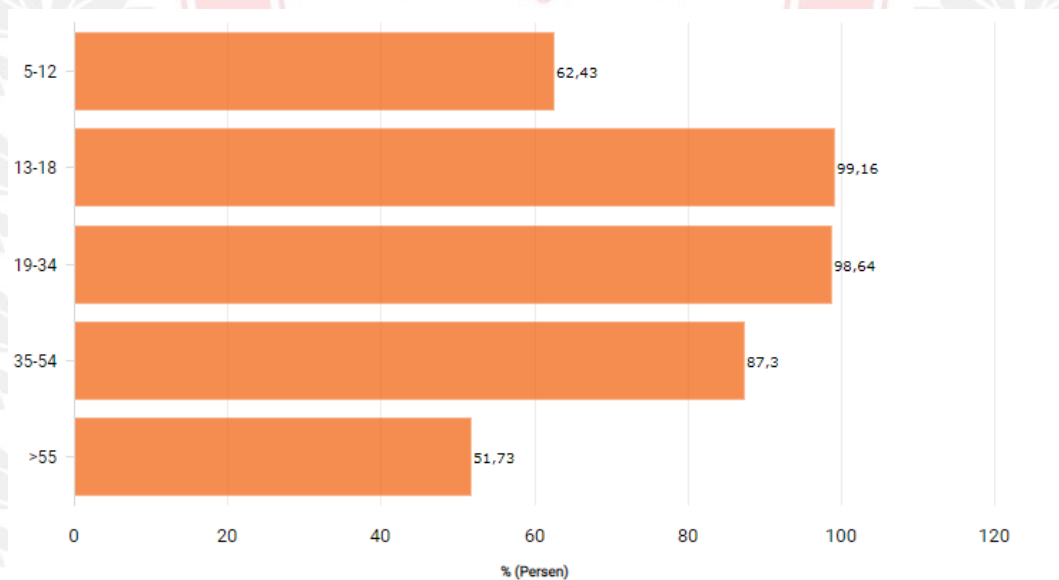


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tren penggunaan internet telah menjadi kebutuhan dasar bagi segala individu karena segala aspek yang diperlukan dalam kehidupan tersedia dalam internet, sehingga kecenderungan untuk semakin menggunakan internet semakin meningkat. Terdapat perkembangan yang pesat pada teknologi informasi dan komunikasi pada beberapa tahun kebelakang. Pada tahun 2021 Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan melalui pendataan survei susenas 2021 bahwa sebesar 62,10 persen dari total penduduk di Indonesia telah menggunakan internet. Melalui data tersebut mencerminkan sebagian besar masyarakat berhubungan erat dengan media teknologi informasi. Melalui survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 11 januari 2021-24 februari 2022 penetrasi internet di Indonesia didominasi oleh usia 13-18 sebesar 99,16% dan usia 19-34 sebesar 98,64%.

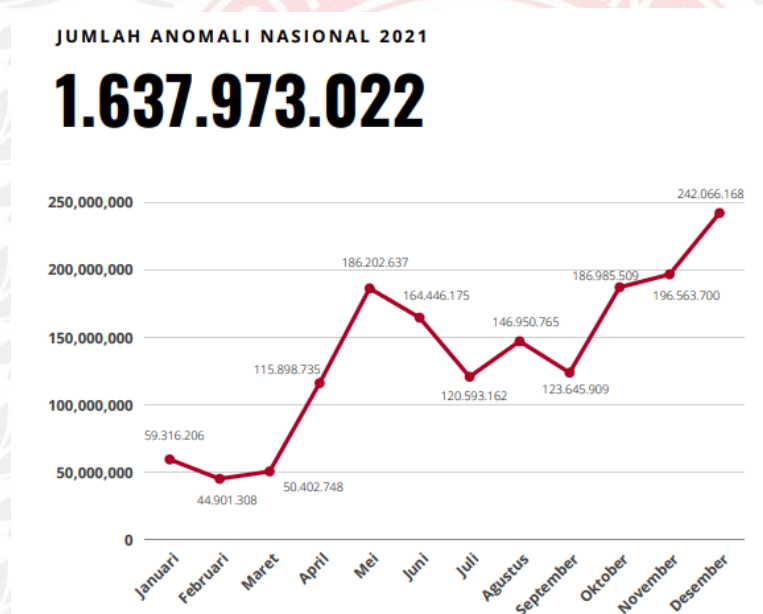


Gambar 1. 1 Data Penetrasi Internet di Indonesia Berdasarkan Umur (2022)
(Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022)

Tak dapat dipungkiri bahwa bidang teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan dalam beberapa tahun belakang. Teknologi informasi

komunikasi (TIK) mencakup pemahaman mengenai kegiatan pemrosesan, pengelolaan, pertukaran antar informasi, dan manipulasi yang disesuaikan dengan kebutuhan saat ini, sehingga pada zaman modern ini dari anak-anak hingga dewasa tidak dapat menghindari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Huda, 2020). Penggunaan internet dapat menimbulkan hal negatif, salah satunya adalah kejahatan siber atau yang dikenal sebagai *cyber crime* (Yusuf DM et al., 2022)

Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) (2022) mempublikasikan secara resmi hasil laporan monitoring keamanan siber di Indonesia pada tahun 2021 yang mengungkap sebanyak 1.602.973.022 anomali serangan siber yang telah dipantau selama 24 jam nonstop sejak 1 Januari 2021 hingga 31 Desember 2021.



Gambar 1. 2 Data anomali serangan siber di Indonesia pada tahun 2021 (Sumber: Laporan Tahunan Monitoring Keamanan Siber 2021)

Laporan tahunan monitoring 2021 oleh BSSN juga menjelaskan bentuk serangan yang terjadi didominasi oleh bentuk serangan yang dinamai *mylobot botnet* sebesar 46.6% yang menyerang melalui malware dan mencuri data pengguna melalui spam e-mail ataupun unduhan *file* yang nantinya dapat mengontrol secara penuh akan sistem yang dimiliki oleh korban. Kejahatan pada dunia maya memang tidak bisa dianggap remeh karena pelaku dari kejahatan ini dapat mengendalikan

internet dan aplikasi yang telah diproteksi, bahkan situs web milik pemerintah negara Indonesia pernah diacak-acak pada tahun 1999 oleh pelaku kejahatan siber (Yusuf DM et al., 2022).

Jenis tindakan yang diklasifikasikan sebagai tindakan kejahatan siber diantaranya adalah *Denial of Service Attack (DoS Attack)*, *scamming*, *hacking*, distribusi virus, *cyberterrorism*, pencurian data dan privasi melalui *phising*, *cyberstalking*, perang informasi, *online harassment fraud*, dan spoofing (Yusuf DM et al., 2022). Berdasarkan jurnal Hidayanto & Rifaldi Akbar (2022) menyampaikan disaat generasi remaja mendominasi penggunaan internet, mereka justru yang sering menyebarkan privasinya di internet dan menjadi korban pencurian data, Hidayanto & Rifaldi Akbar juga membagikan hasil penelitian dari Kaspersky-lab yang menunjukkan bahwa data dan privasi dari pengguna internet dapat dengan mudah disebar dan diakses oleh publik.

Tingginya minat remaja yang terlalu banyak *online* di media sosial dapat menimbulkan kehilangan kendali dalam penggunaan internet, yang dapat menyebabkan mereka mengekspos hal yang tidak seharusnya di media sosial dan menjadi korban tindak kriminal di internet seperti pencurian data, penyebaran privasi, dan pencurian identitas (Triratnawati et al., 2022).



Gambar 1. 3 Tautan yang berpotensi sebagai bentuk kejahatan siber (Sumber: www.urbandigital.id, 2022)

Berdasarkan situasi tersebut dibutuhkan media yang efektif untuk mengedukasi remaja mengenai melindungi data dan privasi di internet agar terhindar dari kejahatan siber, dengan meningkatkan kesadaran dari diri sendiri

sebagai orang bertanggung jawab atas kegiatan yang dilakukan di internet. Melalui edukasi untuk lebih waspada dan meningkatkan bentuk proteksi data pribadi di internet menjadikan gambaran umum untuk menyelesaikan permasalahan ini.

Artikel-artikel di internet sendiri telah banyak yang membahas mengenai kejahatan siber, namun menurut Anggidesialamia (2020) generasi usia muda mulai meninggalkan kebiasaan membaca yang mengakibatkan kurangnya wawasan yang didapat. Pakpahan et al., (2021) menjelaskan di Indonesia sendiri, proteksi data pribadi masih belum dianggap sebagai hal yang penting, dan salah satu penyebabnya adalah masyarakat masih kesulitan memahami mana data yang boleh disebarluaskan ke publik dan mana yang tidak boleh disebarluaskan. Dalam upaya mengurangi kasus kejahatan siber dengan meningkatkan kesadaran dari individu sebagai remaja yang terbanyak dalam penggunaan internet untuk menyampaikan suatu informasi melalui kampanye sosial yang dimanifestasikan dalam bentuk film pendek. Andi Prasetyo (2011) menyampaikan jenis cerita dari film untuk remaja adalah jenis cerita yang mencerminkan nilai-nilai pendidikan yang berfokus pada moral dan etika, serta menekankan pentingnya ketaatan terhadap agama.

Menurut Dewabrata, Ardianto & Erandaru (2017) dalam Nugraini (2021) Film pendek dapat menyampaikan informasi dengan baik dan memiliki pengaruh terhadap pemahaman dan perilaku masyarakat. Memproduksi film sejarah yang objektif, film dokumenter, atau film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari yang relevan merupakan cara dari film untuk tujuan edukasi (Nugraini, 2021). Media film pendek dianggap sebagai media yang tepat untuk menyampaikan pesan edukasi tentang kejahatan siber karena mudah dipahami oleh remaja karena menurut Rusman (2013) video memiliki keunggulan dalam mengatasi keterbatasan ruang dan waktu dan dapat dengan mudah diulang-ulang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan audiens. Berdasarkan kelebihan media video dalam mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, peneliti merancang penelitian mengenai film pendek untuk mengkampanyekan pesan sosial untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan demikian, informasi dapat disampaikan lebih efektif, menarik perhatian, dan efisien kepada masyarakat

yang lebih luas, khususnya pada remaja sehingga dapat memudahkan untuk memahami pesan yang disampaikan.

Hasil luaran dari film pendek ini nantinya akan ditayangkan ke *channel* youtube baru dengan nama dari judul kampanye dengan persembahan oleh dinas kominfo kabupaten Gresik. Sedangkan untuk menarik audiens agar menuju ke *channel* youtube baru maka diperlukan media sosial dari dinas kominfo kabupaten Gresik. Sehingga Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditulis diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Film Pendek Sebagai Kampanye Edukasi Kejahatan Siber Untuk Melindungi Data Dan Privasi di Internet Bagi Remaja” yang dirancang dengan metode penelitian kualitatif dan media tayang melalui *platform* youtube, sehingga diharapkan hasil luaran penelitian ini dapat menjadi solusi pencegahan dari permasalahan pencurian data dan privasi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meningkatkan kewaspadaan pada remaja untuk melindungi data dan privasi di internet?
2. Bagaimana metode merancang film pendek sebagai kampanye edukasi mengenai kejahatan siber untuk melindungi data dan privasi di internet bagi remaja?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat di atas, maka diketahui tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kewaspadaan pada remaja untuk melindungi data dan privasi di internet yaitu melalui kampanye dengan media yang menarik perhatian dan mudah dipahami.
2. Untuk merancang film pendek sebagai kampanye edukasi dengan metode penelitian kualitatif mengenai kejahatan siber untuk melindungi data dan privasi di internet bagi remaja dengan cerita yang mudah dipahami dan akan ditayangkan di channel youtube dengan persembahan dinas kominfo kabupaten Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian skripsi ini dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Bagi peneliti

Hasil dari perancangan kampanye ini diberikan sebagai bentuk informasi dan sumber referensi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan tugas akhir dan mendapatkan gelar sarjana. Hal ini memungkinkan penulis untuk menyumbang ide dan kreatifitas dan tentu saja, untuk memberikan keterlibatan dalam mengurangi tindak kejahatan siber di kalangan remaja dengan memanfaatkan film pendek sebagai media untuk berkampanye.

2. Bagi masyarakat

Melalui kampanye dengan media tersebut, diharap dapat menambah pengetahuan dan kesadaran tentang kejahatan siber dan cara melindungi diri dari kejahatan tersebut, meningkatkan keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan internet, mengurangi resiko terjadinya kejahatan siber, dan menciptakan masyarakat yang lebih sejahtera dan aman. Sehingga meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tentang kejahatan siber serta meningkatkan keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan internet.

3. Bagi Universitas Internasional Semen Indonesia

Sebagai bahan informasi dan referensi tentang perancangan film pendek untuk mengkampanyekan pesan sosial, selain itu dapat menambah kekayaan pengetahuan dan keragaman penelitian mata kuliah Desain Komunikasi Visual di perpustakaan Universitas Internasional Semen Indonesia.

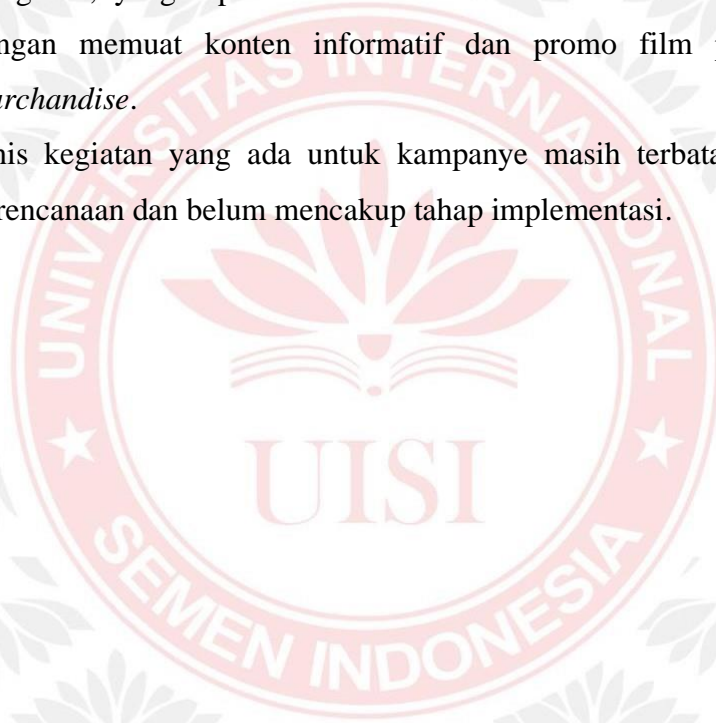
1.5 Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan masalah yang dapat ditetapkan dalam penelitian ini agar tentang perancangan film pendek sebagai kampanye edukasi mengenai kejahatan siber untuk melindungi data dan privasi di internet bagi remaja, di antaranya:

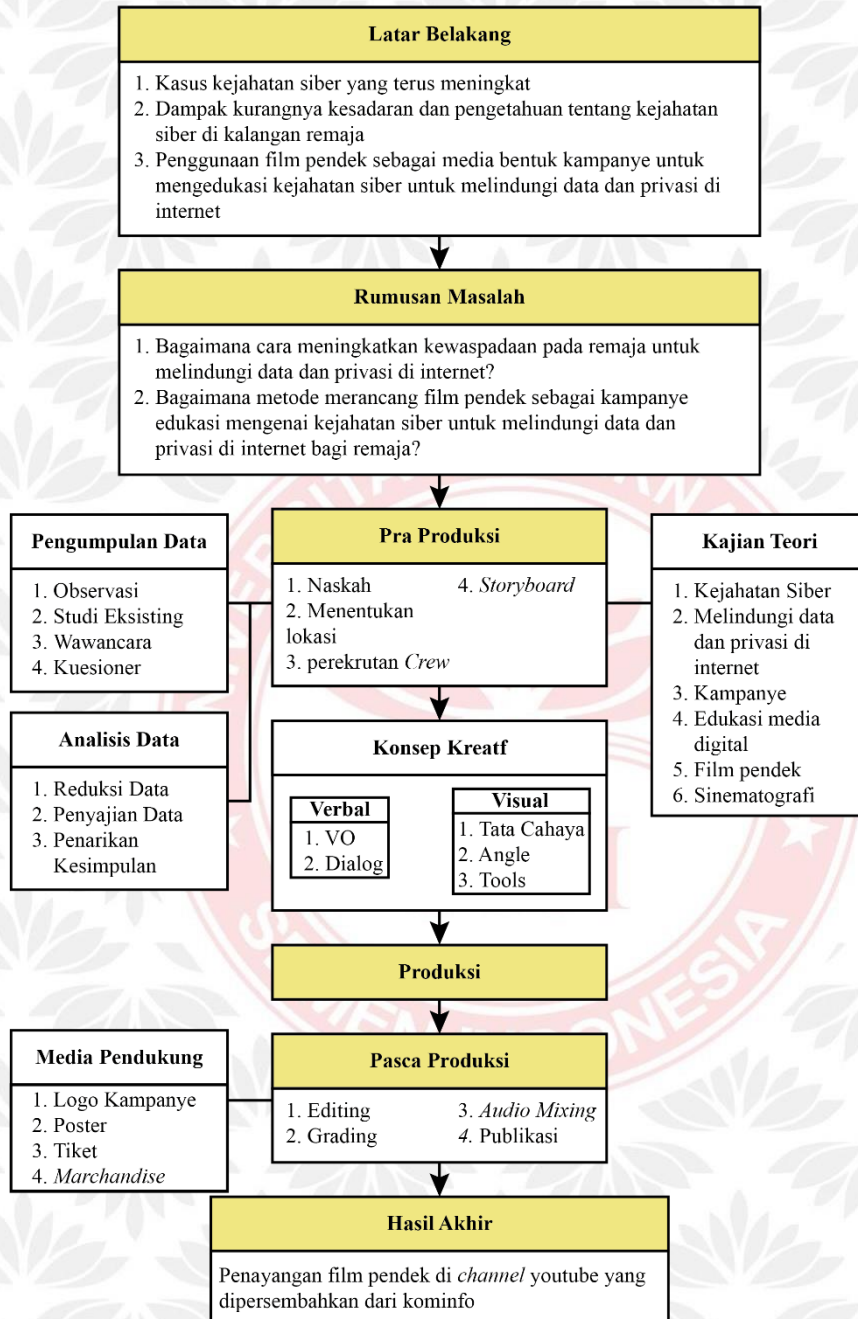
1. Penelitian ini hanya menasar pada remaja sebagai sasaran utama, bukan pada semua kalangan masyarakat. Populasi yang digunakan dalam

penelitian adalah Jawa Timur dengan sampling kota Gresik, Surabaya, dan Sidoarjo.

2. Penelitian ini hanya membahas tentang cara melindungi data dan privasi di internet dari kejahatan siber seperti *Cyber Sabotage and Extortion*, dan *Infringements of Privacy*. Bukan tentang cara melindungi diri dari kejahatan siber secara umum.
3. Hasil akhir berupa perancangan film pendek yang di unggah melalui youtube channel baru yang dipersembahkan oleh dinas Kominfo kabupaten Gresik dengan ditambahkan media pendukung seperti poster infografis, yang dipublikasikan di akun media sosial kominfo Gresik dengan memuat konten informatif dan promo film pendek, serta *marchandise*.
4. Jenis kegiatan yang ada untuk kampanye masih terbatas pada tahap perencanaan dan belum mencakup tahap implementasi.



1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 4 Kerangka pemikiran

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kejahatan Siber

Kejahatan siber atau *cyber crime* dapat diartikan sebagai tindakan kejahatan yang menggunakan komputer sebagai sarana atau sasaran, yang dilakukan oleh seseorang, segolongan orang, atau organisasi badan hukum yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan (Edrisy, 2019). Sedangkan menurut Widodo dalam T. Situmeang (2020) yang menjelaskan bahwa istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan kejahatan di bidang teknologi informasi berbasis komputer adalah *computer misuse*, *computer abuse*, *computer fraud*, *computer-related crime*, *computer-assisted crime*, atau *computer crime* yang secara terminologis, kejahatan ini dapat didefinisikan sebagai tindakan ilegal yang menggunakan teknologi informasi berbasis komputer sebagai sarana atau sasaran.

2.1.1 Jenis-Jenis Kejahatan Siber

Edrisy (2019) juga menjelaskan beberapa jenis kejahatan siber bahwa, bentuk kejahatan siber yang dibagi dalam beberapa jenis, yaitu:

1. *Unauthorized Access to Computer System and Service*

Diartikan sebagai Kejahatan yang dilakukan dengan cara memasuki atau menyusup ke dalam suatu sistem jaringan komputer tanpa izin atau sepengetahuan pemilik sistem. Biasanya, pelaku kejahatan ini (dikenal sebagai *hacker*) melakukannya dengan maksud untuk merusak sistem atau mencuri informasi rahasia. Namun ada juga *hacker* yang melakukan kejahatan ini hanya karena merasa tertantang untuk mencoba keahliannya dalam menembus sistem yang memiliki tingkat proteksi tinggi. Kejahatan *unauthorized access* semakin marak dengan semakin berkembangnya teknologi internet dan intranet. Oleh karena itu, sistem jaringan komputer perlu dilindungi dengan baik untuk mencegah terjadinya kejahatan ini.

2. *Illegal Contents*

Kejahatan yang terjadi melalui internet, dengan cara memasukkan data ataupun informasi yang tidak benar, tidak bermoral, dan dapat dianggap melanggar hukum atau mengganggu ketertiban umum. Contoh kejahatan internet ini seperti menulis berita bohong (*hoax*) atau fitnah yang menurunkan harga diri pihak lain, hal-hal yang memuat pornografi, informasi yang berisi rahasia negara, hasutan dan propaganda untuk melawan institusi negara, dan lain sebagainya.

3. *Data Forgery*

Bentuk kejahatan yang dilakukan dengan memalsukan data yang ada pada dokumen penting melalui *scriptless document* pada internet. Kejahatan ini dapat merugikan banyak pihak, terutama karena dokumen yang dipalsukan seringkali mengandung informasi penting yang dapat digunakan untuk kepentingan ilegal. Pelaku kejahatan ini biasanya menargetkan dokumen untuk *e-commerce* dengan merekayasa kejadian salah ketik sehingga korban percaya dengan dokumen yang diberikan sehingga dapat menguntungkan pelaku.

4. *Cyber Espionage*

Kejahatan yang menggunakan jaringan internet untuk memata-matai pihak lain dengan menguasai sistem jaringan komputer milik korban. Kejahatan ini biasanya ditujukan terhadap saingan bisnis yang dokumen atau data-data pentingnya tersimpan dalam sistem yang computerized. Tujuan dari kejahatan ini adalah untuk mengumpulkan informasi rahasia yang dapat digunakan untuk keuntungan pribadi atau untuk merugikan pihak lain. Misalnya dari persaingan bisnis yang mengumpulkan informasi rahasia atau data penting dari kompetitor yang disimpan dalam sistem komputer.

5. *Cyber Sabotage and Extortion*

Kejahatan yang dilakukan dengan cara membuat gangguan, kerusakan pada data, pemrograman komputer, ataupun sistem jaringan yang tersambung oleh internet. Pelaku kejahatan ini biasanya melakukan serangan dengan menyelipkan *logic bomb*, virus, atau program tertentu

ke dalam sistem komputer korban, sehingga data pada komputer korban, sehingga tidak dapat berfungsi. Setelah serangan tersebut terjadi, pelaku kejahatan biasanya menawarkan jasa untuk memperbaiki komputer yang sudah disabotase dengan harga tertentu.

6. *Offense Against Intellectual Property*

Kejahatan yang terjadi pada Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) milik orang lain yang disebut juga kejahatan *cyber IP theft*. Contoh kejahatan ini diantaranya adalah meniru tampilan *web page* situs lain secara ilegal, dan juga penyiaran di internet yang memuat rahasia dagang orang lain, dan lain sebagainya. Kejahatan ini dapat merugikan pemilik HAKI digunakan secara sembarangan atau disalahgunakan oleh pelaku kejahatan untuk keuntungan pribadi.

7. *Infringements of Privacy*

Kejahatan yang dilakukan dengan menargetkan informasi pribadi seseorang yang tersimpan secara rahasia dan tersimpan secara *computerized*. Informasi yang biasanya menjadi target kejahatan ini termasuk nomor kartu kredit, nomor PIN ATM, informasi penyakit yang dirahasiakan, dan lain sebagainya yang apabila dibagikan secara publik dapat merugikan korban secara materiil maupun immateriil, karena informasi pribadi yang diretas dapat disalahgunakan oleh pelaku kejahatan untuk kepentingan pribadi atau untuk merugikan korban.

2.1.2 Hukum Siber di Indonesia

Didapat dari buku *Cyber Law* yang ditulis oleh T. Situmeang (2020) menjelaskan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dikenal sebagai hukum siber pertama di Indonesia. Tujuan dari pembuatannya adalah untuk menegakkan kepastian hukum pada masyarakat yang bertransaksi melalui media elektronik, mendorong pertumbuhan ekonomi modern, menjauhkan adanya kejahatan berbasis teknologi informasi dan komunikasi, serta menjamin keamanan masyarakat yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. UU ITE Bab VII tentang perbuatan yang dilarang pasal 27-pasal 37 mengatur bentuk kriminal yang termasuk dalam kategori tindak pidana siber, sedangkan

bagian yang merumuskan hukuman pidana atas aksi kejahatan siber terdapat pada Bab XI tentang ketentuan pidana pasal 45-pasal 52.

2.2 Melindungi data dan privasi di internet

Priscyllia (2019) menjelaskan dari Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik yang mendefinisikan bahwa data pribadi adalah sebuah data yang memuat informasi mengenai suatu individu yang dijaga secara rahasia. Sebuah data dianggap pribadi apabila berisi tentang informasi pribadi seseorang seperti, apabila terdapat nomor telepon yang tertulis dalam searik kertas dianggap sebuah data karena belum memuat siapa pemilik dari nomor telepon tersebut, akan menjadi data pribadi apabila terdapat nama pemilik atau sudah ditemukan pemilik dari nomor tersebut karena telah menandakan sebuah identitas berupa nama pemilik data. Perlindungan data pribadi tidak hanya penting untuk data yang memiliki identitas, tetapi juga untuk data yang dapat mengidentifikasi siapa pemiliknya. Hukum juga memperhatikan perlindungan privasi atas data seperti ini. Jika tidak ada perlindungan privasi atas data pribadi, maka penyebaran informasi pribadi seseorang dapat menyebabkan kerugian baik materiil maupun immateriil. Oleh karena itu, perlindungan data pribadi menjadi penting untuk menjaga harga diri seseorang.

2.2.1 Prinsip Dalam Privasi

Tejomurti et al., dalam Priscyllia (2019) menjelaskan bahwa ada tiga prinsip utama dalam privasi.

1. "*Right to be alone*", yang merupakan prinsip dasar privasi seseorang. Terdapat pula 4 jenis pelanggaran terhadap privasi seseorang, yaitu menampilkan seseorang di tempat yang tidak pantas (seperti menggunakan foto seseorang untuk memvisualisasikan KDRT), membagikan data pribadi milik orang lain dengan tujuan komersial, menyebarkan "aib" seseorang ke publik, dan tidak memberikan ruang privasi untuk orang lain.
2. Privasi data pribadi seseorang, termasuk informasi yang ditulis oleh orang lain seperti rekam medis, kebiasaan pribadi seseorang, informasi pajak,

asuransi, dan catatan kriminal. Informasi ini dapat dikumpulkan dan diproses oleh pihak yang ingin memanfaatkan atau menggunakan untuk tindak kejahatan dengan identitas orang lain.

3. privasi atas komunikasi yang dilakukan secara online.

2.2.2 Cara Untuk Melindungi Data Dan Privasi di Internet

Terdapat beberapa cara menurut (Islamy et al., 2018) yang dapat diterapkan untuk melindungi data dan privasi di internet , diantaranya adalah:

1. Jangan memberi informasi kontak seperti alamat e-mail dan nomor telepon jika tidak ada keperluan, karena seseorang dapat menggunakannya untuk mencari tahu informasi tentang kita dan menggunakannya untuk tujuan yang tidak baik.
2. Karena banyak kasus pencurian data melalui media sosial, maka perlu menggunakan kata sandi yang berbeda untuk setiap akun media sosial Anda. Hal ini penting karena apabila terjadi kesalahan dalam mengunduh aplikasi dan mendaftar dengan email dan akun yang sama dengan akun media sosial yang lain, admin dari aplikasi yang berisi *malware* dapat dengan mudah masuk ke semua akun media sosial yang lain.
3. *Logout* dari akun media sosial saat selesai menggunakan. Hal ini penting untuk penggunaan *device* secara umum karena orang lain dapat mengakses akun media sosial jika tidak *logout* secara keseluruhan.
4. Selalu perbarui perangkat lunak yang digunakan untuk menjaga keamanan data dan privasi. Pembaruan perangkat lunak sering kali berisi perbaikan keamanan dari *developer* yang dapat membantu mencegah penyusupan dan peretasan.

2.3 Kampanye

Kampanye adalah kegiatan komunikasi yang terorganisir dan disampaikan terhadap audiens tertentu untuk mendorong motivasi mereka demi tujuan dan periode waktu yang telah sehingga dapat diorganisir dengan baik (Prasetyo & Wahyurini, 2016). Pangestu (2019) menjelaskan dengan melalui tahapan dari

kampanye seperti *pre media*, *main media*, dan *follow up media* dapat membantu alur komunikasi dari kampanye lebih terorganisir dan efektif.

a. *Pre media*

Pre media merupakan media yang ditujukan kepada sasaran untuk memberikan umpan daya tarik awal dan menimbulkan rasa penasaran tentang informasi yang akan disampaikan.

b. *Main media*

Kelanjutan dari *pre media* yaitu dengan menyampaikan kepada target sasaran melalui media utama untuk memberikan pesan yang signifikan dan menyadarkan sasaran tentang apa yang akan disampaikan.

c. *Follow Up media*

Follow up media merupakan media yang digunakan sebagai dukungan dan pengingat terhadap adanya kampanye. Media yang dibuat untuk *follow up media* akan dibawa pulang oleh target sasaran sehingga dapat menjadi pengingat bagi mereka tentang pesan utama dari kampanye tersebut dan bertujuan untuk memperkuat pesan yang telah disampaikan pada *main media* sebelumnya dan membantu menjaga kesadaran target sasaran akan pesan tersebut.

2.4 Edukasi Media Digital

Fitriani (2021) menjelaskan dengan adanya fasilitas edukasi secara digital, pengguna dapat belajar dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi oleh jarak, ruang, atau waktu sehingga pembelajaran secara digital memungkinkan materi yang dipelajari menjadi lebih fleksibel dan bervariasi, termasuk teks, visual, audio, dan gerak. Infrastruktur dari edukasi secara digital terdiri dari sejumlah komputer yang saling terhubung dan mampu saling berbagi atau mengirim data, baik dalam bentuk teks, pesan, grafis, audio, atau video. Ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi informasi secara efektif melalui jaringan komputer.

2.5 Film Pendek

Menurut Mabruhi dalam Bezaleel & Felicia (2021) film pendek merupakan salah satu bentuk media yang dapat digunakan untuk menyalurkan ide atau pesan kepada suatu kelompok atau individu, sebuah film dapat memvisualisasikan sebuah

proses secara akurat dan dapat ditonton kembali bila perlu, selain itu juga dapat memotivasi dan meningkatkan sikap seseorang dari segi afektif. Sedangkan berdasarkan (Prakosa, 2008) Film pendek adalah salah satu jenis film yang memiliki durasi yang lebih pendek dibandingkan dengan film-film cerita pada umumnya. Batas waktu yang ditetapkan untuk film pendek biasanya berada di bawah 50 menit, film pendek seringkali digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan atau ide kepada audiens dengan cara yang lebih singkat dan efektif daripada film cerita pada umumnya.

Genre adalah istilah yang digunakan untuk mengelompokkan teks media berdasarkan karakteristik yang mirip, sedangkan dalam film *genre* berguna untuk pengklasifikasian sebuah film dan memberikan gambaran umum kepada penonton untuk memahami apa yang dapat diharapkan dari film tersebut sebelum menontonnya (Karolina et al., 2020). Pratista dalam Karolina et al (2020) memaparkan pengklasifikasian dari *genre* ke dalam dua kategori, yaitu *genre* induk primer yang memuat *genre* horor, komedi, drama, aksi, fiksi-ilmiah, epik sejarah, kriminal dan *gangster*, fantasi, *western*, musikal, perang, dan petualangan. Kategori kedua adalah *genre* induk sekunder yang memuat *genre* bencana, biografi, detektif, perjalanan, roman, *superhero*, *noir*, melodrama, olahraga, supernatural, spionase dan *thriller*.

2.6 Sinematografi

Penjelasan dari Frost (2009) dalam jurnal Noor et al., (2018) tentang sinematografi yang merupakan sebuah cabang ilmu yang mempelajari teknik-teknik untuk menangkap dan menyusun gambar sehingga dapat memaparkan ide atau cerita kepada penonton. Yang dimaksud dalam pemaparan cerita menurut Noor yaitu bagaimana cara kamera menangkap gambar sehingga menciptakan impresi kepada penonton dengan merepresentasikan kehidupan nyata. Terdapat beberapa teknik dalam pengambilan gambar mencakup sudut pengambilan (*Camera Angle*), ukuran shot (*Frame Size*), pergerakan obyek (*Object Movement*), dan juga pergerakan kamera (*Camera Movement*) (Bonafix, 2011).

2.6.1 Sudut pengambilan (*Camera Angle*)

Bonafix (2011) menyatakan bahwa peletakan kamera yang membidik ke obyek secara tertentu dapat mempengaruhi pesan dan arti yang ingin disampaikan, terdapat lima jenis sudut pengambilan gambar yang masing masing jenisnya memiliki fungsinya masing-masing sehingga karakter dan pesan yang dimuat dalam tiap *shot* akan berbeda, diantaranya adalah *bird eye view*, *high angle*, *eye level*, *low angle*, dan *frog eye*.

1. *Bird eye view*

Teknik pengambilan gambar dengan menempatkan di atas ketinggian dari obyek yang diambil, tujuannya adalah untuk menunjukkan obyek dari sudut atas dan menciptakan efek jarak jauh.



Gambar 2. 1 Contoh bird eye view
(Sumber: www.istockphoto.com, 2022)

2. *High angle*

teknik pengambilan gambar dengan posisi kamera di atas obyek, namun lebih rendah dari *bird eye view*, tujuannya adalah untuk menunjukkan obyek yang direkam terlihat lemah dan tidak berdaya karena terlihat lebih kecil.



Gambar 2. 2 Contoh high angle
(Sumber: www.soundstripe.com, 2022)

3. *Low angle*

Teknik pengambilan gambar yang dilakukan dari sudut bawah obyek, sehingga obyek terlihat lebih besar dan dominan dalam gambar.



Gambar 2. 3 Contoh low angle
(Sumber: www.premiumbeat.com, 2022)

4. *Eye level*

Teknik pengambilan gambar yang paling sering untuk digunakan dengan menempatkan kamera pada posisi yang sama tingginya dengan obyek diambil gambarnya. Karena teknik ini kurang memiliki kesan khusus, maka penting untuk memperhatikan komposisi dalam *frame* agar masih lebih menarik untuk dipandang.



Gambar 2. 4 Contoh eye level
(Sumber: www.motioncue.com, 2022)

5. *Frog eye*

Teknik pengambilan gambar dengan menempatkan kamera sejajar dengan dasar suatu obyek, sehingga menciptakan suasana dramatis dan menarik dikarenakan menyajikan visual yang tidak biasa.



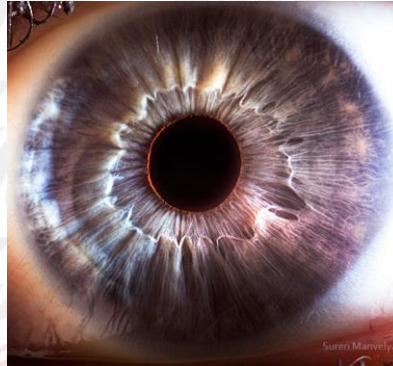
Gambar 2. 5 Contoh frog eye
(Sumber: www.retina.co.id, 2022)

2.6.2 Ukuran *Shot* Gambar (*Frame Size*)

Bonafix (2011) menjelaskan bahwa juru kamera perlu untuk dapat memahami ukuran gambar (*frame size*) dari setiap *shot* yang dapat mempengaruhi makna dalam setiap adegan, agar bisa menyesuaikan dengan skenario adegan. *Frame size* dari Naratama dalam Halim & Yulius (2020) terdiri dari delapan jenis, diantaranya adalah:

1. *Extreme Close Up* (ECU)

Digunakan untuk menampilkan suatu obyek secara detail, dan dikarenakan jarak antara kamera dengan obyek sangat dekat, sehingga sangat sulit untuk mendapatkan *depth of field*.



Gambar 2. 6 Contoh Extreme Close Up
(Sumber: www.pinterest.com, 2022)

2. *Big Close Up* (BCU)

Dapat menyampaikan pesan melalui ekspresi pada wajah secara detail dari atas kepala hingga dagu dan sangat sulit untuk mendapatkan *depth of field*, namun ketidak fokusan gambar dapat dimanfaatkan tersendiri sebagai nilai artistik.



Gambar 2. 7 Contoh Big Close Up
(Sumber: www.brookewelshhhs1.weebly.com, 2022)

3. *Close Up* (CU)

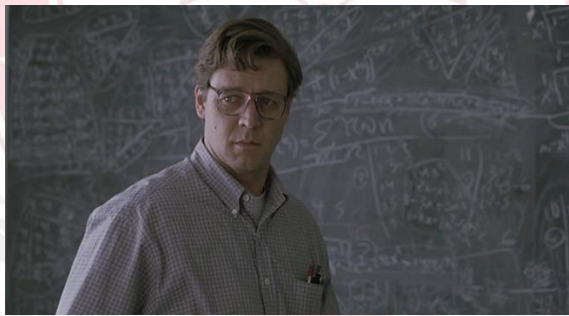
Penggunaannya digunakan untuk menampilkan penguatan psikologi dari karakter melalui beberapa aksi yang dilakukan oleh karakter pada bagian hingga leher bagian bawah.



Gambar 2. 8 Contoh Close Up
(Sumber: www.backstage.com, 2022)

4. *Medium Close Up* (MCU)

Disebut juga potret setengah badan serta background yang masih bisa untuk dinikmati. Gambar yang dihasilkan dari MCU memberikan pandangan yang lebih mendalam dengan menunjukkan profil dari tokoh utama sebagai obyek yang direkam. Gambar dari *background* menjadi hal yang kedua untuk diperhatikan, karena profil, bahasa tubuh, dan emosi tokoh utama yang dapat terlihat secara jelas dalam *frame* menjadi hal yang paling penting.



Gambar 2. 9 Contoh Medium Close Up
(Sumber: www.premiumbeat.com, 2022)

5. *Medium Shot* (MS)

menampilkan gambar yang memberikan detail secara lebih kepada manusia, khususnya pada bagian dari pinggang hingga ke atas. Sehingga dapat menampilkan detail yang lebih jelas dibanding memperlihatkan seluruh bagian tubuh.



Gambar 2. 10 Contoh Medium Shot
(Sumber: www.dailytrailer.com, 2022)

6. *Medium Long Shot* (MLS)

Digunakan untuk menambah kekayaan keindahan gambar yang menampilkan jarak yang dari penonton ke obyek gambar sehingga memperlihatkan bahasa tubuh subjek secara jelas.



Gambar 2. 11 Contoh Medium Long Shot
(Sumber: www.studiobinder.com, 2022)

7. *Long Shot* (LS)

Ukuran gambar yang menunjukkan bagian tubuh dari manusia secara keseluruhan atau bahkan lebih. *Long shot* sendiri juga disebut dengan *full body shot* atau *full shot*.



Gambar 2. 12 Contoh Long Shot
(Sumber: www.topsheet.io, 2022)

8. *Very long Shot (VLS)*

Memperlihatkan sebuah adegan dari jarak yang jauh dan luas, film layar lebar sering menggunakan VLS, khususnya pada adegan pembuka atau penghubung dengan adegan lain untuk dapat menampilkan banyak obyek seperti adegan perang di pegunungan, adegan kota metropolitan, dan lain sebagainya.



Gambar 2. 13 Contoh Very Long Shot
(Sumber: www.rstechnica.com, 2022)

9. *Extreme Long Shot (ELS)*

Gambar diambil dari jarak yang sangat jauh, panjang, luas, dan lebar. ELS biasa digunakan untuk mengenalkan lokasi adegan secara keseluruhan dan isi ceritanya. Extreme long shot juga dapat digunakan untuk pembuatan komposisi gambar yang indah pada sebuah panorama.



Gambar 2. 14 Contoh Extreme Long Shot
(Sumber: www.pinterest.com, 2022)

2.6.3 Pergerakan Obyek (*Object Movement*)

Apabila merekam obyek tentu yang dilakukan adalah dengan menata komposisi saja, sedangkan apabila mengambil gambar obyek yang bergerak dinamis membutuhkan keahlian dan alat bantu yang tepat untuk tetap dapat mengikuti pergerakan seperti *crane*, *rel*, dan lain sebagainya. Apabila obyek bergerak

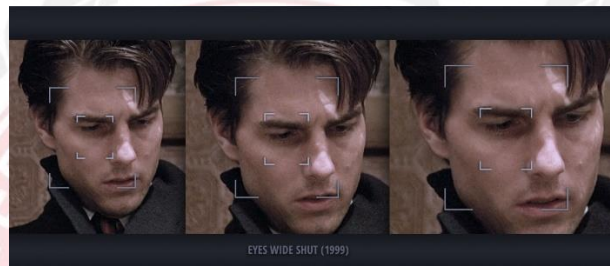
menjauhi kamera, hal itu disebut *walk out*. Sebaliknya, obyek yang bergerak mendekati kamera disebut *walk in*. Jika obyek masuk ke dalam *frame* kamera, hal itu disebut *in frame*, sedangkan obyek yang keluar dari *frame* kamera disebut *out frame* (Bonafix, 2011).

2.6.4 Gerakan Kamera (*Camera Movement*)

Menurut Bonafix (2011) jenis-jenis pergerakan kamera terdiri dari:

1. *Zoom In & Zoom Out*

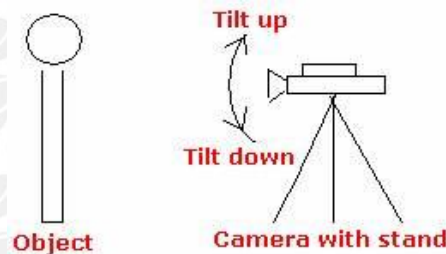
Pergerakan untuk menjauh atau mendekat tanpa harus menggerakkan kamera secara fisik.



Gambar 2. 15 Contoh Zoom in & Zoom out
(Sumber: www.filmeditingpro.com, 2022)

2. *Camera tilt*

Menggerakkan kamera untuk mengambil gambar dari atas kebawah atau sebaliknya yang disebut juga *tilt up* atau *tilt down*. Gerakan ini biasanya dilakukan untuk menampilkan sosok tertentu atau obyek yang diinginkan, sehingga dapat memunculkan rasa penasaran pada penonton.



Gambar 2. 16 Camera tilt
(Sumber: www.chasestokesmediatheory.files.wordpress.com, 2022)

3. *Dolly shot*

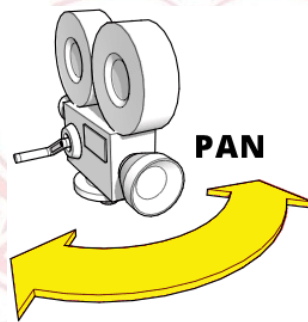
Teknik yang digunakan untuk membuat gerakan kamera maju dan mundur secara halus dan teratur.



Gambar 2. 17 Dolly shot
(Sumber: www.premiumbeat.com, 2022)

4. *Camera pan*

Teknik mengambil gambar di mana posisi kamera bergerak dari kanan ke kiri atau sebaliknya agar dapat menampilkan obyek secara berurutan dan rapi. Pada saat menggerakkan kamera untuk *panning* tidak boleh terlalu cepat karena menurut psikologi penglihatan, seseorang akan membutuhkan waktu setidaknya 3 detik untuk mengidentifikasi sebuah obyek, jika waktu yang diberikan kurang dari itu, maka penonton mungkin akan kesulitan untuk mengenali obyek yang ditampilkan.



Gambar 2. 18 Camera pan
(Sumber: www.netonnordic.com, 2022)

5. *Crane shot*

Crane shot, yang juga dikenal sebagai *jimmy jib*, adalah teknik pengambilan gambar yang menggunakan alat berbentuk seperti *jib crane* dengan panjang sekitar 9 meter. Alat ini dilengkapi dengan tombol *zoom* dan juga *monitor* kecil. Kelebihan dari menggunakan crane shot adalah Anda dapat mengambil gambar dari berbagai macam sudut tanpa harus menggunakan kamera yang dipegang tangan (*handheld*).



Gambar 2. 19 Contoh Crane shot
(Sumber: www.72dragonsmedia.com, 2022)

6. *Follow shot*

Mengambil dengan menggerakkan kamera mengikuti obyek yang sedang difokuskan. Alat bantu yang biasa digunakan untuk mencapai efek ini dapat berupa rel, kendaraan, atau alat lain yang dapat membantu kamera untuk mengikuti obyek tersebut.



Gambar 2. 20 Contoh follow shot
(Sumber: www.nofilmschool.com, 2022)

2.7 Penelitian Terdahulu

Dalam suatu penelitian, sangat penting untuk menggunakan penelitian terdahulu sebagai referensi dan dukungan bagi penelitian yang sedang dilakukan.

Berikut beberapa penilitan terdahulu, antara lain:

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu edukasi data pribadi SMA Negeri 1 Mimika

Peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
Pakpahan et al., (2021)	EDUKASI PADA SISWA SMA NEGERI 1 MIMIKA UNTUK MENGATASI ANCAMAN MEDIA ONLINE PADA DATA PRIBADI	<ul style="list-style-type: none"> • Topik permasalahan dari kejahatan siber • Menggunakan media berupa video • Memberikan edukasi untuk melindungi data pribadi • Target berusia remaja 	<ul style="list-style-type: none"> • Video berupa animasi • Lebih mengarah kepada satu sekolah
Hasil penelitian			
<p>Media video animasi yang berhasil digunakan sebagai media edukasi pada siswa-siswi SMA Negeri 1 Mimika dengan memperoleh prestase keberhasilan sebesar 89%. Sehingga media video animasi sebagai Edukasi Pada Siswa SMA Negeri 1 Mimika untuk Mengatasi Ancaman Media Online pada Data Pribadi dinyatakan efektif sebagai pendukung edukasi.</p>			

Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu film pendek Si Ayu

Peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
Bezaleel & Felicia (2021)	PERANCANGAN FILM PENDEK BERJUDUL SI AYU SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI DAMPAK PSIKOLOGIS <i>BODY SHAMING</i> BAGI REMAJA PUTRI	<ul style="list-style-type: none"> • Perancangan berupa film pendek • Topik permasalahan dari kejahatan siber di internet • Metode penelitian kualitatif • Menargetkan kalangan remaja 	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis kejahatan <i>body shaming</i> • Mensosialisasikan usia remaja sebagai pelaku dan korban
Hasil penelitian			
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengkampanyekan agar dapat mencegah <i>Body Shaming</i> pada remaja perempuan melalui media film pendek yang dikatakan berhasil dalam menyampaikan pesan dan informasi mengenai dampak buruk <i>body shaming</i> secara psikologis kepada masyarakat dengan alur cerita yang sangat dekat dengan permasalahan anak muda.</p>			

Tabel 2. 3 Penelitian terdahulu

Berdasarkan tabel analisis, terdapat persamaan dalam penelitian yang dilakukan

Peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
Parulian et al., (2021)	ANCAMAN DAN SOLUSI SERANGAN SIBER DI INDONESIA	<ul style="list-style-type: none"> • Topik mengenai kejahatan siber 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada media yang dibuat • Menggunakan metode studi literatur • Membahas dari topik kejahatan siber secara umum
Hasil penelitian			
<p>Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apa itu ancaman siber, menganalisis beberapa contoh serangan siber, faktor-faktor yang mempengaruhi ancaman siber saat ini, dampak ancaman siber terhadap data pribadi, serta solusi-solusi untuk mencegah ancaman siber.</p>			

oleh peneliti. Ketiga penelitian sebelumnya sama-sama bermula dari topik utama kejahatan siber. Sedangkan penelitian ini membedakan diri dengan penelitian sebelumnya sebagai referensi dengan menciptakan film pendek sebagai media yang memiliki keunggulan dalam mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, serta dapat menarik perhatian, dan mudah dipahami oleh remaja. Film pendek yang dirancang akan didukung dengan media lain seperti *marchandise*, promosi dan konten informatif di media sosial.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metodologi yang mengarah ke perancangan serta hasil dan analisis data yang dilakukan selama penelitian. Melalui penggunaan metode dan teknik tertentu, diharap dapat memecahkan permasalahan objek penelitian. Hasil penelitian diharapkan dapat menghasilkan suatu konsep dan rencana kreatif yang akan diaplikasikan melalui hasil karya untuk memperoleh kata kunci yang diperlukan untuk merancang film pendek sebagai kampanye edukasi kejahatan siber untuk melindungi data dan privasi di internet bagi remaja.

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif mengacu pada penelitian yang bersifat ilmiah dan sistematis, sama seperti penelitian kuantitatif, namun pemilihan sampel tidak seketat dan serumit penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian kualitatif bukan untuk menarik kesimpulan tentang populasi, melainkan untuk meneliti ciri-ciri orang atau kelompok orang yang diteliti sehingga validitas hasil penelitian hanya berlaku untuk orang atau kelompok orang yang diteliti (Sarwono & Lubis, 2007).

3.2 Unit Analisis

3.2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah Atribut, karakter, nilai seseorang, benda atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dan dari mana kesimpulan ditarik dan dipelajari (Sugiyono, 2012). Objek dalam penelitian perancangan film pendek sebagai kampanye edukasi kejahatan siber untuk melindungi data dan privasi di internet bagi remaja, akan difokuskan pada dinas KOMINFO di kabupaten Gresik, dan juga dari target audiens yang memiliki tujuan yang sama dari pesan kampanye yang dibawakan.

3.2.2 Subjek Penelitian

Maksud dari subjek penelitian adalah orang, tempat atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran (Kamus Bahasa Indonesia, 1989). Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja berjenis kelamin laki-

laki maupun perempuan berusia 14-25 tahun, ataupun anak yang sedang berada di usia produktif di bangku sekolah maupun perguruan tinggi.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Karena peneliti berasal dari Jawa timur, maka akan menggunakan remaja di Jawa Timur sebagai populasi dari penelitian, sedangkan Sampel kota yang bisa mewakili dari populasi Jawa Timur adalah Surabaya, Gresik, dan Sidoarjo. Walaupun penelitian hanya dilakukan beberapa kota sampel dari populasi di Jawa Timur, namun hasilnya masih dapat diterapkan dan masih relevan bagi remaja di kota lain.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Pra produksi

Pada tahap ini peneliti akan mengumpulkan data dari observasi, studi eksisting, wawancara, dan kuesioner yang selanjutnya akan dianalisa agar dapat menghasilkan informasi yang sesuai dengan apa yang diteliti, sehingga dapat menjadi acuan dalam penyusunan naskah dan *storyboard* sebagai tahap pra produksi film pendek.

2. Produksi

Pada tahap produksi, data yang sudah diolah menjadi kebutuhan dari pembuatan film pendek maka akan dimulai proses untuk pengambilan gambar yang sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.

3. Pasca produksi

Pada tahap pasca produksi akan mempersiapkan dari kumpulan hasil pengambilan gambar menjadi sebuah film yang utuh. Tahap ini merupakan tahap pelaporan dari pembuatan penelitian.

3.4 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan dari penelitian yang paling penting yang tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan data (Sugiyono, 2012). Penelitian pengumpulan data didapat dengan cara observasi, wawancara, dan

kuesioner. Data yang didapat akan menjadi langkah awal dalam penyusunan film pendek kampanye kejahatan siber untuk melindungi data dan privasi sebagai media edukasi.

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan proses untuk menganalisa secara sistematis yang digunakan untuk suatu tujuan tertentu (Herdiansyah, 2010). Melalui pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa observasi adalah teknik untuk pengumpulan data yang dilakukan secara langsung. Peneliti melakukan pengamatan secara digital terhadap konten yang biasa digunakan oleh objek di internet dan berpotensi untuk terjadinya *Cyber Sabotage and Extortion* dan *Infringements of Privacy*.

3.4.2 Studi eksisting

Dilakukan studi eksisting terhadap beberapa film pendek dengan kegunaan yang sama, yaitu edukasi untuk referensi dari sisi media yang digunakan dalam penelitian dan juga sebagai data eksisting, komparator, dan kompetitor dalam film pendek edukasi. Beberapa film pendek yang dijadikan sebagai kajian yaitu:

a) *Digital Footprint* - Rekam Jejak Digital (2018)



Gambar 3. 1 film pendek *digital footprint* - rekam jejak digital (Sumber: www.youtube.com, 2022)

Film dari yayasan sejiwa yang berjudul *digital footprint* - rekam jejak digital digunakan sebagai referensi karena memiliki latar belakang cerita yang sama, yaitu dari kebiasaan dari remaja yang aktif menggunakan internet khususnya media sosial. film ini digunakan sebagai eksisting film pendek edukasi, komparator, dan kompetitor dalam pembuatan film ini. Film pendek yang

berjudul *digital footprint* - rekam jejak digital menceritakan remaja wanita yang sedang melakukan wawancara untuk program pertukaran pelajar ke Amerika, ia mengikuti wawancara dengan penampilan yang rapi dan perkataan yang sopan, namun saat tahap pengecekan ia memiliki tindakan yang kurang baik yang ditunjukkan di internet sehingga harus dicoret dari daftar pertukaran pelajar.

b) Series Studi Banting (2018-2020)



Gambar 3. 2 film pendek series Studi Banting
(Sumber: www.youtube.com, 2023)

Film pendek buatan dari *channel* youtube Sepulang Sekolah yang memiliki 38 episode dan digunakan sebagai referensi karena dapat menyampaikan tema pendidikan melalui genre komedi. Film pendek ini masih dapat juga digunakan sebagai komparator dan eksisting dalam pembuatannya. Secara keseluruhan episode menceritakan kegiatan 2 orang sahabat setelah pulang dari sekolah dengan mengambil poin dari materi pembelajaran sekolah yang diterapkan pada kehidupan mereka.

3.4.3 Wawancara

Wawancara merupakan bentuk percakapan antara dua orang atau lebih antara pewawancara dan narasumber (Yuhana & Aminy, 2019). Wawancara dapat membantu peneliti untuk mendapatkan informasi yang tidak bisa diobservasi. Peneliti merencanakan wawancara pada kepada dinas komunikasi informatika kabupaten Gresik mengenai kejahatan siber, khususnya pada keamanan data dan privasi di internet terutama di kalangan remaja.

3.4.4 Kuesioner

Kuesioner berasal dari kata question atau pertanyaan, kuesioner juga disebut sebagai angket, yaitu daftar pertanyaan tentang suatu topik atau bidang yang diisi oleh responden (Widiatmoko, 2013). Penelitian ini menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* yang dibagikan kepada remaja dengan kisaran usia 14-25 tahun dengan target utama di kota Gresik dan sekitarnya.

3.5 Analisis Data

Menurut Miles & Huberman dalam Sugiyono (2012) memaparkan aktivitas dalam analisis data dalam penelitian kualitatif meliputi:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah tahap yang menyederhanakan data untuk mempermudah pemahaman. Data dikelompokkan menjadi beberapa kategori, dan peneliti memilih data yang diperlukan dan menghapus data yang tidak digunakan untuk menjadikan data lebih sederhana dan mudah dipahami.

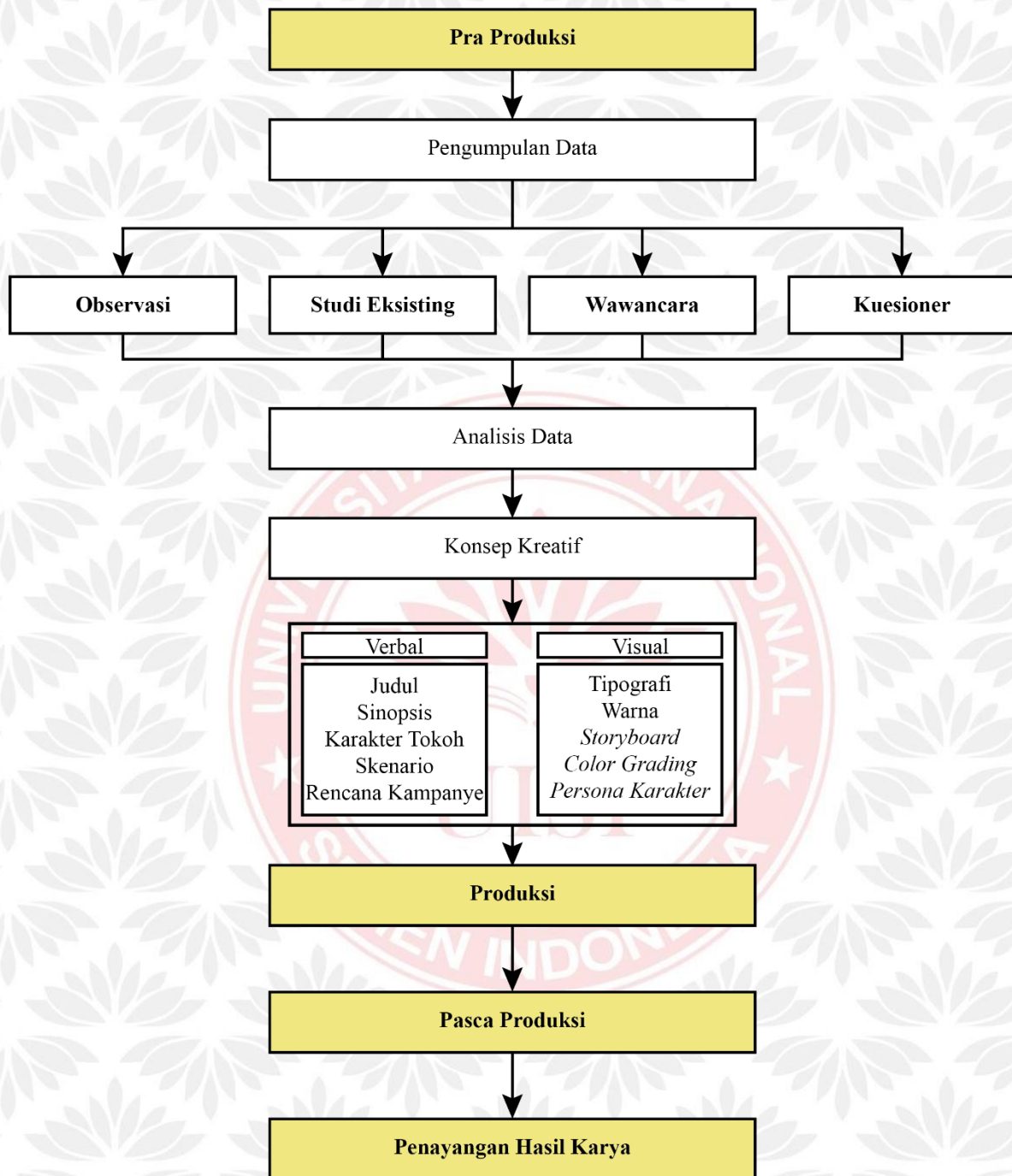
2. Penyajian data

Setelah melakukan proses reduksi data, maka tahap selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, tabel, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Namun bentuk penyajian data yang sering dilakukan adalah menyajikan data dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir dalam proses analisis data yang bertujuan untuk menarik kesimpulan yang tepat dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang telah didapat.

3.6 Kerangka Penelitian



Gambar 3. 3 Kerangka Penelitian

BAB IV

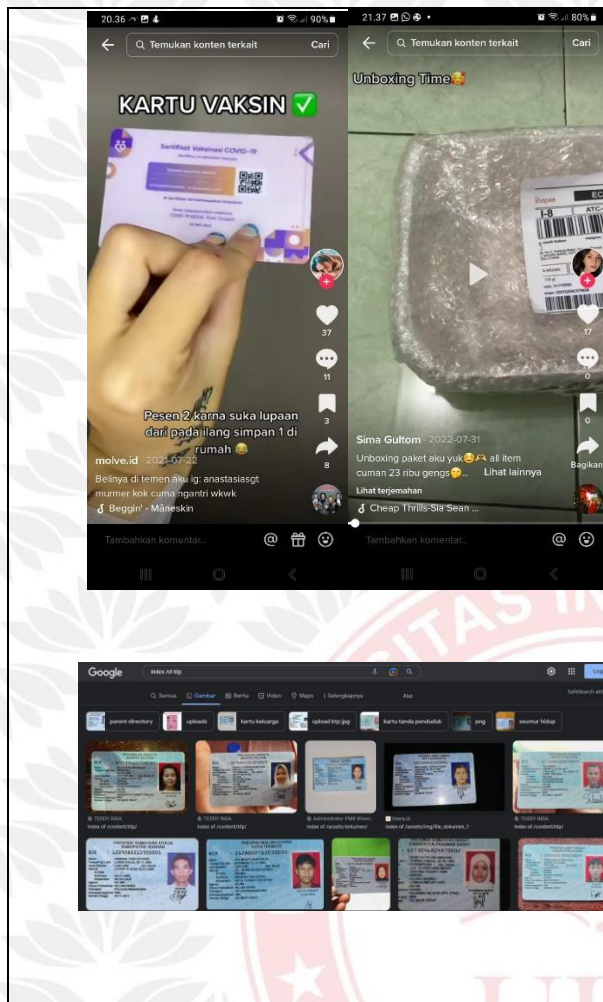
DATA DAN PERANCANGAN

4.1 Hasil Observasi

Kegiatan observasi dilakukan untuk mengamati dan menganalisa konten di internet yang sering digunakan oleh objek di internet dan memiliki indikasi untuk terjadinya kejahatan pencurian data dan privasi penggunaannya.

Tabel 4. 1 Hasil Observasi

   	<ul style="list-style-type: none">• Situs yang berisi informasi umum masih dianggap aman karena telah disortir melalui mesin pencarian google, namun beberapa situs yang memunculkan iklan <i>pop up</i>.• Situs <i>streaming</i> film bajakan memuat iklan yang bukan program periklanan seperti google ads, iklan yang ada memuat hal yang kurang baik.• Beberapa halaman situs <i>download</i> memiliki lebih dari satu tombol <i>download</i> yang mengarahkan ke berbagai situs yang tidak terduga dan memiliki keamanan yang kurang terjamin.• Beberapa situs <i>download software</i> bajakan yang secara tiba-tiba
--	---



mendownload file yang kemungkinan berisi virus.

- Beberapa pengguna media sosial mengunggah konten yang memuat informasi pribadi.
- Dengan kata kunci “index /of ktp” di google dapat didapat dengan mudah identitas pribadi berupa Kartu Tanda Kependudukan yang juga banyak ditemui usia remaja.

4.2 Hasil Data Eksisting

Studi data eksisting dilakukan dengan menganalisa beberapa film pendek dengan *genre* dan tema yang sama, dan juga digunakan sebagai referensi, komparator, dan kompetitor dalam pembuatan media film pendek.

Tabel 4. 2 Hasil data eksisting

	<ul style="list-style-type: none">• Sebagai referensi, film pendek ini menunjukkan salah satu permasalahan dari kalangan remaja saat menggunakan media sosial, yaitu terlalu mengekspos ranah yang seharusnya tidak dibagikan.• Sebagai komparator, film pendek ini dibuat dengan durasi yang sangat singkat, sehingga tidak ada penjelasan mengenai penyelesaian masalah, hanya memberikan peringatan melalui teks di akhir.• Sebagai kompetitor, beberapa aspek dalam film pendek ini seperti plot cerita, set lokasi, pengambilan gambar, pencahayaan, dan editing yang sederhana, sehingga film pendek ini masih bisa dijadikan pesaing dalam pembuatan media film pendek.
---	--



Episode 12 Studi Banting – Frekuensi Harapan (2019)

- Sebagai referensi, film pendek ini menggunakan latar belakang cerita yang dapat *relate* dengan mengambil sudut pandang remaja yaitu waktu sepulang sekolah, selain itu penyampaian pesannya yang dilakukan secara langsung dengan memberikan teks pada video serta memberikan contoh secara langsung dalam kehidupan nyata.
- Sebagai komparator, film pendek ini memiliki *background* musik original yang diterapkan untuk berbagai situasi scene yang berbeda, selain itu aktor yang bermain dalam film pendek ini telah memiliki pengalaman untuk memerankan tokoh sehingga dapat membantu penyampaian cerita dalam film.
- Sebagai kompetitor, dalam segi pengambilan gambar dan pencahayaan, film pendek ini tidak terlalu

	banyak menggunakan teknik yang rumit.
--	---------------------------------------

4.3 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan oleh penulis terhadap objek penelitian, yaitu pada Dinas Komunikasi dan Informatika yang ada di kabupaten Gresik, dengan narasumber wawancara dalam penelitian ini adalah Dina Kharista, S.Kom sebagai Analis Tata Kelola Keamanan Siber dan Rista Novitasari, S.Kom, M.T sebagai Sandiman Ahli Muda. Pelaksanaan wawancara ini bertujuan untuk mengetahui program yang telah berjalan maupun masih berupa rencana yang sesuai topik yaitu kejahatan siber, khususnya keamanan data dan privasi.

Tabel 4. 3 Hasil wawancara

<p>Tim keamanan siber Dinas Komunikasi dan Informatika Gresik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan <i>firewall</i> diterapkan pada server website pemerintah yang menyimpan banyak data-data rahasia milik pemerintah dan juga terapat data pribadi milik masyarakat. • Cara kerja dari <i>firewall</i> yang telah diterapkan dengan membaca <i>ip</i> pengguna sebelum masuk <i>website</i> yang kemudian dianalisa normal tidaknya saat mengakses, apabila ditemui cara mengakses yang tidak normal, maka <i>ip</i> yang mengakses akan tercatat dan dapat diblok. KOMINFO juga melakukan laporan perbulan dari jumlah kegiatan dari <i>firewall</i>. • Untuk lebih meningkatkan keamanan, kedepannya akan menggunakan <i>software</i> wazuh yang lebih kompleks dari <i>firewall</i>. Penggunaan wazuh akan digunakan di setiap <i>website</i> atau url dan aplikasi, agar mendapat data yang lebih detail dan terperinci.
---	---

	<ul style="list-style-type: none">• Penggunaan wazuh masih belum bisa diterapkan karena saat ini sedang proses merapikan dan membersihkan server pribadi pada <i>website</i>.• KOMINFO pusat melalui tim penanganan insiden keamanan informasi membuat program CSIRT yang tersebar ke setiap provinsi dan kabupaten dengan cara pengajuan yang sama di setiap kota.• CSIRT yang ada di Gresik baru diluncurkan pada akhir 2022, dapat melaporkan tindak kejahatan siber dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan. Namun, Sejauh ini masih belum banyak yang menggunakan CSIRT, karena masih dari tim KOMINFO yang melakukan pengecekan, dan bentuk pengaduan oleh masyarakat ada saat sebelum adanya CSIRT.• Mengadu melalui CSIRT masih belum bisa dilakukan untuk keperluan individu, masih terbatas untuk website resmi milik pemerintah.• Saat ini belum ada kegiatan sosialisasi kepada masyarakat mengenai kejahatan siber, namun masih terbatas melakukan pelatihan terhadap Organisasi Perangkat Daerah (OPD).• Rencana yang dimiliki saat ini adalah membuat pelatihan terhadap masyarakat yang memiliki minat di bidang <i>hacking</i> untuk diberikan pengarahan agar dapat menggunakan kemampuannya untuk hal yang baik.• Saat ini terdapat beberapa video berupa iklan untuk mempromosikan peluncuran program
--	--

	<p>baru seperti Gresikpedia, Gresik AKAS 112, dan CSIRT.</p> <ul style="list-style-type: none"> • KOMINFO kabupaten Gresik meminjamkan sebuah buku yang berisi materi mengenai keamanan informasi sebagai informasi yang dibawakan untuk film pendek. • KOMINFO kabupaten Gresik dapat membantu untuk menyebarluaskan media film pendek yang dibuat melalui Suara Gresik dan media sosial milik KOMINFO Gresik.
--	---

4.4 Hasil Kuesioner

Melalui kuisisioner yang disebarakan secara *online* kepada target usia 14-25 tahun dengan target utama di Jawa Timur melalui media sosial dan menemui orang melalui video chat, serta bantuan dari relasi yang dimiliki oleh penulis untuk mencapai lebih banyak responden, khususnya dari wilayah Gresik, Surabaya, dan Sidoarjo. Jumlah responden yang didapat sebanyak 100 orang. Melalui kuesioner diperoleh data dari responden mengenai pendapat masyarakat remaja mengenai perilaku saat menggunakan internet dan pengalaman sebagai korban kejahatan siber, serta pandangan seberapa efektif film pendek sebagai media untuk mengedukasi dan genre yang akan digunakan agar relate untuk kalangan remaja.

Tabel 4. 4 Hasil kuesioner

No	Pertanyaan	Kesimpulan
1	Usia responden	Berdasarkan 100 responden kuisisioner yang disebarakan oleh penulis secara <i>online</i> , mayoritas berusia antara 17-22 tahun dengan persentase terbanyak pada usia 20-22 tahun (39%) dan usia 17-19 tahun (38%), diikuti oleh 15% pada usia 14-16 tahun dan 8% pada usia 23-25 tahun.
2	Domisili asal responden	Berdasarkan hasil kuesioner dari 100 responden, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berasal dari Jawa Timur, dengan persentase mencapai 62%. Kemudian diikuti oleh Jawa Barat dengan persentase 15%, Jawa Tengah dengan 7%, dan Daerah Istimewa Yogyakarta dengan 3%. Sedangkan persentase responden dari daerah lainnya seperti Daerah Khusus Ibukota Jakarta dan Lampung, masing-masing sebesar 2%, dan 1% dari Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, Kalimantan Timur, Banten, Sulawesi Tenggara, Bengkulu, Kalimantan Barat, Gorontalo, dan Sumatera Barat.

3	Jenis kegiatan yang biasa dilakukan dengan internet?	Bersosial media lebih mendominasi aktifitas remaja saat menggunakan internet dengan perbandingan 82 dari 100, selain itu aktifitas lain seperti browsing, belajar, atau mencari informasi dan referensi, menonton video atau streaming, bermain game online, dan sebagian kecil dari responden menggunakan internet untuk keperluan kerja, dan untuk belanja online dan <i>e-banking</i> .
4	Saat <i>download software</i> , bermain <i>game</i> , dan menonton video <i>streaming</i> , darimanakah responden mendapat akses tersebut?	Dari 100 responden, sebanyak 47% masih menggunakan asli dari penyedia layanan ataupun mencari versi lain yang gratis dengan fungsi yang sama, selain itu sebanyak 44% masih membeli untuk dapat menggunakan produk dari penyedia resmi, namun membeli dari jasa penjual yang lebih murah, sayangnya penggunaan secara ilegal atau bajakan masih dilakukan oleh responden sebanyak 43%.
5	Apakah responden memahami risiko-risiko yang mungkin terjadi ketika membagikan informasi pribadinya di internet?	Dari 100 responden yang telah mengisi kuisisioner, sebagian besar responden sebanyak 54% sepenuhnya memahami risikonya, 42% sebagiannya masih memahami sebagian dari risikonya, sedangkan sisanya hanya 4% yang tidak tahu sama sekali.

6	Apakah responden merasa pernah membagikan informasi pribadinya di internet seperti alamat rumah, nomor telepon, atau nomor identitas pribadi lainnya?	Berdasarkan dari 100 responden yang telah mengisi kuisisioner, 56% responden merasa jarang untuk membagikan informasi pribadi, 29% merasa tidak pernah, sedangkan 15% sisanya masih merasa sering untuk membagikan informasi pribadinya.
7	Apakah merasa nyaman saat responden membagikan informasi pribadi Anda di internet atau media sosial?	Berdasarkan dari 100 responden yang telah mengisi kuisisioner, 46% responden tidak merasakan apa-apa atau biasa saja, 45% merasa tidak nyaman, sedangkan 9% sisanya masih merasa nyaman untuk membagikan informasi pribadinya.
8	Alasan mengapa responden membagikan informasi pribadinya di internet atau media sosial?	Berdasarkan pendapat dari 100 responden mengenai alasan mereka membagikan informasi pribadi mereka, 31% responden merasa bahwa informasi tersebut dapat berguna untuk orang lain, 27% responden merasa untuk mendapatkan pengikut atau teman, 23% responden merasa informasi tersebut tidak penting, dan sisanya untuk kepentingan lain seperti pendaftaran atau lain sebagainya.

9	Menurut responden apakah remaja lainnya saat ini mudah membagikan informasi pribadi mereka di internet maupun di media sosial?	Sebagian besar 76% dari 100 responden merasa bahwa remaja lain mudah untuk membagikan informasi pribadi mereka di internet, 22% merasa tidak yakin, dan 2% sisanya tidak merasa seperti itu.
10	Apakah responden pernah mengalami kejadian yang terkait dengan kejahatan siber, khususnya pencurian data dan privasi?	Dari 100 responden yang mengisi kuisisioner, 55% responden pernah menjadi korban dari pencurian data dan privasi.
11	Apakah responden pernah mengalami kerugian secara materil atau immateriil akibat kejahatan siber?	Dari 45 responden yang pernah menjadi korban dari pencurian data dan privasi, 23 responden atau 51.1% mengalami kerugian secara materil, sedangkan 22 responden sisanya atau 48.9% kerugiannya didapat secara immateriil.
12	Apakah responden tahu penyebab dari kejahatan siber yang anda alami tersebut?	Melalui 45 responden yang pernah menjadi korban pencurian data dan privasi, 18 responden atau 40% merasa mungkin atau kurang yakin atas penyebab mereka menjadi korban, 15 responden atau 33.3% masih mengetahui, dan 12 responden atau 26.7% tidak mengetahui akibatnya.

13	Apakah responden mengetahui cara untuk mengamankan kembali setelah terjadi pencurian data dan informasi pribadi di internet?	45 responden yang telah menjadi korban pencurian data dan privasi sebagian besar sebanyak 23 responden atau 51.1% hanya mengetahui beberapa cara untuk mengamankan kembali setelah datanya dicuri, sedangkan 22 responden sisanya yang telah mengetahui dan tidak tahu caranya yang masing-masing 11 responden atau 24.4%.
14	Seberapa sering responden menonton Film Pendek untuk menambah informasi dan wawasan?	Berdasarkan hasil kuesioner dengan 100 responden, sebanyak 63% responden jarang menonton film pendek untuk menambah informasi dan wawasan, 32% responden sering menonton film pendek, dan hanya 5% responden yang tidak pernah menonton film pendek.
15	Menurut responden dimana penyebaran untuk menonton film pendek yang lebih mudah dan lebih nyaman?	Berdasarkan kuesioner yang diisi oleh 100 responden, sebanyak 61% responden menjawab bahwa penyebaran untuk menonton film pendek yang lebih mudah dan lebih nyaman adalah melalui platform berbagi video seperti Youtube.

16	Genre yang menurut responden lebih sesuai digunakan dalam film pendek, sebagai media untuk meningkatkan kewaspadaan pada remaja mengenai keamanan data dan informasi pribadi di internet	Berdasarkan hasil kuesioner dengan 100 responden, mayoritas responden sebanyak 68% menjawab bahwa genre komedi lebih sesuai digunakan dalam film pendek sebagai media untuk meningkatkan kewaspadaan pada remaja mengenai keamanan data dan informasi pribadi di internet, disusul oleh 47% responden yang memilih genre drama, 31% responden memilih genre thriller, dan hanya 17% responden yang memilih genre fiksi ilmiah.
17	Menurut responden pesan yang disampaikan melalui film pendek, lebih mudah dipahami melalui iklan dalam video atau film pendek secara langsung	Dari 100 responden yang mengisi kuisisioner, sebanyak 86% responden menjawab bahwa pesan yang disampaikan melalui film pendek lebih mudah dipahami melalui film pendek secara langsung.

4.5 Hasil Analisa Data

Melalui hasil observasi, data eksisting, wawancara, dan kuisisioner yang dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa:

1. Situs yang menyediakan akses secara illegal memiliki risiko tinggi untuk terjadi pencurian data dan privasi pengguna. Hal ini disebabkan karena iklan yang muncul pada situs tersebut seringkali mengarahkan pengguna ke website berbahaya lain atau bahkan dapat mendownload secara tidak terduga file virus ke dalam perangkat pengguna.
2. Ditemukan bahwa melalui media sosial, beberapa pembuat konten masih secara tidak sadar menyebarkan informasi pribadi miliknya. Selain itu, melalui mesin pencarian seperti Google, informasi pribadi orang lain seperti nomor KTP dapat

dengan mudah ditemukan. Hal ini menimbulkan risiko tinggi terhadap pencurian identitas dan penyalahgunaan informasi pribadi.

3. Berdasarkan hasil analisa data eksisting dari dua film pendek referensi, ditemukan bahwa penggunaan latar belakang cerita sebagai remaja sekolah dan permasalahannya dalam penggunaan media sosial dianggap dapat lebih relevan dan mudah dipahami oleh audiens remaja.
4. Upaya dari dinas KOMINFO kabupaten Gresik masih terbatas dalam upaya untuk meningkatkan keamanan informasi dengan penggunaan firewall pada server dan *website* pemerintah yang menyimpan banyak data-data rahasia milik pemerintah dan juga terdapat data pribadi milik masyarakat dan juga melalui CSIRT. Sedangkan belum ada bentuk untuk mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai keamanan data dan privasi, sehingga melalui perancangan film pendek edukasi untuk melindungi data dan privasi diharap dapat membantu KOMINFO sebagai bentuk sosialisasi kepada masyarakat.
5. Hasil respon yang didapatkan dari usia 14-25 tahun sebanyak 100 responden, sebagian besar memahami risiko-risiko yang mungkin terjadi ketika membagikan informasi pribadi di internet, namun lebih dari separuh dari keseluruhan responden masih merasa pernah membagikan informasi pribadinya dengan alasan yang didominasi adalah informasi tersebut dapat berguna bagi orang lain.
6. Masih banyak remaja yang merasa tidak nyaman untuk membagikan informasi pribadi mereka di media sosial, namun sebagian besar dari mereka tetap membagikan informasi tersebut jika dianggap bermanfaat bagi orang lain. Selain itu, mayoritas responden juga berpikir bahwa remaja saat ini mudah membagikan informasi pribadi mereka di internet atau media sosial.
7. 45 dari 100 responden yang pernah menjadi korban pencurian data dan privasi, sebagian besar dari mereka kurang tahu tentang penyebab dan cara untuk mengamankan kembali data dan informasi pribadi mereka setelah terjadi pencurian. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi dan peningkatan kesadaran terkait keamanan siber bagi remaja.
8. Melalui hasil kuesioner yang diberikan kepada 100 responden yang berusia antara 14-25 tahun, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden masih kurang

tertarik untuk menonton film pendek untuk tujuan edukasi. Maka untuk film kejahatan siber untuk melindungi data dan privasi diperlukan perencanaan dan unsur hiburan agar dapat ditonton oleh audiens melalui kampanye sebelum ditayangkan melalui media *youtube* sebagai media publikasinya dengan genre komedi yang dapat membuat audiens lebih tertarik dan lebih mudah memahami pesan yang ingin disampaikan.

4.6 Perancangan Konsep Kreatif

Pada tahap perancangan konsep kreatif berisikan tahapan persiapan untuk pembuatan media berdasarkan hasil dari penelitian untuk mendapatkan data atau informasi, sehingga menghasilkan film pendek edukasi dengan tambahan genre komedi untuk meningkatkan kewaspadaan dari pencurian data dan privasi bagi remaja, dengan durasi kurang lebih 12-15 menit.

4.6.1 Konsep verbal

4.6.1.1 Judul

Judul yang digunakan untuk film pendek adalah “APA APA DIPENCETIN” yang menggambarkan karakter utama yang digambarkan ceroboh saat melakukan download maupun membagikan ke sosial mediana. Mengikuti *genre* yang dibawakan pada film ini yaitu komedi, maka bahasa yang digunakan juga gaya bahasa yang santai dan gaul agar dapat mendapat gambaran secara keseluruhan hanya dengan membaca judul.

4.6.1.2 Sinopsis

Ber cerita mengenai kecerobohan Aldi sebagai remaja dalam menggunakan internet. Karena kasus *Cyber Sabotage & Extortion* dan *Infringements of Privacy* jelas merupakan hal yang dapat merugikan bagi korbannya, yang dimana dari 2 jenis kejahatan siber ini yang dapat menjadikan individu secara luas sebagai korban kejahatan.

Suatu hari Aldi diantar Dika ke tempat servis laptop untuk membetulkan laptop yang rusak, namun sayangnya toko sudah tutup. Mereka berdua pun pergi ke tempat nongkrong untuk mengerjakan tugas sambil menceritakan apa yang sebelumnya dialami oleh Aldi karena hasutan dari Ojak, dan Dika pun membawa

laptop rusak milik Aldi untuk diperbaiki di tempat lain. Beberapa hari kemudian Aldi nongkrong kembali bersama Dika dan Ojak karena laptopnya yang telah selesai diperbaiki dan juga membuat konten *unboxing* paket yang dibawa oleh Aldi dari rumah. Namun, Dika menegurnya karena video yang dibuat oleh Aldi dan Ojak terlalu sembrono karena mengandung informasi pribadinya. Akhirnya, Aldi merasa senang karena memiliki pengetahuan baru dan membuat konten untuk mengedukasi orang lain dari kejahatan siber.

Film pendek ini dapat dilanjutkan menjadi beberapa episode dengan membahas beberapa jenis kejahatan siber seperti *illegal contents* yang dimana teman sekolah mereka yang sering memberi informasi palsu dari guru yang berpotensi menyebabkan kekacauan disekolahnya. *Data forgery* yang dimana dengan kenakalan dan kejailan Ojak yang mengisi data milik guru yang dibencinya dengan melakukan pembelian *online*. *Offense against intellectual property* bercerita mengenai keadaan Ojak yang membuatnya membuat akun kloning dengan mengatas namakan *brand* besar sehingga ia dapat mengambil keuntungan dari sana.

4.6.1.3 Karakter tokoh

Dalam film pendek ini, terdapat 3 karakter utama, diantaranya adalah:

1. Aldi

Seorang remaja SMA yang sering aktif menggunakan media sosial dan kurang paham tentang yang dilakukannya. Mempunyai teman lama Dika dan teman sekelasnya Ojak. Terinspirasi dari selebriti Aldi Taher yang juga aktif di media sosial dan sering menunggah konten yang bermacam-macam jenisnya, sehingga terlihat seperti konten yang seenaknya dan tidak peduli dengan komentar yang didapat.

2. Dika

Teman dekat Aldi yang berpengetahuan luas dan suka bercanda. Pengetahuan yang dimilikinya sering digunakan untuk membantu dan mengingatkan Aldi agar menjadi orang yang lebih baik. Dikarenakan pada film ini karakter ini menunjukkan kepintaran di bidang teknologi, maka nama yang

digunakan diambil dari seorang konten kreator teknologi di youtube yang berasal dari Malang Jawa Timur bernama Dika DK ID.

3. Ojak

Memiliki nama asli Rozak, namun akrab dengan panggilan Ojak. Teman dekat yang sekelas dengan Aldi yang bertingkah dan mulutnya yang usil. Suka berbuat seenaknya tanpa memikirkan orang lain, dan mudah terpancing emosi. Terinspirasi dari karakter dengan nama yang sama di film “cek toko sebelah” yang juga suka usil ke orang lain.

4. Rani

Seorang remaja SMA yang juga satu kelas dengan Aldi dan Ojak, ia remaja yang pintar dan mudah malu dengan orang yang tidak dekat dengannya. Diambil dari nama karakter pada *game* buatan Indonesia Troublemaker, yang juga digambarkan anak SMA yang pintar dan pemalu.

4.6.1.4 Skenario

Melalui skenario dapat dipahami mengenai alur cerita secara keseluruhan, latar tempat dan waktu, peran, serta tindakan yang dilakukan oleh aktor. Berikut merupakan skenario untuk film pendek APA APA DIPENCETIN:

1. EXT. HALAMAN LUAR SEKOLAH - (DAY)

Aldi sedang menunggu Ojak yang sebelumnya ingin membantu untuk mengantarkan ke toko servis.

ALDI

(tampak cemas dan terburu-buru sambil melihat jam yang ada di ponselnya dan mencoba menghubungi Ojak)

Dika yang hendak pulang menyapa Rani dan menawarkan untuk mengantar pulang

DIKA

Ran kamu mau aku anter pulang gak?

RANI

(berbicara dengan pelan)

Eh.. Ga.. Usah deh.

Aldi yang melihat Dika langsung menghampiri dan menaiki sepeda motornya.

ALDI

(Langsung naik ke sepeda motor Dika)

Dik tolong banget anterin ke tempat servis cepetan.

Dika dengan panik dan malu langsung menjalankan sepeda motornya dengan Aldi yang sambil membenarkan tempat duduknya.

CUT TO:

2. EXT. DEPAN TOKO SERVIS - (DAY)

Mereka berdua memandangi depan toko yang telah tutup.

ALDI

(Memasang ekspresi kecewa)

Ck kesorean kita datengnya dik, keburu tutup deh jadinya, kalo udah gini sih nunggu besok.

DIKA

(memandangi Aldi dengan sedikit marah)

Lagian ngapain sih, terus gimana caranya bisa deketin Rani.

ALDI

Kalo itu nanti aku bantuin deh, janji, tapi tolong buat besok anterin kesini lagi ya.. Kalo nungguin Ojak malah ga beres-beres

DIKA

Bener ya, awas aja boong

(memandangi depan toko)

Kalo ini mah kayaknya emang lagi tutup.

DIKA (CONT'D)

Kemarin-kemarin HP rusak, sekarang laptop ang rusak, kayaknya apa yang kamu pegang mesti bakal rusak.

ALDI

(Hendak menepuk pundak Dika)

Heh..

DIKA

(Menghindar dari tangan Aldi)

Eitss.. Jangan pegang-pegang, nanti aku ikut rusak.

ALDI

Kebanyakan bercanda kamu dik. (beat) orang lagi panik juga gara-gara laptopnya rusak, ga bisa ngerjain tugas kan jadinya.

(Sambil menunjukkan tas laptopnya)

DIKA

(Melihat tas laptop Aldi dengan kebingungan)

Eh bentar-bentar, pantesan laptopmu rusak, mereknya aja ASER.

ALDI

Emangnya kenapa dik?

DIKA

(Sambil menunjuk merek laptop pada tas laptop)

Aku SELalu Rusak, hehehehe.

ALDI

(Menarik tas laptop dari tangan Dika dengan kesal)

Ehhh.. Masih aja dibercandain, bukannya ngasih solusi juga, serius mau dapetin Rani ga?

DIKA

(Menenangkan Aldi dan sedikit cengengesan)

Bentar jangan marah dulu, kalo masalah itu nanti aku bisa bawa ke temenku yang bisa servis laptop, kalo ke aku sih cuma ngerti aja tapi ga bisa prakteknya

ALDI

(Berbicara dengan nada sedikit tinggi)

Gitu dong, kalo mau dapetin Rani bantuin dulu.

DIKA

Masih marah aja, yang penting sekarang udah sedikit lebih ada jalan. Lagian emang rusaknya kenapa sih?

ALDI

Jadi gini.

CUT TO:

3. INT. RUMAH ALDI - (DAY)

Ojak bersantai-santai sambil bermain smartphone di rumah Aldi setelah sepulang sekolah.

ALDI (V.O)

Beberapa hari kemarin Ojak main ke rumahku sambil main game bareng, terus waktu maen dia bilang "woe kalo maen kayak gitu uninstall aja dek", terus dia kesel jadinya dia ngajak aku "Al ganti game lah, player game ini cupu-cupu".

CUT TO:

4. EXT. DEPAN TOKO SERVIS - (DAY)

Dika menghentikan Aldi yang sedang bercerita.

DIKA

Sekalian aja ceritain kalian berdua dari zigot, langsung ajalah sebelum rusak emangnya ngapain.

ALDI

Pokoknya dia kesel waktu main dapet tim kayak gitu jadi waktu kita habis makan.

CUT TO:

5. INT. RUMAH ALDI - (DAY)

Ojak menggunakan laptop milik Aldi.

ALDI (V.O)

kesel lagi dia terus bilang "tahu aja ada isinya, masa ini laptop gak ada apa-panya, film? Film? Ada gak?" terus aku jawab "yaudah tinggal streaming aja, punya akun neplik kan?" Terus sambil bilang "downloadin dulu ya, terserah dari mana"

CUT TO:

6. EXT. DEPAN TOKO SERVIS - (DAY)

DIKA

(Ekspresi cengengesan dan berubah ke bingung)

Hah? Download? emangnya kamu download dari mana? Jangan-jangan emang dari situ download ga bener tuh.

ALDI

Itu yang ada konci terbangnya, lagian dia bilang juga kalo aman ya gimana lagi. Awalnya masih oke-oke aja sih, tapi.

CUT TO:

7. INT. RUMAH ALDI - (DAY)

ALDI (V.O)

Di tengah-tengah nonton dia tiba-tiba malah teriak "aaaaaaaa" anehnya lagi dia juga sedikit ketawa "ho ho ho" habis itu dia lanjut marah lagi "lang laptopmu ga tau kenapa tiba-tiba rusak, nanti kita benerin ke tempat servis".

CUT TO:

8. EXT. DEPAN TOKO SERVIS - (DAY)

ALDI

Dia gak bilang tuh rusaknya karena apa, ya biasa cuma ada marah.

DIKA

Yaudah nongkrong dulu yok, ada tugas kan?

ALDI

Ada sih.. Tapi gimana ngerjainnya, lagi bokek juga dik.

DIKA

Aku bawa laptop kok pake aja dulu, kalo itu tenang kali ini aku yang bayar, itung-itung tambahan buat bantuin deketin Rani.

Aldi tersenyum tipis dan mereka meninggalkan tempat tersebut.

CUT TO:

9. INT. CAFE - (DAY)

B-Roll Suasana jalanan kota dan suasana kafe.

Dika dan Aldi meletakkan tas dari punggungnya dan duduk.

DIKA

Sekali dibayarin pesennya ga ngotak ya.

ALDI

Hehehe kesempatan ga boleh dibuang-buang.

Aldi mengambil laptop dari tas Dika dan mengerjakan tugas dan mencatat di bukunya.

DIKA

Bentar deh coba tanya ke Ojak emangnya sebelum dia marah dia ngapain?

ALDI

Coba ya.

Aldi mencoba menelpon menggunakan ponselnya, namun baru ada jawaban dari Ojak saat percobaan ke dua.

OJAK (V.O)

Gimana? Udah beres?

ALDI

Ngumpulin kemana? Ke sekolah lain apa gimana? Gitu aja lama banget.

OJAK (V.O)

Santai dong tetep aku temenin kok, tapi nanti.

ALDI

Der yang kamu lihat apa waktu kamu bilang laptopnya rusak?

OJAK (V.O)

Ga tau tuh tulisannya bahasa inggris, sama isi laptopmu jadi isi gambar kertas semua. Eh kamu dimana aku nyusul deh nanti.

ALDI

Yaudah nanti kesini, awas ga dateng lagi.

Aldi langsung menutup telponnya.

DIKA

Gimana katanya?

ALDI

Katanya dia juga ngerti ada tulisan bahasa inggris, sama isi laptopnya jadi gambar kertas.

DIKA

Wahhh kena tuh, setahuku itu kayaknya *CYBER SABOTAGE AND EXTORTION.*

ALDI

Apa tuh dik?

DIKA

CYBER SABOTAGE AND EXTORTION tuh.

ALDI

Eh bentar-bentar ini kamu tahu dari mana?

DIKA

Di artikel-artikel juga banyak yang bahas kok.

ALDI

Ya yang nulis siapa? Kalo bule masih bisa aku percaya, kalo orang kita yang nulis itu butuh dicek dulu kebenarannya.

DIKA

Dikira orang bule ga bisa buat hoax juga. Lagian ilmu tuh bisa dateng darimana aja.

ALDI

Yaudah lanjutin.

DIKA

CYBER SABOTAGE AND EXTORTION itu salah satu bentuk kejahatan siber yang dilakukan dengan cara membuat kerusakan pada data selama tersambung oleh internet. Biasanya sih pelaku nyelipin virus atau program di komputer dari korbannya, jadi data di komputernya bisa rusak.

ALDI

Tapi kan cuma download film, semua file nya jadi rusak. Terus gimana?

DIKA

Bisa jadi sih, dan juga biasanya pelakunya tuh nawarin jasa buat ngebenerin terus minta harga yang tinggi.

ALDI

Loh loh loh, nawarin buat ngebenerin? Kamu pelakunya?

DIKA

Eh enak aja, ini tuh demi Rani, lagian kita sama-sama untung kan?

ALDI

Eh iya iya, bercanda doang.

DIKA

Bedanya pelaku minta bayaran gede buat ngebenerinnya, aku disini kan cuma ngasih tau ke orang yang bisa.

ALDI

Lanjut tugas dulu deh sambil nunggu Ojak datang.

DIKA

Coba deh aku hubungin temenku yang bisa benerin.

B-Roll Aldi lanjut mengerjakan tugas dengan serius, dan Dika bermain game setelah menghubungi temannya.

CUT TO:

10. INT. CAFE - (DAY)

Ojak datang dan menghampiri meja tempat Aldi dan Dika.

OJAK

Hey *whatsup my fellas*, udah ngerjain tugas aja nih mas seleb, bisa lah ya pinjem buat komparator.

Aldi dan Dika membereskan barang-barang mereka di meja, dan langsung meninggalkan Ojak.

OJAK

Lohh kok malah pergi sih, tadi nyuruh kesini, Yan mabar yok.

DIKA

(Bicara dari kejauhan)

Udah tamat dari tadi.

Ojak pasrah dan minum sisa yang ditinggalkan Aldi dan Dika.

CUT TO:

11. INT. RUMAH ALDI - (DAY)

Aldi bersantai diatas kasurnya dan bermain sosial media. Dari luar rumahnya terdengar suara dari kurir yang berkata paket. Ponsel Aldi berdering panggilan dari Dika.

ALDI

(Berlari dari luar kamar, langsung mengangkat telpon)

Halo dik ada apa?

DIKA (V.O)

Laptop mu udah selesai dibenerin, ke kafe yok ketemuan.

ALDI

Ok aku ajak Ojak sekalian biar ngerti dia.

DIKA (V.O)

Yaudah aku tunggu

Aldi bergegas bersiap dan menghubungi Ojak untuk ikut ke cafe.

CUT TO:

12. INT. CAFE - (DAY)

Sesampainya di cafe Aldi hanya menjumpai Ojak yang menunggunya.

OJAK

Kemana aja, sekarang siapa yang datang telat? Udah nungguin dari tadi padahal.

ALDI

(Baru duduk setelah datang)

Ya sabar dikit dong, loh emang Dika belum dateng?

OJAK

(Nada bicara sedikit lebih tinggi)

Emang lihat Dika disini?

ALDI

Eits santai dong pertanyaan tuh dijawab sama jawaban bukan malah tanya balik, oh iya

(Mengeluarkan paket dari tas)

lihat nih paketnya udah datang.

OJAK

(Menghentikan Aldi yang akan membuka paketnya)

Udah gitu aja? Masih ngga ngeh? Aduh.. Jiwa konten kreatornya itu mana, dibuat konten unboxing lah.

ALDI

Oh iyaa, kenapa aku ga kepikiran ya.

OJAK

Mana HP mu biar aku ngerekamin, sama sekalian langsung aku editin deh
buat bentuk permintaan maaf, gimana?

ALDI

(Meminta menjabat tangan)

DEAL

B-Roll timelapse pembuatan video unboxing dan upload video ke media sosial.

Dika datang menghampiri Aldi dan Ojak dengan menunjukkan tas laptop.

DIKA

Al, Jak, nihh laptopnya udah beres

(Melihat temannya yang sambil asik menatap smartphone nya)

ada apa nih dipanggil sama temennya aja ga ada respon, gimana dipanggil sama yang diatas, bisa-bisa ngelak mungkin.

ALDI

(beat)

coba lihat yan, menurutmu fix fyp ga nih?

(Menunjukkan smartphone nya ke Dika)

DIKA

(Menonton video dari smartphone Aldi)

Baru aja mau dijelasin kenapa laptopmu rusak, sekarang malah ke jenis kejahatan siber lain.

OJAK

Apalagi sih, orang cuma konten gini doang, mana kejahatannya. Kalo nyopet tuh baru kejahatan.

ALDI

Gimana bisa jadi kejahatan siber dik?

DIKA

Gini ya, sebelumnya aku jelasin kenapa laptopmu rusak. Itu karena ada file yang dibawa waktu kamu download dari internet, jadinya file di laptopmu ke encrypt yang ga bisa dibuka itu, terus harus di decrypt. Ya gitu-gitu lah.

OJAK

Kalo itu bukan aku dong.

DIKA

Sama aja kan kamu nyaranin buat download film.

OJAK

Ih ga asik banget ngadu.

ALDI

Terus yang konten ku ini kenapa?

DIKA

Tapi hapus dulu itu tadi yang udah diupload.

ALDI

Sayang dong kalo dihapus ga jadi fyp.

DIKA

Pokoknya hapus!

Aldi menghapus konten yang telah diunggah.

DIKA (CONT'D)

Selain *CYBER SABOTAGE AND EXTORTION* ada jenis lain dari kejahatan siber *INFRINGEMENT OF PRIVACY*, yaitu jenis kejahatan yang dilakukan dengan menargetkan informasi pribadi yang tersimpan secara rahasia.

Tadinya dirahasiakan sama e-commerce tempat kamu beli, tapi kalo kamu sebarluasin ya sama aja kamu ngasih tau ke orang-orang. Kalo disalahgunakan gimana?

ALDI

Ojak nih yang ngerekam sama yang ngedit.

OJAK

Yaelah gitu doang mana kelihatan sih.. Lagian kenapa aku dikit-dikit salah sih.

DIKA

Makannya hati-hati kalo upload di medsos.

ALDI

Terus kalo gitu mana serunya main medsos.

DIKA

Kan ga selalu harus pamerin sesuatu. Kalo dari KOMINFO sendiri ada 7 hal yang tidak boleh disebarluaskan sembarangan di medsos karena berpotensi buat terjadinya pencurian data dan aksi kejahatan.

OJAK

Kasih tau dik.

Dika hanya geleng-geleng karena perkataan Ojak.

DISSOLVE TO:

13. INT. CAFE - (DAY)

Scene ilustrasi sesuai penjelasan Dika

DIKA (V.O)

Pertama, tiket perjalanan. Disitu kan ada semua data diri dan detail pemesanan tuh, apalagi biasanya ada dalem satu barcode. Kalo ke *scan* udah deh bisa bocor informasi pribadimu.

Kedua, KTP atau SIM. Udah tau sendiri kan kalo disitu ada data lengkap tentang identitas diri, ditambah ada pas foto resmi disitu.

Ketiga, selfie sama KTP. Kalo ini rentan banget buat disalahgunakan, apalagi pinjol-pinjol yang ga jelas cuma butuh foto KTP sama selfie, orang lain yang pinjem duit kamu yang dikejar-kejar DC, sama pastiin kalo selfie sama KTP cuma dipake buat keperluan yang punya kredibilitas.

Keempat, dokumen penting. kalo penting jangan disebar ke orang-orang yang ga ada kepentingan, contohnya kayak kartu keluarga, akta kelahiran, ijazah, pokoknya dokumen lain gitu lah.

Kelima, dokumen keuangan. contohnya kayak slip gaji, nomor rekening sama nomor bank, nomor kartu kredit, terus no CVV yang ada di kartu kredit, tadi kan udah dijelasin tuh kalo jangan asal nyebarin dokumen.

Keenam, dokumen rahasia perusahaan. Dokumen lagi, ketambahan juga rahasia perusahaan, yang berarti kalo disebarin bukan lagi rahasia ditambah bukan milik pribadi lagi.

Ketujuh, hasil karya orang lain. Lang kamu kan pingin jadi konten kreator, hati-hati jangan asal nyomot karya orang lain, apalagi ga ngasih kredit, bisa jadi pelanggaran hak cipta.

14. INT. CAFE - (DAY)

Setelah penjelasan dari Dika, smartphone mereka mendapat notifikasi secara bersamaan.

OJAK

(Sedang menggunakan smartphone)

Ih parah

(Menunjuk ke Aldi dengan ekspresi berlebih)

ngirimnya ga bener.

ALDI

Ngirim apa? Orang dari tadi fokus dengerin Dika sambil nyatet nih, ga

megang hp juga.

DIKA

(Melihat dari smartphone nya)

Hadehh.. kenapa jadi kemana-kemana gini.

ALDI

Eh dik kamu kan lihat sendiri, dari tadi aku dengerin loh kamu ngomong,

aku catet lagi.

(Melihat smartphonenya dan sedikit terkejut)

woi sumpah aku ga pernah ngrim beginian.

OJAK

Masih ga nyangka aku lang.

DIKA

Udah udah pokoknya sekarang, log out dari semua perangkat terus pasang

verifikasi 2 langkah, jangan lupa di unsend yang tadi.

B-roll suasana cafe.

OJAK

(Menghabiskan sisa minumannya)

Pulang yok, udah sore.

ALDI

(Mengupload di medsosnya tentang konten yang disampaikan Dika sebelumnya) **DIKA**

Yok..

Kamera menyorot Aldi klik tombol upload.

15. INT. CAFE - (DAY)

Rani menghampiri pacarnya yang baru selesai bekerja di cafe.

Dika menatap Rani dengan tatapan kosong

OJAK

Ohh Rani, udah punya pacar itu dia (beat) yah ngarep deketin, kasian udah ada yang punya.

DIKA

(ekspresi sedih)

RANI

4.6.1.5 Perencanaan Kampanye

Melalui proses pada perencanaan kampanye seperti pre media, *main* media, dan *follow up* media dapat membuat penyampaian pesan kepada audiens akan lebih mudah dilakukan.

a. *Pre Media*

Pada tahap pre media, kampanye akan difokuskan pada sosialisasi kepada sekolah-sekolah. DISKOMINFO Gresik akan menyampaikan informasi mengenai kampanye kepada para siswa di sekolah-sekolah. Dalam sosialisasi ini, beberapa peserta beruntung akan mendapatkan tiket gelang sebagai undangan eksklusif untuk menghadiri screening film sebagai acara puncak kampanye. Sosialisasi akan dilakukan selama satu minggu sebelum acara screening dilaksanakan. Selain itu, kampanye akan menggunakan media promosi berupa poster yang akan dibagikan melalui media sosial milik DISKOMINFO dan banner dipasang pada sekitar tempat pelaksanaan puncak kampanye di Gedung Nasional Indonesia untuk memunculkan rasa penasaran. Melalui tahap pre media ini, diharapkan kampanye dapat menarik minat audiens dan menciptakan antusiasme untuk mengikuti acara puncak kampanye.

b. *Main Media*

Tahap main media ini merupakan inti dari kampanye, dimana kampanye utama dilakukan melalui kegiatan screening yang merupakan kerja sama antara dinas KOMINFO Gresik dan beberapa institusi pendidikan. Acara screening ini akan diadakan pada hari kebangkitan teknologi yang jatuh pada tanggal 10 Agustus di Gedung Nasional Indonesia. Setelah tiga hari dari acara screening, video kampanye akan dibagikan secara luas melalui channel YouTube "apa apa dipencetin", sehingga dapat disaksikan oleh target audiens yang lebih banyak. Setelah itu, akan ada episode lanjutan dari kampanye yang akan terus diunggah melalui *channel* YouTube (<https://www.youtube.com/@apapadipencetin>). Melalui tahap main media ini, kampanye diharapkan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya melindungi data dan privasi di internet.

c. *Follow up Media*

Pada tahap main media, kampanye akan didukung dengan pembuatan media pendukung yang akan dibagikan kepada audiens setelah pelaksanaan kampanye utama. Audiens akan diberikan beberapa media pendukung seperti kaos dan *tote bag* yang dapat mereka gunakan untuk keperluan sehari-hari. Melalui media pendukung ini, diharapkan pesan kampanye tentang pentingnya melindungi data dan privasi di internet dapat tetap diingat oleh audiens. Kaos dan *tote bag* tersebut akan menjadi pengingat bagi mereka untuk selalu waspada dan berhati-hati dalam menggunakan internet guna mencegah pencurian data dan privasi. Media pendukung ini juga berfungsi sebagai sarana promosi yang dapat menyebarkan pesan kampanye ke lebih banyak orang ketika audiens menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya media pendukung ini, diharapkan kampanye dapat memberikan dampak yang lebih besar dan berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai keamanan data dan privasi di dunia digital.

4.6.2 Konsep Visual

4.6.2.1 Tipografi

Pada perancangan film pendek dan media pendukungnya akan menggunakan jenis font sans serif bernama “Artka”. Dipilih karena yang *fun* dan dengan memiliki ketebalan dan memiliki bentuk lengkungan di ujung, ditambah dengan bentuk yang asimetris sehingga mengurangi kesan serius dan cocok dengan *genre* yang dibawakan yaitu komedi. Selain itu font ini digunakan juga sudah terdapat lisensi komersial.



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0 2 45 7 9 (% / . ! * , ;)

Gambar 4. 1 *Font Artka*
(Sumber: <https://www.elements.envato.com>, 2023)



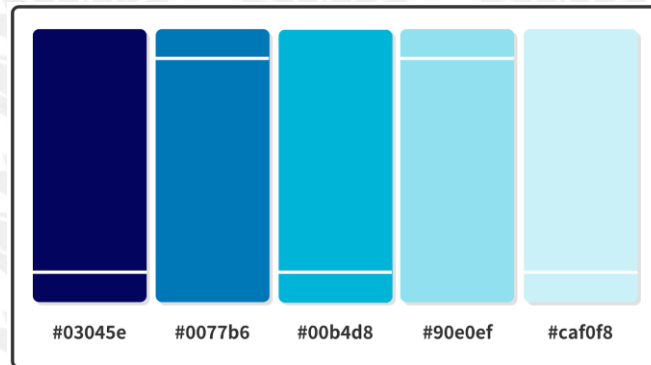
**APA APA
DIPENCETIN**

Gambar 4. 2 Font saat diterapkan

4.6.2.2 Warna

Dalam perancangan logo tersebut, penulis memilih warna biru sebagai warna utama yang dominan. Warna biru dipilih karena film pendek ini yang mengangkat tema tentang keamanan yang biasanya digambarkan dengan warna

biru. Selain itu, warna biru memiliki sifat yang tenang sehingga dapat memunculkan perasaan nyaman dan tertarik untuk menonton film.



Gambar 4. 3 *palette* kombinasi warna biru
(Sumber: www.venngage.com, 2023)

4.6.2.3 Persona Karakter



Gambar 4. 4 Referensi visual karakter Aldi
(Sumber: www.vidio.com, 2023)

1. Aldi digambarkan dengan sebagai siswa SMA usia 16 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Penggambaran karakter Aldi sama seperti remaja sekolah pada umumnya dengan gaya rambut yang rapih dengan rambutnya yang lurus, mengenakan tas di punggungnya, dan dengan smartphone yang tidak lepas dengannya.



Gambar 4. 5 Referensi visual karakter Dika
(Sumber: www.vidio.com, 2023)

2. Dika digambarkan dengan sebagai siswa SMA usia 17 tahun yang terlihat mempunyai banyak pengetahuan. Penggambaran karakter Dika sama seperti remaja sekolah pada umumnya dengan gaya rambut yang rapih, sering mengenakan luaran jaket saat ke sekolah.



Gambar 4. 6 Referensi visual karakter Ojak
(Sumber: www.vidio.com, 2023)

3. Ojak digambarkan dengan sebagai siswa SMA usia 16 tahun yang memiliki sifat semaunya sendiri dan mudah marah. Penggambaran karakter Ojak berpenampilan kurang mematuhi aturan sekolah dan sering memasang raut wajah yang cuek.

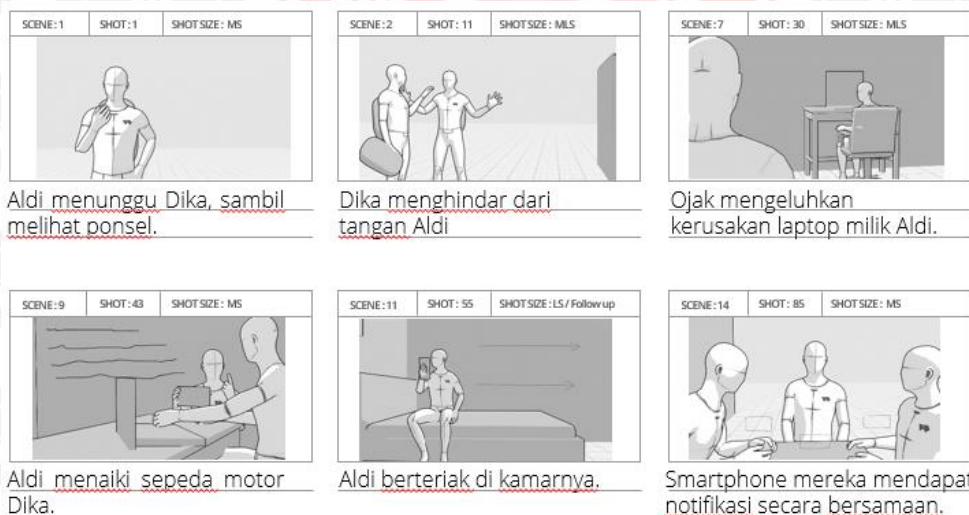


Gambar 4. 7 Referensi visual karakter Rani
(Sumber: www.hotstar.com, 2023)

- Rani digambarkan dengan sebagai siswi SMA usia 16 tahun yang pemalu. Penggambaran karakter Rani terlihat seperti siswi SMA pada umumnya dengan menggunakan hijab dan outwear, serta membawa tas kesayangannya.

4.6.2.4 Storyboard

Melalui *storyboard* akan memvisualisasikan pengambilan gambar di setiap *scene* dan *shot* secara berurutan dengan alur cerita. *Storyboard* berfungsi sebagai panduan saat tahap produksi. Selain itu *storyboard* juga berfungsi untuk memudahkan saat proses editing. Keseluruhan dari *storyboard* terdapat pada lampiran.



Gambar 4. 8 potongan storyboard

4.6.2.5 *Color grading*

Dalam tahap pasca produksi atau editing, *color grading* berperan untuk memberikan nuansa atau suasana pada sebuah film. Melalui *color grading* kualitas visual dapat ditingkatkan sehingga dapat membentuk film yang lebih nyaman saat ditonton.

Konsep yang akan digunakan pada film pendek “APA APA DIPENCETIN” dengan menyeimbangkan tingkat kecerahan sehingga sedikit mengarah ke *tone* warna biru yang dikenal sebagai warna dingin karena memiliki asosiasi dengan sifat-sifat alam seperti langit, laut/air, dan gunung, hal ini memberikan kesan sejuk dan tenang sehingga nuansa nyaman saat dilihat (Wantoro, 2013). Selain itu dalam *color grading* juga akan meningkatkan kontras warna agar meningkatkan kesan dramatis dalam sebuah film. Selain itu diperlukan uji coba *color grading* pada salah satu shot pada film pendek yang akan dibuat, sehingga akan ada gambaran dan memastikan bahwa hasil akhir kedepannya akan sesuai dengan yang diinginkan. Berikut hasil pengujian *color grading* dengan kecerahan yang diseimbangkan dan warna kontras:



Gambar 4. 9 penerapan *color grading* pada uji coba

4.7 **Proses Produksi**

Setelah melakukan persiapan dalam konsep kreatif, selanjutnya akan memulai tahap produksi atau syuting film pendek dilakukan dengan lama pengerjaan yang mengalami kemunduran akibat kesalahan teknis dan juga perizinan lokasi.

1. Hari pertama: Mulai dikerjakan pada 9 Juli 2023 dan berlokasi di Jl. Raya Mutiara PPS dengan suasana siang hari. Suasana tempat yang diambil adalah

depan toko servis untuk *scene* 2,4, 6, dan 8 dengan tokoh dari pemeran Aldi dan Dika.

2. Hari kedua: Dikerjakan pada 10 Juli 2023 dengan suasana lokasi rumah Aldi untuk *scene* 3, 5, 7, 11, dan 13 dengan tokoh dari pemeran Aldi dan Ojak.
3. Hari ketiga: Dikerjakan pada 13 Juli 2023 dan berlokasi di Taman Soka dengan suasana siang hari. Suasana tempat yang diambil adalah jalanan pulang sekolah untuk *scene* 1 dengan tokoh dari pemeran Aldi, Dika, dan Rani.
4. Hari keempat: Dikerjakan pada 15 Juli 2023 dengan tujuan memperbaiki audio rekaman dari *scene* 2, 4, 6, dan 8 yang sebelumnya mengalami hasil yang kurang maksimal dengan *dubbing*.
5. Hari kelima: Dikerjakan pada 17 Juli 2023 dan berlokasi di Turbean Coffee dengan suasana siang hari. Suasana tempat yang diambil adalah kafe untuk *scene* 9, 10, 12, 14, dan 15 dengan tokoh dari pemeran Aldi, Dika, Ojak, dan Rani.



Gambar 4. 10 proses syuting film
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

4.8 Pasca Produksi

Tahap Pasca Produksi merupakan tahap akhir dari seluruh proses pembuatan film pendek, dengan melakukan proses editing, beberapa tahap yang dilakukan saat editing ini antara lain adalah:

a. Pemilahan *stock footage*

Pada tahap awal Pasca Produksi, dilakukan pemilahan video dengan menyeleksi beberapa *stock footage* yang telah diambil saat proses produksi. Kemudian, *stock footage* tersebut dipilah berdasarkan kualitas audio dan video yang sesuai.



Gambar 4. 11 pemilahan *stock shot*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

b. Penyusunan *stock footage*

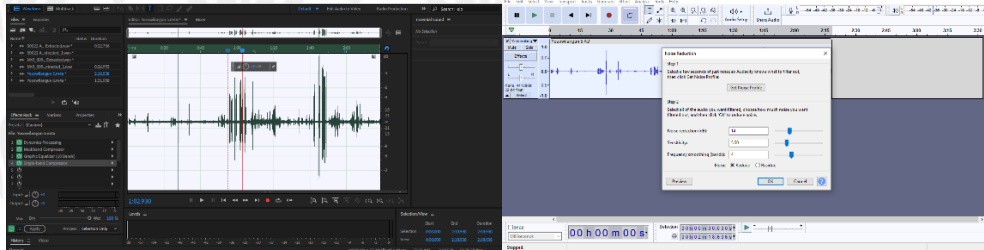
Proses penyusunan *stock footage* dikerjakan melalui bantuan *software* editing video yaitu *adobe premiere pro*, di mana dari beberapa *stock footage* disusun mengikuti alur cerita yang sudah ada.



Gambar 4. 12 penyusunan *stock footage*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

c. *Audio mixing*

Setelah *footage* tersusun, dilakukan tahap *audio mixing* untuk memperbaiki hasil audio yang telah direkam pada proses produksi dan juga mengatur tempo dari musik yang digunakan, proses ini menggunakan 2 software pengolah audio yaitu audacity dan adobe audition.



Gambar 4. 13 proses audio mixing
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

d. *Color grading*

Dalam proses ini, dikerjakan untuk memodifikasi warna dari hasil *stock footage* yang masih terlihat netral karena menggunakan log profile pada kamera agar dapat menciptakan kesan lebih nyaman untuk ditonton.



Gambar 4. 14 proses color grading
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

e. *Rendering*

Proses ini merupakan proses akhir dari pasca produksi dimana semua proses editing telah digabungkan menjadi sebuah format video. Pengaturan yang digunakan untuk proses rendering yaitu H.264 MP4 dengan ukuran 1920x1080 pixel dan *frame rate* 24 fps.

4.9 Penayangan Hasil Karya

Terdapat 2 jenis media karya dari penulisan skripsi ini, yaitu media utama dan juga media pendukung. Penulisan skripsi ini menghasilkan sebuah karya film pendek yang menjadi media utama dari penelitian ini. Selain film pendek sebagai media utama, skripsi ini juga menghasilkan berbagai hasil karya yang berfungsi sebagai media pendukung untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas dari perencanaan kampanye dengan penayangan film. Hasil karya tersebut meliputi poster promosi, *thumbnail* video, trailer film, tiket gelang, serta beberapa merchandise.

4.9.1 Media utama

Setelah dilakukan proses pasca produksi, film pendek dengan judul “mencet ini itu” akan dilakukan screening pada tanggal 10 agustus dan bertepatan dengan hari kebangkitan teknologi, setelah 3 hari akan akan rilis secara umum di youtube channel “mencet ini itu” sehingga nantinya dapat disaksikan oleh audiens secara luas dan juga dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

4.9.2 Media pendukung

a. Tiket

Tiket digunakan sebagai media pendukung yang berguna sebagai media pendukung yang dibagikan pada saat sosialisasi dalam proses pre media dan yang berfungsi sebagai tanda peserta undangan pada kampanye puncak, sekaligus mempromosikan kampanye yang sedang berlangsung.



Gambar 4. 15 tiket undangan screening

b. Banner pre media

Banner ini dipajang disekitar tempat berlangsungnya puncak kampanye, yaitu disekitar Gedung Nasional Indonesia untuk memunculkan rasa penasaran mengenai sedang apa yang terjadi. Dikarenakan film juga ditayangkan pada media umum melalui youtube setelah 3 hari masa screening. 2 jenis poster memuat mengenai bahanya saat asal membagikan dan juga skenario saat *download* ilegal yang menampilkan tombol lebih dari satu, yang dimana salah satunya berpotensi untuk mengarahkan *download malware* atau virus.

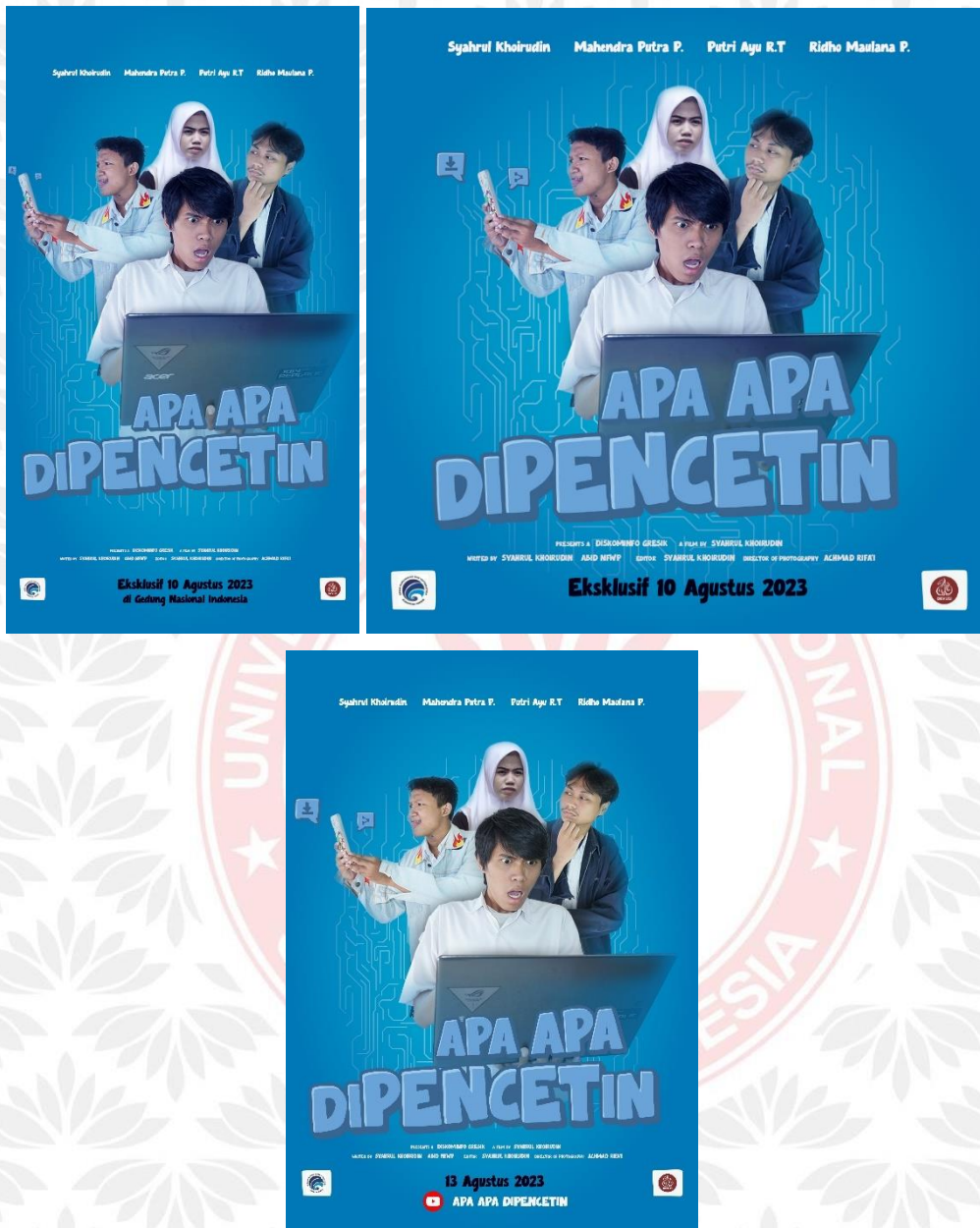


Gambar 4. 16 Poster pre media
(Sumber: Olahan peneliti)

c. Poster film

Poster film digunakan untuk mempromosikan film pendek yang akan tayang dalam waktu dekat. Terdapat dua jenis poster yang digunakan dengan keperluan yang berbeda-beda. Poster dengan ukuran 1:1 dan *potrait* akan disebar melalui media sosial yang mengacu pada pada jadwal puncak kampanye. Sedangkan untuk poster dengan ukuran a4 dibagikan saat setelah selesainya kegiatan *screening* dalam bentuk brosur, dengan mengacu pada tanggal perilisian ke *platform* youtube dengan alamat url <https://www.youtube.com/@apapadipencetin>, agar peserta yang mengikuti *screening* bisa menonton ulang dan juga menjawab rasa penasaran dari audiens

yang melewati sekitar Gedung Nasional Indonesia setelah melihat banner yang terpasang disekitar lokasi.



Gambar 4. 17 poster film
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

d. *Thumbnail* video

Thumbnail video YouTube berperan sebagai representasi visual untuk video yang sedang tayang di *platform* YouTube. Pada kampanye "Apa apa dipencetin," konsep media pendukung thumbnail YouTube didesain dengan tujuan untuk

menarik perhatian dan menggugah minat audiens agar tertarik menonton video.

Sedangkan alamat url channel youtube bisa



Gambar 4. 18 *thumbnail* video youtube
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

e. *Marchandise* kaos

Kaos digunakan sebagai media pendukung yang dibagikan setelah proses *screening* pada kampanye puncak untuk pengingat bahwa audiens pernah mengikuti kampanye ini. Desain pada kaos menggunakan logo dari judul film film “Apa apa dipencetin”.



Gambar 4. 19 *Marchandise* kaos
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

f. *Marchandise* totebag

Totebag berfungsi sebagai media pendukung yang dibagikan setelah proses *screening* pada kampanye puncak untuk mengingatkan audiens bahwa mereka

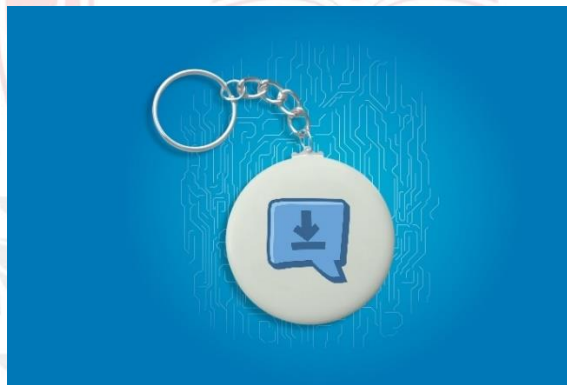
telah mengikuti kampanye ini. Desain pada *totebag* menggunakan logo dari film "Apa apa dipencetin".



Gambar 4. 20 *Marchandise totebag*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

g. *Marchandise* gantungan kunci

Gantungan kunci juga berfungsi sebagai media pendukung yang dibagikan setelah proses *screening* pada kampanye puncak untuk mengingatkan audiens bahwa mereka pernah mengikuti kampanye ini. Desain pada gantungan kunci menggunakan 2 ikon pada logo dari film.





Gambar 4. 21 Marchandise gantungan kunci
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian proses pengerjaan tugas akhir, dapat ditarik kesimpulan bahwa perancangan film pendek sebagai kampanye untuk melindungi data dan privasi di internet bagi remaja, terutama untuk wilayah cakupan Jawa Timur, memerlukan tahapan-tahapan yang perlu dilalui untuk mencapai hasil akhir yang optimal. Diawali dengan mencari permasalahan yang masih sering terjadi, observasi secara digital, pengumpulan serta menganalisa data melalui wawancara dan kuesioner, pembentukan konsep dari kampanye dan media utama film. Dengan demikian kampanye yang direncanakan dan juga film yang dibuat dapat membantu untuk meningkatkan kewaspadaan pada target audiens khususnya bagi remaja dengan usia 14-25 dengan menambahkan unsur komedi di dalamnya. Selain itu, dalam proses pembuatan media luaran juga diperlukan konsultasi dan revisi. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa hasil film mencerminkan tujuan dari pembuatan karya secara maksimal dan representatif.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada beberapa bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Perancangan film pendek kampanye ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan edukasi dan informasi yang bermakna secara preventif mengenai keamanan data dan privasi sehingga target audiens dengan usia 14-25 tahun dapat meningkatkan kewaspadaan terhadap beberapa tindak kejahatan saat menggunakan internet.
2. Sebagian besar dari target audiens dengan usia 14-25 telah memahami kemungkinan yang terjadi saat tidak berhati-hati menggunakan internet, namun masih sering ditemui dari konten di media sosial yang kurang waspada, selain itu sebagian dari remaja juga merasa bahwasannya remaja lain mudah untuk membagikan informasi pribadinya di internet.
3. Perencanaan kampanye dan pembuatan media pendukungnya dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran target audiens acara, yaitu

remaja berusia 14 - 25 tahun. Kampanye yang direncanakan mencakup *pre media* hingga *follow up media*.

5.2 Saran

Setelah dilakukan pada penelitian ini, dapat diambil kesimpulan seperti yang telah diuraikan di atas. Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian lanjutan, diharapkan dapat memanfaatkan keunggulan media film sebagai tujuan edukasi yang ditambahkan unsur hiburan dalam melaksanakan kampanye yang menggunakan media video yang semakin inovatif. Tujuannya adalah agar informasi dan edukasi yang disampaikan kepada target audiens dapat menjangkau lebih luas tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.
2. Penulis berharap di masa depan, akan ada penelitian lebih lanjut mengenai kejahatan siber, mengingat bentuk kejahatan siber yang terus berbeda seiring perkembangan teknologi.
3. Film untuk media dalam penelitian ini dibuat dengan dengan keterbatasan alat dan aktor, sehingga hasil masih belum mendapat seperti yang diharapkan. Untuk mencapai itu, diharap pihak yang memiliki kompetensi di bidang film dapat ikut serta untuk membuat film yang dapat mengedukasi, khususnya kalangan remaja untuk dapat lebih berhati-hati saat menggunakan internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Prasetyo. (2011). Buku Putih Produksi Film Pendek - Bikin Film Itu Gampang !! In N. Yektiningsih (Ed.), *Bengkel Sinema Indonesia* (Issue December). BeNngkel SiNema. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2221732>
- Anggidesialamia, H. (2020). Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi Youtube. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(2), 75–82. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i2.3779>
- Badan Siber dan Sandi Negara. (2022). *Laporan Tahunan Monitoring Keamanan Siber 2021*. <https://cloud.bssn.go.id/s/Lyw8E4LxwNiJoNw>
- Bezaleel, M., & Felicia. (2021). Perancangan Film Pendek Berjudul Si Ayu Sebagai Media Sosialisasi Dampak Psikologis Body Shaming Bagi Remaja Putri. *Jurnal Bahasa Rupa*, 4(2), 101–112. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v4i2.697>
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Edrisy, I. F. (2019). *PENGANTAR HUKUM SIBER* (Kamilatun (ed.)). Sai Wawai Publishing.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Halim, B., & Yulius, Y. (2020). Hubungan Peletakan Kamera (Angle) dalam Iklan Berbentuk Video. *JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA*, 5(1), 18–24. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v5i1.959>
- Hidayanto, S., & Rifaldi Akbar, M. (2022). Webinar Manajemen Privasi dan Keamanan Digital di Era Internet untuk Gen Z di SMP Islam Al Azhar 9

- Kemang Pratama Bekasi, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 15–28. <http://lonsuit.unismuhluwuk.ac.id/monsuan/article/view/1135/639>
- Huda, I. A. (2020). Irkham Abdaul Huda,Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Terhadap Kualitas Pembelajaran Di Sekolah Dasar,Jurnal Pendidikan dan Konseling,Vol2No1,2020:hal121. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 121–125.
- Islamy, I. T., Agatha, S. T., Ameron, R., Fuad, B. H., & Rakhmawati, N. A. (2018). PENTINGNYA MEMAHAMI PENERAPAN PRIVASI DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI Imam. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 11(2), 305.
- Karolina, C. M., Maryani, E., & Sjachro, D. W. (2020). Implikasi genre film dan pemahaman penonton film tuna netra di “Bioskop Harewos.” *ProTVF*, 4(1), 123. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v4i1.25035>
- Noor, F., Maryam, S., & Pro, F. (2018). Sinematografi Sebagai Upaya Peningkatan Promosi Pariwisata Di Kampung Nde, Jawa Barat. *32 Ikraith-Abdimas*, 1(2), 32–38.
- Nugraini, S. H. (2021). Perancangan Film Pendek “Simbah” sebagai Media Pembelajaran pada Mata Kuliah Audio Visual. *Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(2), 401–410. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i2.5074>
- Pakpahan, A. P., Heing, B. D. W., Pane, C. G. G., Purba, A. R., Pujabramantya, A., & Nastiti, P. (2021). Edukasi Kepada Siswa Sma Negeri 1 Mimika Untuk Mengatasi Ancaman Media Online Pada Data Pribadi. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 412–418. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v1i2.4166>
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(4), 159–165. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Parulian, S., Pratiwi, D. A., & Cahya Yustina, M. (2021). Ancaman dan Solusi Serangan Siber di Indonesia. *Telecommunications, Networks, Electronics, and*

- Computer Technologies*, 1(2), 85–92.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/TELNECT/article/view/40866>
- Prakosa, G. (2008). *Film pinggiran: Antologi film pendek, film eksperimental, dan film dokumenter*. Yayasan Seni Visual Indonesia & Koperasi Sinematografi IKJ.
- Prasetyo, R. A., & Wahyurini, O. D. (2016). Perancangan Kempen Bijak Memilih Kosmetik Untuk Wanita Usia 20-25 Tahun. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 5(2), 2337–3520.
- Priscyllia, F. (2019). Perlindungan Privasi Data Pribadi dalam Perspektif Perbandingan Hukum. *Jatiswara*, 34(3), 1–5.
<https://doi.org/10.29303/jatiswara.v34i3.218>
- Rusman. (2013). Belajar dan Pembelajaran berbasis Komputer: mengembangkan profesionalisme guru abad 21. *Bandung: Alfabeta*.
- Sarwono, J., & Lubis, H. (2007). Metode riset untuk desain komunikasi visual. In *Andi*.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- T. Situmeang, S. M. (2020). *CYBER LAW* (1st ed.). CV.Cakra.
- Triratnawati, A., Hidayah, S., & Lazuardi, E. (2022). 'Menjadi Pelajar Cakap Digital': Proyek Bersama Webinar dan Sosialisasi Kecerdasan Digital di Madrasah Muallimat Muhammadiyah Yogyakarta. *Bakti Budaya*, 5(1), 10–24.
<https://doi.org/10.22146/bakti.4040>
- Wantoro. (2013). Penggunaan Warna Biru pada Desain Website Studi Kasus: Website Facebook, Unikom & Barack Obama. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 11(2), 188–193.
- Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 79.
<https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>

Yusuf DM, M., Agustiantia, M., & Zulaiha, S. (2022a). Analisis Kejahatan Hacking Sebagai Bentuk Cyber Crime Dalam Sistem Hukum yang berlaku di Indonesia. *Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 3029–3034.

Yusuf DM, M., Agustiantia, M., & Zulaiha, S. (2022b). Tindak Pidana Kejahatan Pemalsuan data (Data Forgery) dalam Bentuk Kejahatan Siber (Cyber Crime) MOHD. *Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 6636–6640.



LAMPIRAN

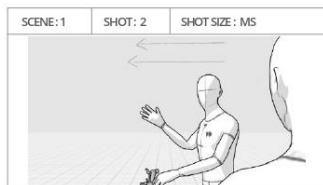
1. Foto Wawancara dengan tim cyber security Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Gresik



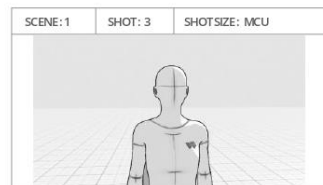
2. Storyboard



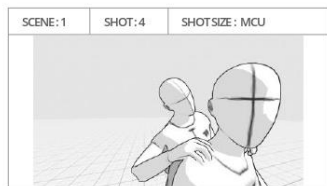
Aldi menunggu Dika, sambil melihat ponsel.



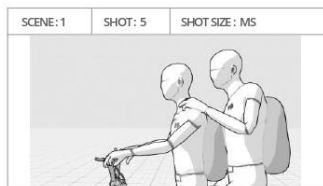
Dika yang hendak pulang menyapa Rani.



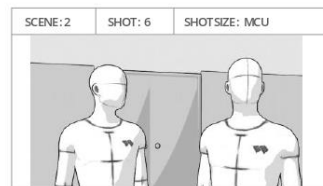
Rani Berbicara pelan



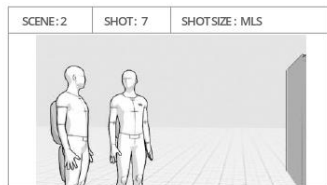
Aldi menaiki sepeda motor Dika.



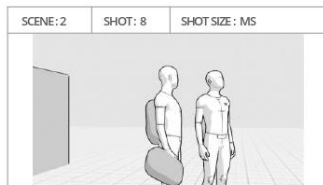
Dika dengan panik menjalankan sepeda motornya



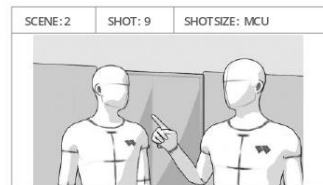
Mereka berdua memandangi toko yang telah tutup.



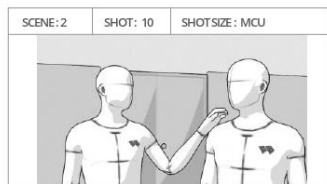
Aldi memasang ekspresi Kecewa dan Dika marah



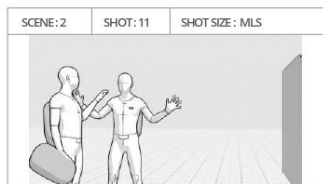
Dika memandangi toko



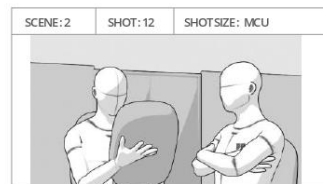
Dika mengejek barang rusak Aldi.



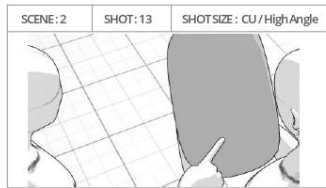
Aldi hendak menepuk pundak Dika



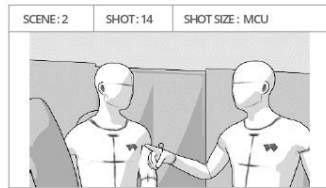
Dika menghindar dari tangan Aldi



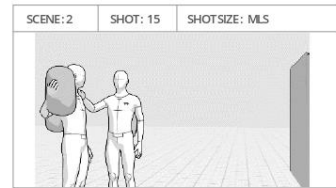
Aldi sedikit marah sambil menunjukkan tas laptopnya.



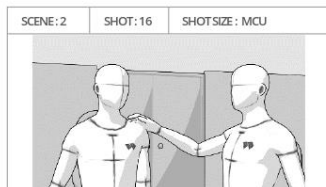
Dika menunjuk merek laptop pada tas laptop "ASER".



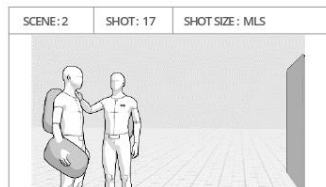
Aldi Menarik tas laptop dari tangan Dika dengan kesal.



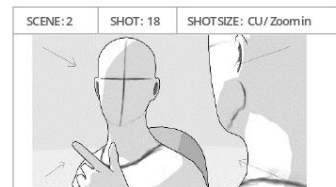
Dika menenangkan Aldi dan sedikit cengengasan



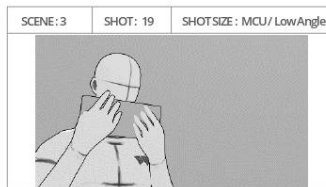
Aldi Berbicara dengan nada sedikit tinggi tentang bantuan.



Dika menanyakan alasan rusaknya laptop Aldi.



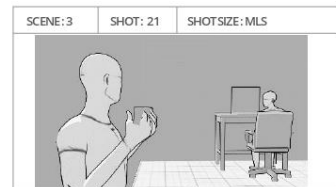
Aldi mulai menjelaskan



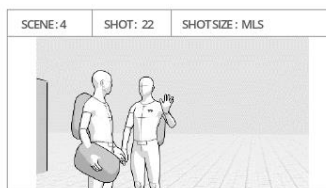
Ojak bersantai-santai dengan bermain hp.



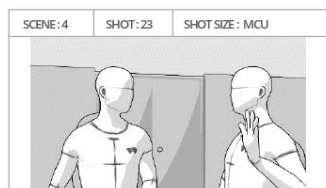
Ojak marah-marah



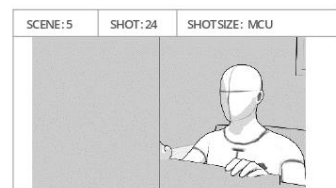
Ojak mengeluh kepada Aldi.



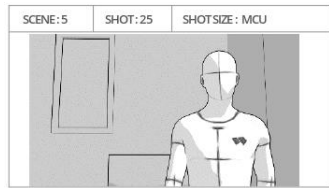
Dika menghentikan Aldi yang sedang bercerita



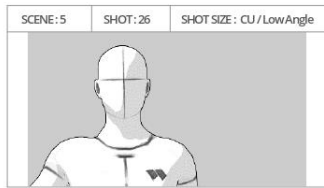
Aldi menjelaskan lanjutan cerita.



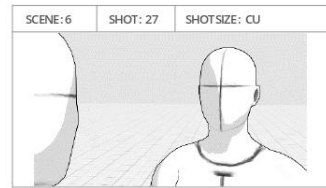
Ojak menggunakan laptop milik Aldi.



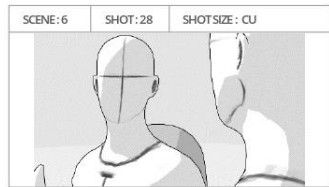
Aldi menjawab kemarahan Ojak.



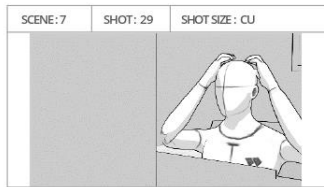
Ojak berdiri dari tempat duduk dan keluar kamar.



Ekspresi Dika berubah ke bingung.



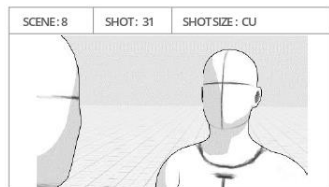
Lanjutan penjelasan dari Aldi.



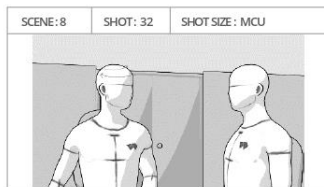
Ojak berteriak.



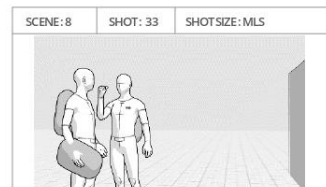
Ojak mengeluhkan kerusakan laptop milik Aldi.



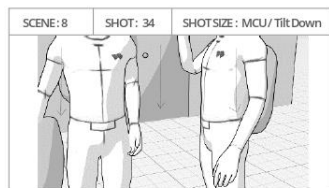
Dika menanyakan kerusakan yang terjadi.



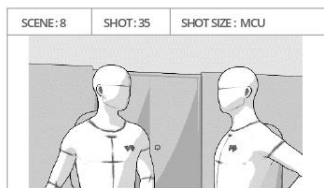
Aldi menggelengkan kepalanya.



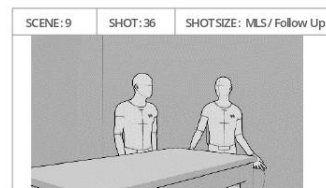
Dika mengajak Aldi untuk ke cafe.



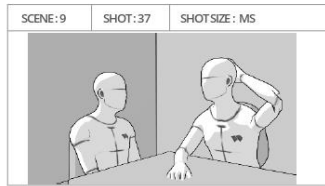
Aldi merogoh kantong yang kosong.



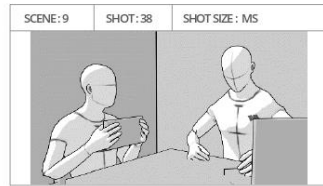
Aldi tersenyum dan mereka meninggalkan tempat itu.



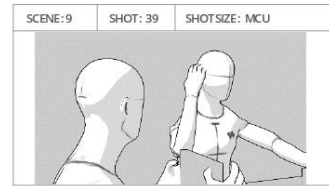
Dika dan Aldi meletakkan tas dari punggungnya dan duduk.



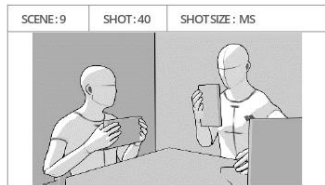
Aldi menertawakan kelakuannya yang disindir Dika.



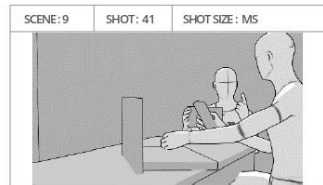
Dika meminta menghubungi Ojak.



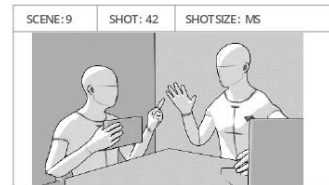
Aldi mencoba menelpon Ojak hingga 2x.



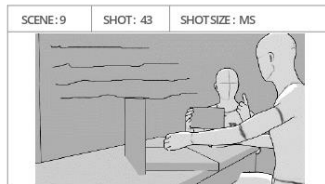
Aldi langsung menutup telponnya.



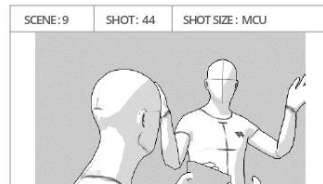
Dika menjawab permasalahan laptop Aldi.



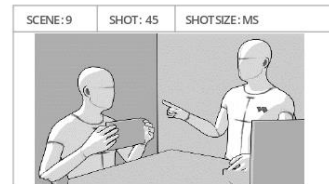
Aldi menanyakan kebenaran sumber yang akan dijelaskan.



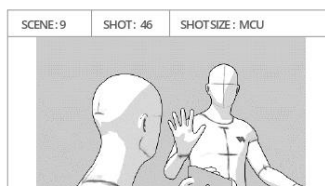
Dika menjelaskan definisi CYBER SABOTAGE & EXTORTION



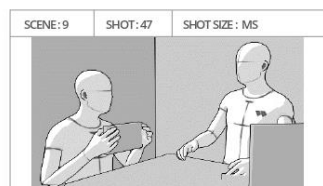
Aldi menyela penjelasan Dika.



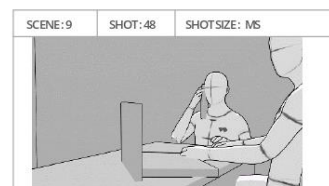
Aldi memercandakan bantuan Dika.



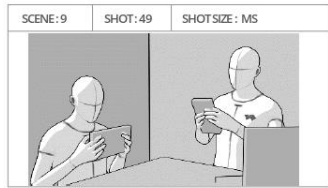
Aldi menjelaskan kalau dia hanya bercanda.



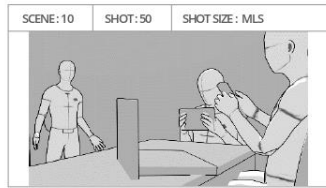
Aldi melanjutkan mengerjakan tugas.



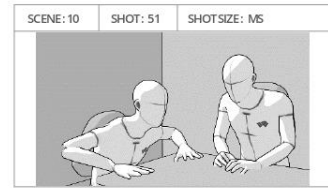
Dika menghubungi temannya untuk memperbaiki.



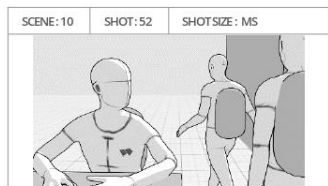
Berdua melanjutkan apa yang dilakukan sebelumnya.



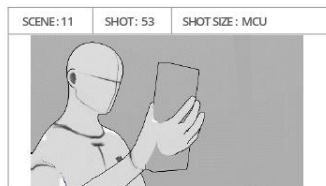
Ojak datang dan menghampiri meja tempat Aldi dan Dika.



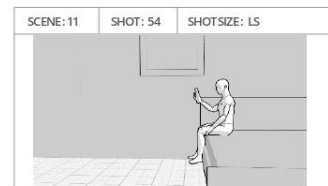
Aldi & Dika meninggalkan Ojak sendirian.



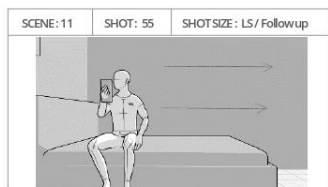
Ojak pasrah dan minum sisa yang ditinggalkan Aldi dan Dika.



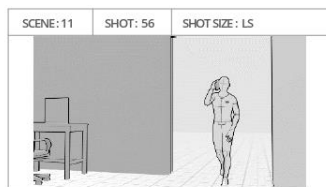
Aldi bersantai diatas kasurnya dan bermain media sosial.



Terdengar teriakan tukang paket.



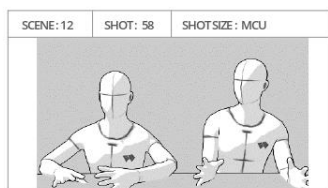
Aldi berteriak di kamarnya.



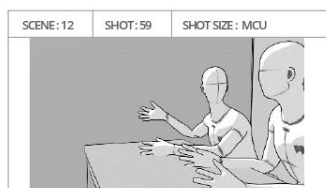
Aldi mengangkat telpon dari Dika.



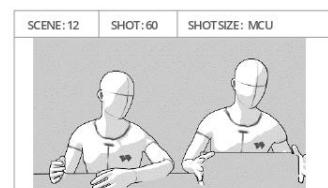
Aldi hanya menjumpai Ojak yang menunggunya.



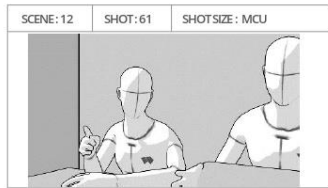
Aldi baru duduk setelah datang.



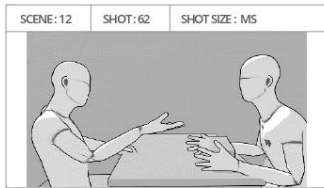
Ojak menjawab dengan nada bicara sedikit lebih tinggi.



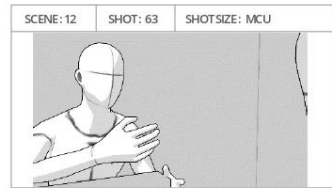
Aldi mengeluarkan paket dari tas.



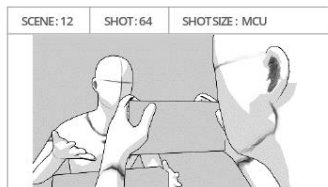
Ojak menghentikan Aldi yang akan membuka pakatnya.



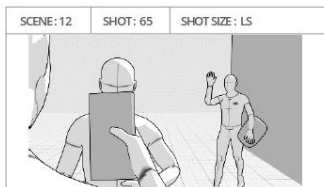
Berlari ke tempat duduk depan Aldi.



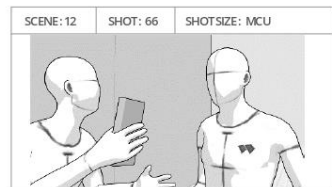
Ojak meminta menjabat tangan Aldi.



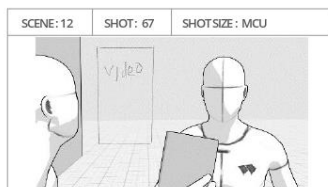
Unboxing dan upload video ke media sosial.



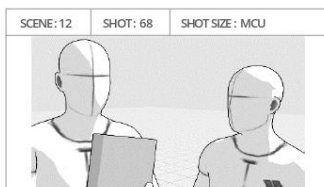
Dika datang dengan melihat temannya yang asik bermain hp.



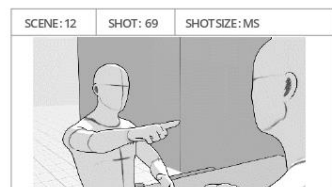
ald menunjukkan videonya ke Dika.



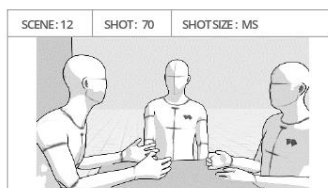
Dika menonton video dari smartphone Aldi.



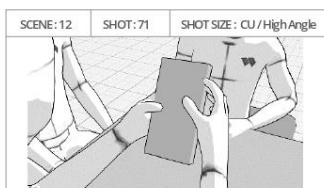
Dika menasihati Aldi tentang video yang barusan ia tonton.



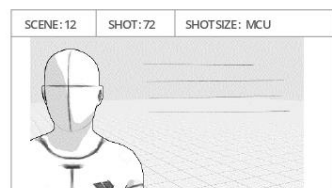
Ojak tidak mau disalahkan tentang kerusakan laptop Aldi.



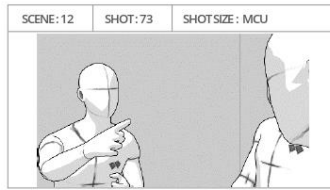
Aldi menanyakan apa yang salah di videonya.



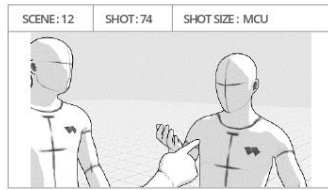
Aldi menghapus konten yang telah diunggah.



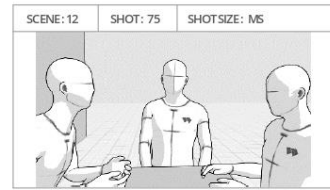
Dika menjelaskan definisi **INFRINGEMENT OF PRIVACY**.



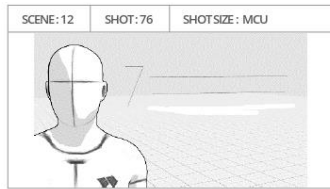
Aldi menyalahkan ke Ojak.



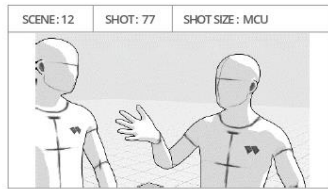
Ojak merasa tidak bersalah.



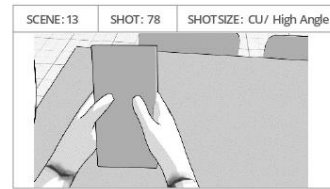
Dika memperingati Aldi dan ojak.



Penjelasan mengenai 7 hal yang tidak boleh disebarluaskan.



Dika hanya geleng-geleng karena perkataan Ojak.



Update story tentang tiket liburan.

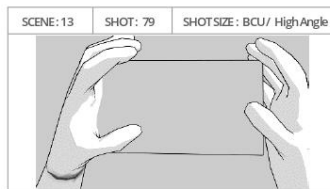
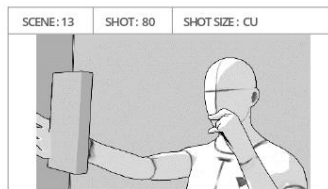


Foto KTP.



Selfie dengan memegang KTP.

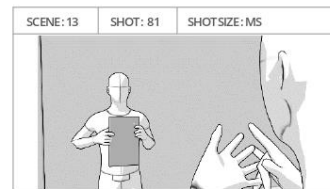
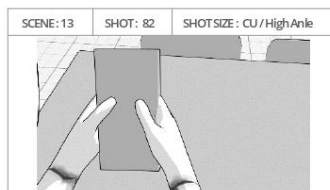


Foto story medsos dengan membawa ijazah.



Membuat status di medsos "gajian"

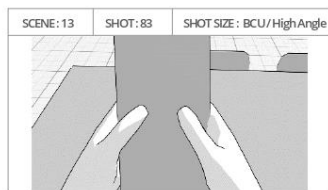
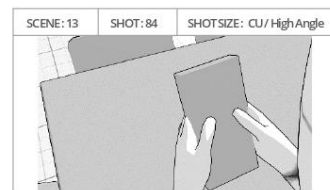
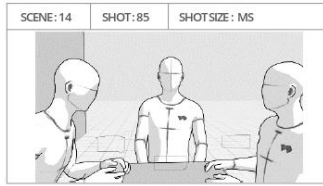


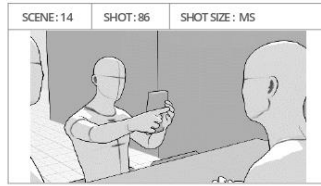
Foto lewat story dokumen perusahaan.



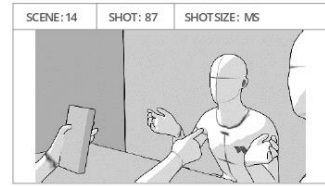
Edit foto dengan menghapus watermark.



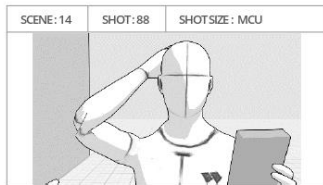
Smartphone mereka mendapat notifikasi secara bersamaan.



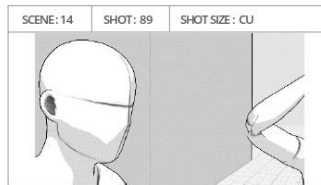
Ojak sedang menggunakan Smartphone.



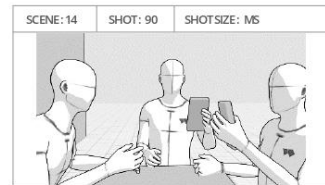
Aldi membela dirinya yang tidak tahu menahu.



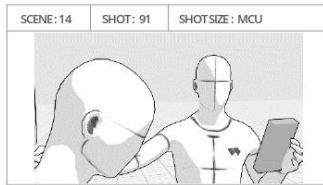
Dika melihat apa yang terjadi dari smartphone nya.



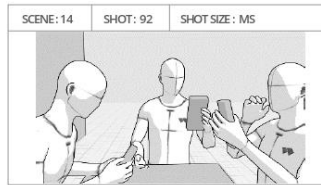
Aldi terkejut dengan yang terjadi setelah melihat di hp nya.



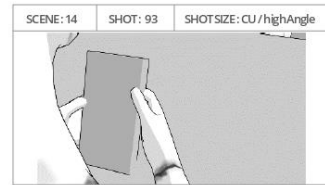
Dika hanya menggelengkan kepalanya.



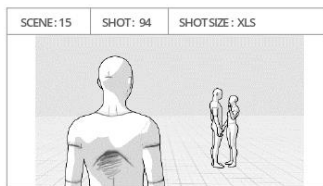
Dika menenangkan aldi yang tidak tahu apa-apa.



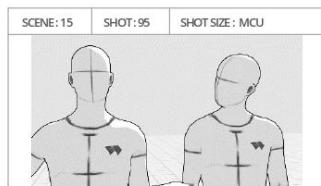
Mereka menghabiskan sisa minumannya.



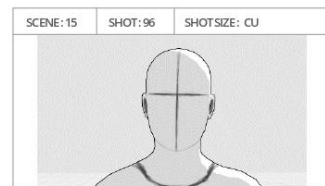
Aldi mengupload konten yang disampaikan oleh Dika.



Dika menatap Rani dengan tatapan kosong.



Ojak datang untuk mengejek Dika yang menyukai Rani.

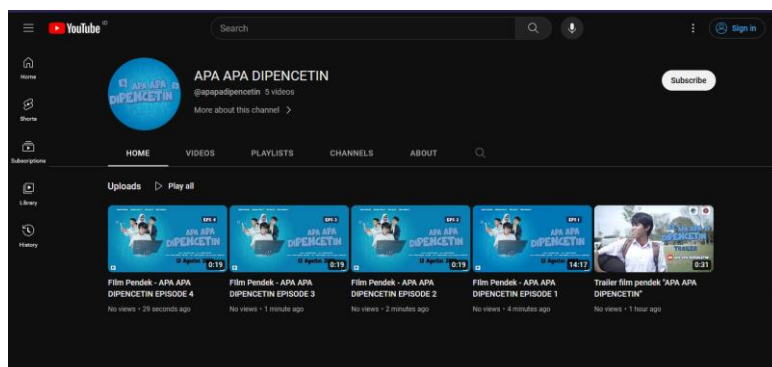


Dika kecewa dan sedih dengan keadaan yang dialami.

3. Dokumentasi produksi



4. Channel youtube



5. Timeline pengerjaan

-Tahun 2022-

No	Progres yang dicapai	Bulan							
		November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pergantian dan penyusunan topik baru								
2	Menyusun Bab 1 dan revisi								
3	Menyusun Bab 2 dan Bab 3								
4	Asistensi draft dan revisi draft proposal								
5	Pelaksanaan sidang Preview 1								
6	Revisi draft proposal yang telah di uji pada preview 1								

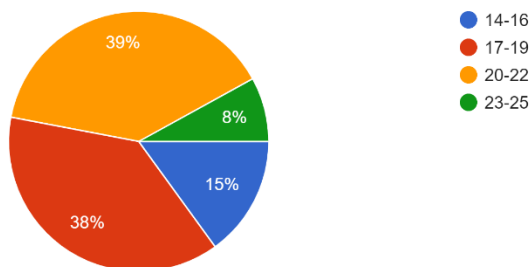
-Tahun 2023-

No	Progres yang dicapai	Bulan																							
		Januari					Februari					Maret					April				Mei				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	
1	Menyusun draft pertanyaan wawancara																								
2	Menyusun draft kuesioner																								

No	Progres yang dicapai	Bulan											
		Juni					Juli						
		1	2	3	4	5	1	2	3	4			
1	Preview 2	■											
2	Revisi preview 2		■	■									
3	Produksi film							■					
4	Proses pasca produksi							■	■				
5	Sidang kolokium											■	
6	Revisi											■	
7	Screening Film Pendek dan Sidang Akhir											■	■

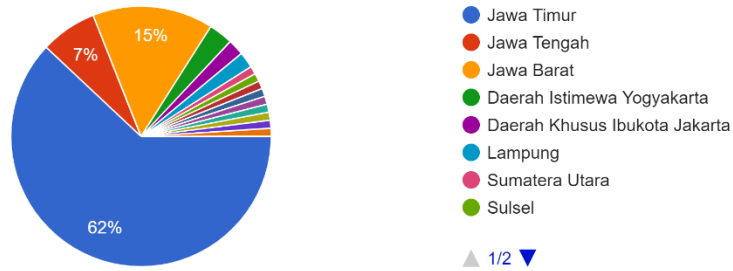
6. Dokumentasi kuesioner

Usia
100 responses



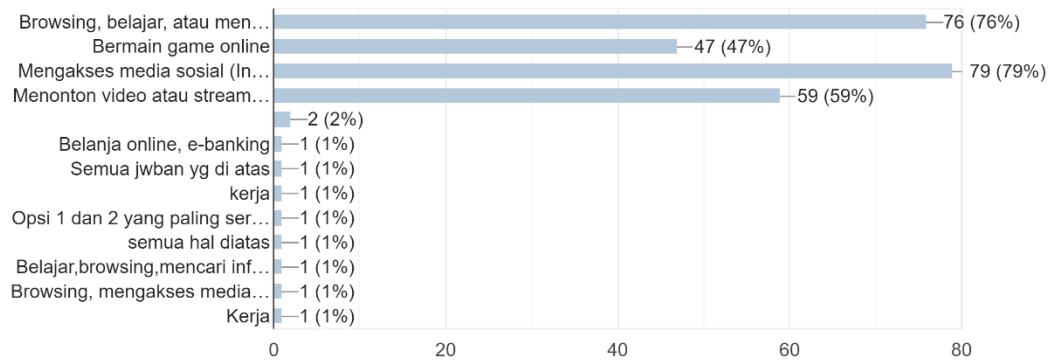
Domisili

100 responses



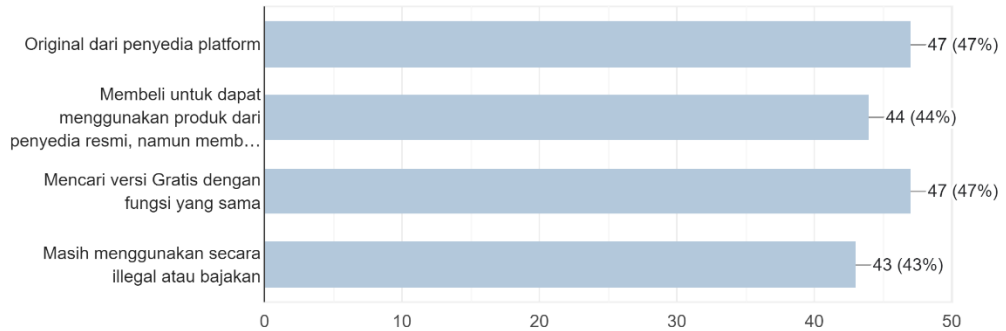
Apa jenis kegiatan yang biasanya anda lakukan dengan internet?

100 responses



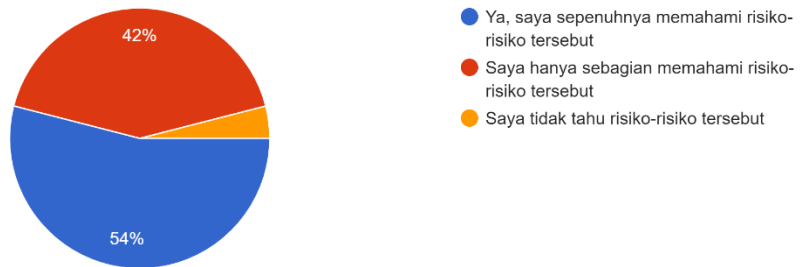
Saat anda download software, bermain game, dan menonton video streaming, darimanakah anda mendapat akses tersebut?

100 responses



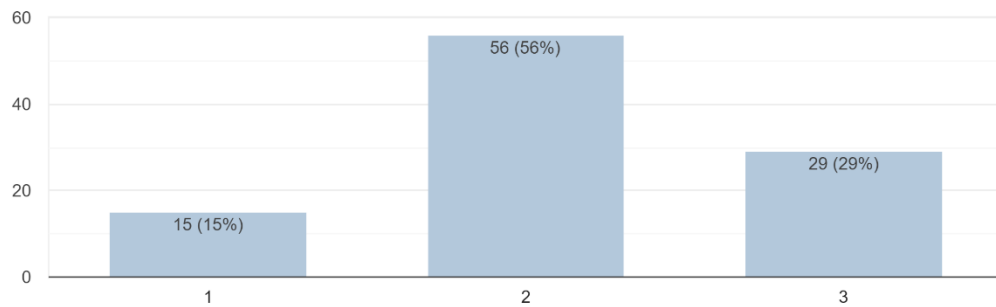
Apakah anda memahami risiko-risiko yang mungkin terjadi ketika Anda membagikan informasi pribadi di internet?

100 responses



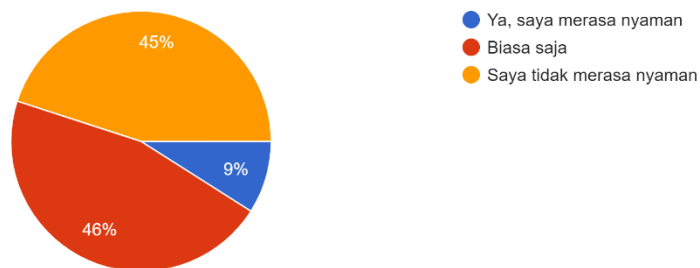
Apakah anda merasa pernah membagikan informasi pribadi Anda di internet seperti alamat rumah, nomor telepon, atau nomor identitas pribadi lainnya?

100 responses



Apakah anda merasa nyaman untuk membagikan informasi pribadi Anda di internet atau media sosial?

100 responses



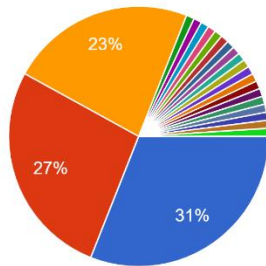
Mengapa anda membagikan informasi pribadi Anda di internet atau media sosial?

100 responses



Mengapa anda membagikan informasi pribadi Anda di internet atau media sosial?

100 responses

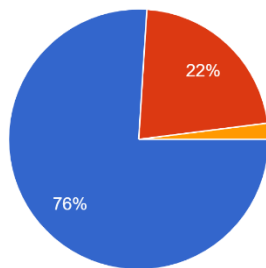


- Saya merasa bahwa informasi tersebut...
- Saya ingin mendapatkan lebih banyak...
- Saya merasa bahwa informasi tersebut...
- Tidak pernah
- berjualan online
- tidak pernah kecuali platform penting...
- saya tidak suka informasi pribadi saya...
- Saya merasa informasi tersebut meru...

▲ 1/3 ▼

Menurut anda apakah remaja saat ini mudah membagikan informasi pribadi mereka di internet maupun di media sosial?

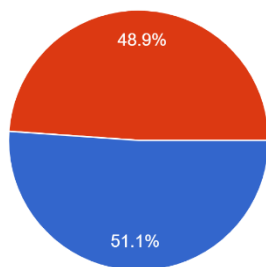
100 responses



- Ya, saya berpikir demikian
- Saya tidak yakin
- Tidak, saya tidak berpikir demikian

Apakah anda pernah mengalami kerugian secara Materil (bisa dihitung dan dinominalkan, seperti uang, barang, biaya, dan lain sebagainya) atau Imma...iterima di kemudian hari) akibat kejahatan siber?

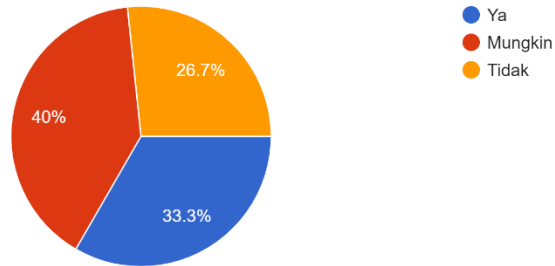
45 responses



- Ya
- Tidak

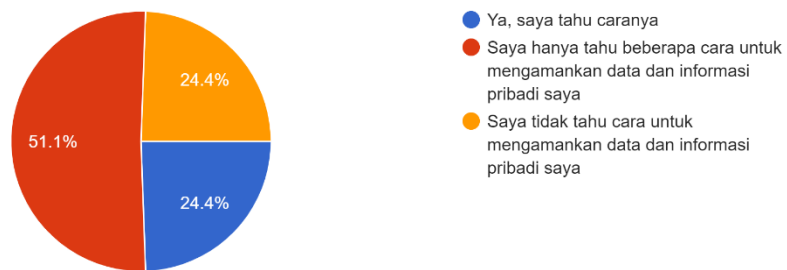
Apakah anda tahu penyebab dari kejahatan siber yang anda alami tersebut?

45 responses



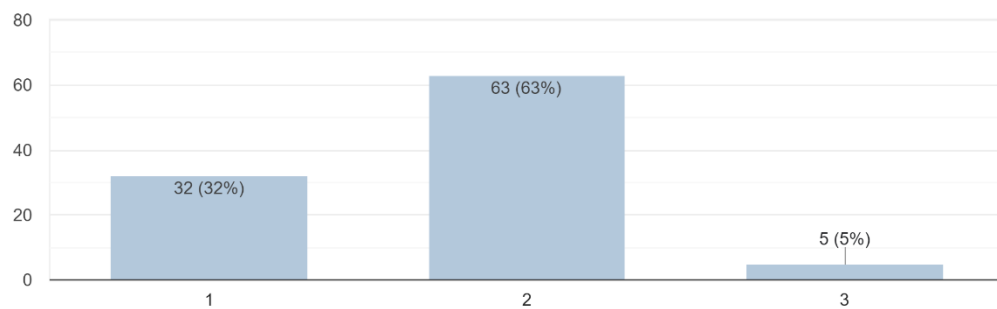
Apakah anda tahu cara untuk mengamankan kembali setelah terjadi pencurian data dan informasi pribadi di internet?

45 responses



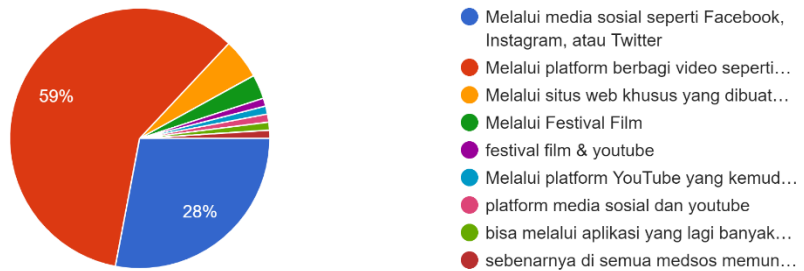
Seberapa sering anda menonton Film Pendek untuk menambah informasi dan wawasan?

100 responses



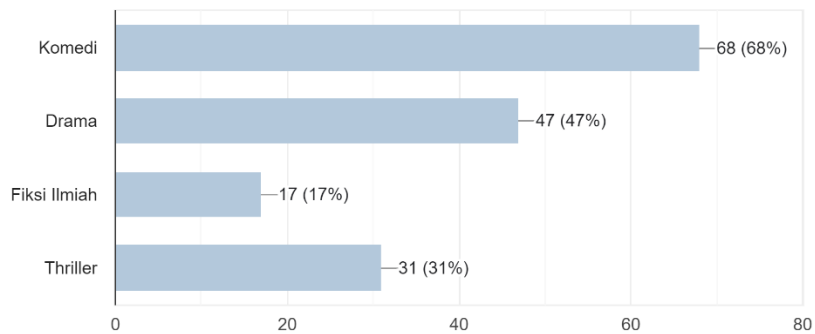
Menurut anda dimana penyebaran untuk menonton film pendek yang lebih mudah dan lebih nyaman?

100 responses



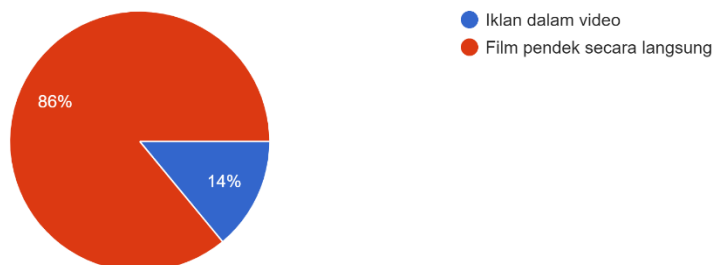
Genre apa yang menurut anda lebih sesuai digunakan dalam film pendek, sebagai media untuk meningkatkan kewaspadaan pada remaja mengenai keamanan data dan informasi pribadi di internet?

100 responses



Menurut anda pesan yang disampaikan melalui film pendek, lebih mudah dipahami melalui iklan dalam video atau film pendek secara langsung

100 responses



BIODATA PENULIS



Penulis lahir di Gresik pada tanggal 4 Maret 2001 dengan nama lengkap Syahrul Khoirudin, dan umumnya dipanggil dengan nama Arul. Penulis adalah anak pertama dari tiga bersaudara, selain itu memiliki hobi di bidang media digital dan elektronik. Penulis memulai menempuh pendidikan formal di SD Muhammadiyah 2 Gresik, lalu melanjutkan pendidikan di pondok pesantren Pondok Pesantren Al-Ishlah dan SMP Muhammadiyah 12 Paciran, lalu kembali ke kota asal dengan melanjutkan pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik dengan jurusan Ilmu pengetahuan Sosial. Setelah lulus dari bangku SMA, penulis melanjutkan untuk mengambil studi S1 pada program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) pada tahun 2019. Penulis mempunyai beberapa akun media sosial, termasuk akun Instagram dengan nama pengguna @arul431, dan juga dapat menghubungi penulis melalui email syahrulkhoirudin4301@gmail.com.