perkembangan teknologi, dapat membuat keputusan sendiri, dan lebih memilih gratisan karena penghasilan yang masih relatif rendah .

#### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah merancang kampanye yang sesuai agar dapat mendukung masyarakat terhadap potensi dampak negatif dari situs film bajakan bagi para penonton.

#### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang penulis dapatkan dalam penulisan Tugas Akhir ini terbagi menjadi tiga:

1) Bagi penulis

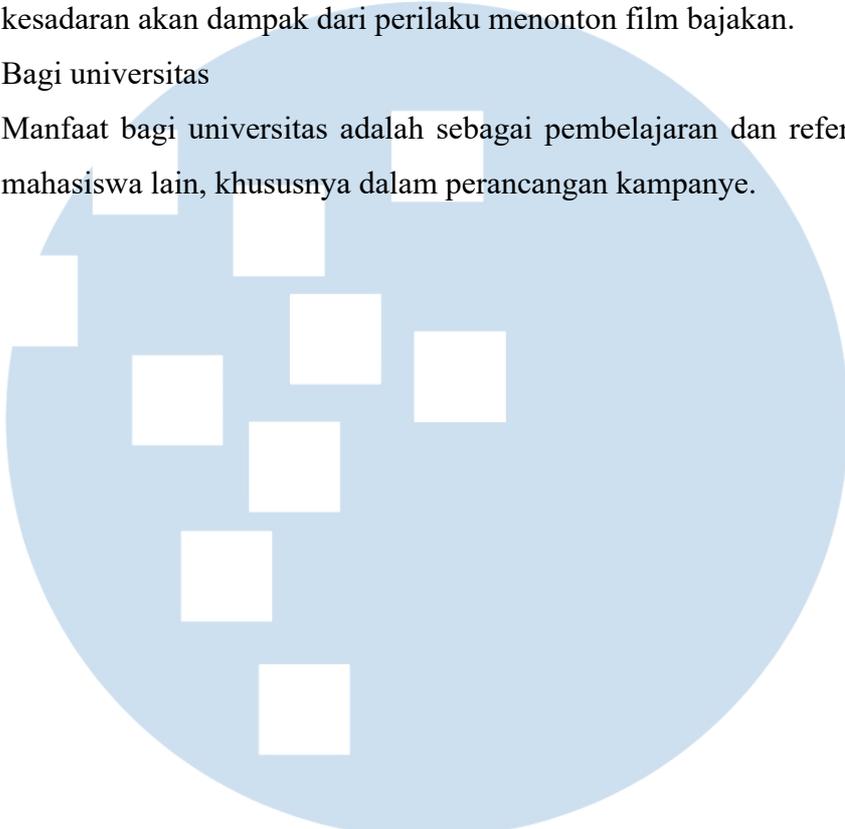
Penulis dapat menambah dan menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan dengan menambah wawasan mengenai dampak dari perilaku menonton film bajakan.

2) Bagi orang lain

Manfaat bagi masyarakat adalah dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan dampak dari perilaku menonton film bajakan.

3) Bagi universitas

Manfaat bagi universitas adalah sebagai pembelajaran dan referensi bagi mahasiswa lain, khususnya dalam perancangan kampanye.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA