

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seni dan karya visual telah menjadi salah satu aspek penting manusia melintasi berbagai peradaban bahkan jauh sebelum sejarah mulai ditulis. Karya-karya yang sebelumnya dituangkan dalam bentuk fisik melalui medium dan pigmen kini perlahan bergeser seiring perkembangan zaman, hal ini dapat terlihat terutama di era digital ini dimana karya tradisional dituangkan ke dalam bentuk fisik, kontras dengan kemunculan karya digital yang diciptakan dalam dunia semu. Banyaknya karya yang tak lagi dicetak dan hanya dapat dinikmati melalui media digital menjadikan tempat untuk menaungi dan membagikan karya menjadi suatu kebutuhan yang besar bagi para kreator digital.

Kemunculan media sosial sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi yang berkaitan erat dengan fungsi internet dalam kebutuhan manusia untuk bersosialisasi dalam komunitas juga memberikan sarana bagi kreator digital dan karya-karya ciptaan mereka. Migrasi ke media sosial yang disebabkan digitalisasi ini menyebar dengan cepat dari satu belahan dunia ke belahan dunia lainnya.

Riset Statista menyatakan bahwa pada tahun 2024, terdapat 5,45 miliar pengguna yang memakai internet, dan 5,17 miliar di antaranya juga menggunakan media sosial. Hal ini membuat fungsi dari media sosial tak lagi terkekang hanya untuk komunikasi, melainkan juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi, pengembangan bisnis, fitur interaksi, sumber referensi, dan sumber ide, bahkan/terutama pelaksanaan survei pasar oleh kaum kreatif terutama seniman dan desainer digital baik ternama ataupun individual yang masih belajar untuk memamerkan karya mereka serta mencari klien potensial untuk membeli jasa mereka. Algoritma-algoritma yang terdapat dalam media sosial juga turut membantu menarik perhatian pengguna lainnya dan membuat karya yang dipamerkan terlihat oleh banyak orang.

Media sosial yang sering digunakan juga tidak berjumlah sedikit, laman Makeawebsitehub.com telah mengidentifikasi adanya lebih dari 100 situs media sosial yang ada hingga sekarang. Datareportal juga mencatat bahwa terdapat 15 media sosial yang memiliki paling sedikit 500 juta pengguna.

Beberapa media sosial yang sering digunakan untuk memamerkan karya-karya kaum kreatif adalah Twitter, Instagram, Facebook, Pinterest, dan TikTok. Karya yang diunggah biasa bersifat untuk menarik perhatian pengguna lain, yang mana bila mereka tertarik, mereka bisa mencari lebih lanjut jasa yang ditawarkan. Umumnya, Fiverr, Dribbble, ArtStation, Behance, serta Patreon menjadi pilihan utama bagi para kreator digital sebagai media portofolio yang tersusun dari karya-karya terbaik ditata secara profesional untuk menjalin relasi dengan calon pembeli. Namun media yang terlalu profesional sering dijaui oleh seniman yang berkarya untuk hobinya. Hal ini karena situs portofolio dianggap sebagai standar kerja industri yang terlalu tinggi dan kaku untuk kesenangan sehari-hari. Ketiadaan komunitas atau

komunitas yang kecil juga menjadi faktor banyak seniman menjauhi situs tersebut karena mereka lebih mementingkan interaksi.

Menurut Rachmayuningtyas (2022), interaksi memiliki peran penting dalam media sosial untuk menghubungkan karya dengan orang. Hal ini menjadikan komunitas sebagai bahan pertimbangan dalam pemilihan media sosial yang akan digunakan oleh seniman.

Rusyada dan Sutiyono (2021) menjelaskan bahwa perkembangan media sosial juga turut membawa perubahan pada dunia seni, yang mana awalnya hanya untuk ekspresi diri dan komoditas, kini juga menjadi tanda kehadiran kreator melalui tren yang diikuti.

Namun selain mampu menjadi sarana untuk mengembangkan komunitas serta mendapat klien, media sosial sendiri juga dapat menjadi hal yang mencegah kreator untuk terus berkarya. Maraknya pengerukan karya yang dimasukkan ke dalam *machine learning Artificial Intelligence* (AI) menjadi suatu kekhawatiran besar yang telah berlangsung sejak 2020. AI mengumpulkan data dan menyimpulkan suatu hasil berdasarkan data yang telah dipelajari. Dalam konteks seni digital, data-data tersebut akan digunakan dalam proses generasi *output* dari kata kunci yang diketikkan oleh pengguna.

AI sendiri telah menjadi kontroversi besar dikarenakan sistem pengerukan data yang mencuri karya-karya yang dipamerkan di media sosial tersebut dilakukan tanpa seizin, sepengetahuan kreator yang mana tidak menerima sepeserpun kompensasi ataupun bayaran untuk karya mereka. Di sisi lain, AI juga dikhawatirkan dapat mematikan pangsa pasar kreatif dimana ribuan hingga jutaan seniman bergantung untuk mencari nafkah. Lewat sistematis yang lebih cepat dengan biaya yang terbilang lebih kecil, AI mampu mengeluarkan gambar-gambar walau banyak terdapat kecacatan di dalamnya.

Jiang et al. (2023) menyatakan bahwa AI yang digunakan untuk menghasilkan gambar tidak dapat dinyatakan sebagai seniman ataupun kreator, serta merampas kerja keras dan kompleksitas kreatifitas manusia untuk diberikan kepada perusahaan yang menciptakan mesin-mesin ini.

Menurut Fadilla et al. (2023), teknologi AI yang digunakan tidak sepatutnya mengambil hak seniman serta menggunakannya kembali secara komersial.

Walaupun begitu, media sosial dasarnya adalah salah satu bentuk produk dari perusahaan yang ditujukan untuk mencari keuntungan bagi perusahaan perancang media sosial tersebut. Sehingga meski AI telah menjadi kontroversi besar di lingkungan kreatif, masih terdapat media sosial seni profesional yang tak luput dari AI, termasuk Artstation yang memajang karya-karya buatan AI ke halaman terdepannya. Beberapa media sosial juga telah menulis ulang syarat dan ketentuan penggunaan mereka untuk dapat mengeruk lebih banyak data dan karya untuk dimasukkan ke dalam *machine learning* secara legal tanpa seizin kreator. Hal ini mengakibatkan banyaknya kreator untuk mencari media sosial alternatif yang dinilai lebih aman.

Berdasarkan penjelasan di atas, survei diadakan untuk target responden mahasiswa/i DKV UNPRI berusia 17 hingga dewasa yang turut mengikuti dunia kreatif dan membuat karya dalam satu tahun ini. Dari sebanyak 45 responden yang mengisi kuesioner, didapatkan hasil bahwa responden telah mengetahui mayoritas media sosial yang populer serta banyaknya yang mempertimbangkan untuk pindah ke media sosial yang lain. Sebanyak 51,1% suara menyatakan mereka mengetahui tentang migrasi ke media sosial yang lain, namun tidak turut mengikuti migrasi tersebut. Sejumlah 75,6% responden setuju bahwa AI dan *machine learning* menjadi alasan utama migrasi tersebut. Responden juga turut menuliskan dan memilih fitur-fitur yang mereka anggap lebih dapat diprioritaskan dalam perancangan UI/UX aplikasi media sosial ini.

Alasan dari perancangan *interface* UI/UX media sosial ini yaitu menambah satu pilihan bagi para kreator untuk dapat terus berkarya dengan nyaman. Konsep yang diinginkan adalah aplikasi yang memiliki proteksi AI, menawarkan identitas personal yang unik, dimana pengguna dapat menjalin interaksi dengan komunitas, namun di sisi lain juga dapat bermanfaat sebagai situs profesional mencari klien yang berminat. Pertimbangan konsep dua sisi komunitas dan profesional ini muncul dari pengamatan terhadap banyak aplikasi yang terfokus ke salah satu aspek saja. Ada baiknya bila kreator tetap dapat berinteraksi dengan komunitas dan pengikut mereka sambil tetap tampil profesional di lingkungan yang aman untuk pertumbuhan dan pengasahan kemampuan berkarya mereka. Media sosial ini dapat menjadi sarana bernaung kreator digital yang juga mementingkan ekspresi diri selain keamanan dari ancaman AI.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana cara agar aplikasi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah oleh target pengguna?
2. Bagaimana aplikasi mampu menjadi solusi untuk permasalahan yang telah ada?
3. Bagaimana cara agar mahasiswa/i DKV UNPRI yang kreator digital dapat tetap terhubung dengan komunitas terutama dalam hubungan umpan balik yang penting dalam perkembangan karya kreator?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa/i prodi Desain Komunikasi Visual UNPRI yang membuat dan membagikan karya digital di media sosial.

1. Rancangan UI/UX aplikasi hanya akan diterapkan sebagai aplikasi *smartphone* berbasis Android.
2. *Software* yang digunakan untuk merancang UI/UX adalah Figma.
3. Aplikasi dirancang terutama untuk media pendukung karya ciptaan mahasiswa/i DKV UNPRI melawan pengerukan data dan gambar yang dapat digunakan untuk *machine learning* AI.
4. Target awal perancangan aplikasi adalah mahasiswa/i DKV UNPRI.

5. Rancangan sebagai media ekspresi bagi seniman yang terlindung dari pencurian karya oleh pengguna yang menyalahgunakan AI.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan rancangan aplikasi media sosial Touring dengan fitur-fitur yang dibutuhkan untuk pengguna dengan UI/UX yang mudah dipahami dan digunakan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai uji kompetensi dan perwujudan dari pembelajaran selama kuliah yang akan dituangkan lewat konsep perancangan desain UI/UX.
2. Sebagai pembelajaran dan pelatihan dalam menciptakan sesuatu yang dapat menjadi solusi dari masalah yang ada melalui perancangan yang mempertimbangkan kebutuhan dan harapan pengguna.
3. Hasil akhir dari penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pustaka sebagai referensi oleh mahasiswa yang menggeluti penelitian yang serupa di masa yang akan datang.
4. Perancangan aplikasi menjadi solusi untuk terus mempermudah kaum kreatif terutama desainer dan seniman untuk menghasilkan karya dan mendapat klien.