

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Maraknya konser di Indonesia adalah hasil dari pertumbuhan ekonomi dan semakin terbukanya akses terhadap berbagai genre musik. Menurut informasi yang disampaikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, kelompok masyarakat dengan tingkat pengeluaran paling tinggi mendominasi pasar konser atau pertunjukan musik di Indonesia. Hasil survei BPS pada tahun 2021 menunjukkan bahwa 52,43% dari responden yang berasal dari kelompok 20% masyarakat berpengeluaran teratas telah menonton konser dalam tiga bulan terakhir. Sebaliknya, mereka yang menikmati pertunjukan musik dari kelompok 40% masyarakat pengeluaran menengah dan 40% masyarakat pengeluaran terbawah lebih rendah. Dari segi usia, mayoritas penonton konser berasal dari kelompok usia 16-30 tahun, mencapai sebesar 56,18%. Sementara itu, penonton dari kelompok usia 45-59 tahun adalah 44,11%, dan usia 60 tahun ke atas hanya mencapai 33,55%.

Dari analisis data tersebut dapat dilihat bahwa aktivitas menonton konser didominasi oleh kalangan anak muda berusia 16-30 tahun. Fakta ini diperkuat oleh demografi di Indonesia, dimana pada Juni 2022, sekitar 69% penduduk Indonesia berada dalam kategori usia produktif. Kondisi ini menciptakan kombinasi yang merangsang tingginya antusiasme dalam pembelian tiket, terutama tiket pertunjukan dari grup musik seperti Coldplay.

Namun, di balik kegembiraan tersebut, fenomena ini juga membawa dampak negatif. Salah satu akibatnya adalah peningkatan kasus penipuan penjualan tiket konser. Dorongan yang kuat untuk tidak ketinggalan menonton konser ini memicu banyak individu untuk menjadi impulsif dalam pembelian tiket. Mereka mungkin tergoda untuk membeli tiket dari sumber yang tidak resmi, terutama jika tiket dari sumber resmi sudah habis terjual atau harganya terlalu tinggi. Ini meningkatkan risiko mereka tertipu dan merugikan para penggemar. Pada tahun 2023, Polres

Metro Jakarta Pusat menerima laporan bahwa terdapat 73 orang yang tertipu karena tidak menerima tiket konser Coldplay di Stadion Utama Gelora Bung Karno padahal sudah melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan tiket yang terjual pada *website* telah habis, oleh karena itu, mereka terpaksa melakukan pembelian dari pihak ketiga dengan semua risiko penipuannya.

Dilansir dari situs Kemenparekraf, sebagian remaja masih suka membeli tiket konser melalui sumber yang tidak resmi karena belum memahami faktor, dampak, dan pencegahan penipuan tiket konser. Kurangnya kesadaran dan edukasi mengenai modus penipuan dan cara pencegahannya mengakibatkan banyak penggemar konser yang rentan menjadi korban penipuan. Masalah ini diperburuk dengan belum adanya media informasi yang dapat menyampaikan faktor, dampak, dan pencegahan penipuan tiket konser dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Maka dari itu, penulis merasa merancang sebuah *website* yang memberikan informasi lengkap mengenai waspada penipuan penjualan tiket konser menjadi penting.

Penipuan semacam ini semakin meresahkan karena antusiasme masyarakat terhadap konser terus meningkat dan kecenderungan untuk membeli tiket secara impulsif menjadi semakin kuat. Seiring dengan itu, meningkatnya penggunaan platform online untuk membeli tiket juga memberikan peluang bagi penipu untuk mengeksploitasi para penggemar yang tidak waspada. Penyebab lainnya adalah kurangnya kesadaran masyarakat terhadap risiko penipuan tiket konser. Oleh karena itu, perlu adanya upaya lebih lanjut untuk meningkatkan informasi dan kesadaran tentang praktik penjualan tiket yang aman serta pemahaman akan pentingnya mengelola emosi dan impulsivitas dengan merancang media informasi mengenai waspada penipuan penjualan tiket konser sebagai Tugas Akhir.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, rumusan masalah dari laporan ini adalah bagaimana perancangan *website* mengenai waspada penipuan tiket konser bagi usia 16-25 tahun di daerah Jabodetabek.

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan permasalahan dan memperjelas tujuan dari uraian ini, maka batasan masalah sebagai berikut:

1. Secara demografis:

a. Usia: 16-25 tahun

Penulis fokus pada kelompok usia rentang usia remaja hingga dewasa muda (16-25 tahun) cenderung menjadi kelompok yang paling rentan terhadap penipuan dalam pembelian tiket konser karena tingginya tingkat partisipasi dalam kegiatan sosial dan budaya seperti konser musik.

b. Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan.

c. Strata Ekonomi Sosial (SES): A dan B

Penulis memilih untuk fokus pada strata ekonomi sosial (SES) A dan SES B dalam penelitian ini karena hal ini memungkinkan mereka memiliki akses dan kemampuan untuk membeli tiket konser dengan harga yang mungkin lebih tinggi atau dari sumber yang mungkin lebih dapat dipercaya. SES A dan SES B juga memiliki akses yang lebih besar terhadap pengaruh sosial dan budaya, seperti media massa dan media sosial.

2. Secara geografis

a. Kewarganegaraan: Indonesia

b. Wilayah: Jabodetabek

Jabodetabek dikenal sebagai salah satu provinsi dengan populasi yang padat dan memiliki beragam kegiatan, termasuk konser musik.

3. Secara psikografis

a. Minat dan aktif dalam konser musik.

- b. Melibatkan individu yang cenderung membuat keputusan pembelian berdasarkan faktor-faktor psikologis.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu merancang *website* mengenai waspada penipuan tiket konser di kalangan remaja dan dewasa muda.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dari Tugas Akhir dibagi menjadi 3 bagian: manfaat bagi penulis, manfaat bagi orang lain, dan manfaat bagi universitas.

Bagi penulis:

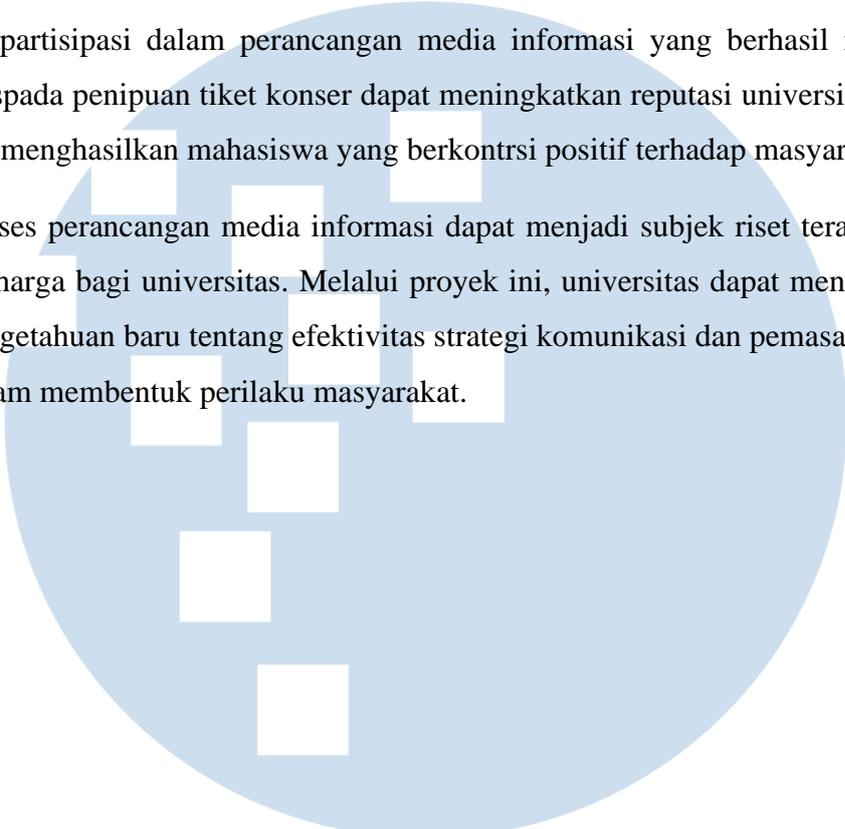
1. Penulis akan mendapatkan pemahaman mengenai perilaku penipuan online yang terjadi dan sering dialami. Hal ini akan meningkatkan pemahaman pribadi dan profesionalisme penulis dalam konteks studi penipuan dan merancang *website*.
2. Melalui proses penyusunan laporan ini, penulis dapat mengasah keterampilan penelitian, analisis data, serta interpretasi hasil. Hal ini akan meningkatkan kemampuan penulis dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi penelitian secara metodologis yang kuat.

Bagi Oranglain:

1. Melalui media informasi ini orang lain akan diberikan informasi yang penting tentang risiko penipuan dalam pembelian tiket konser. Ini dapat membantu mereka menjadi lebih waspada dan hati-hati saat melakukan transaksi online terkait tiket konser.
2. Dengan meningkatnya kesadaran tentang tanda-tanda penipuan tiket konser, orang lain dapat menghindari jebakan penipuan yang dapat menyebabkan kerugian finansial yang besar. Mereka akan lebih cenderung untuk memverifikasi keaslian sumber pembelian tiket dan mengambil langkah-langkah pencegahan yang tepat.

Bagi Universitas:

1. Berpartisipasi dalam perancangan media informasi yang berhasil mengenai waspada penipuan tiket konser dapat meningkatkan reputasi universitas dalam hal menghasilkan mahasiswa yang berkontribusi positif terhadap masyarakat.
2. Proses perancangan media informasi dapat menjadi subjek riset terapan yang berharga bagi universitas. Melalui proyek ini, universitas dapat menghasilkan pengetahuan baru tentang efektivitas strategi komunikasi dan pemasaran sosial dalam membentuk perilaku masyarakat.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized globe with a grid of white squares overlaid on it.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA