

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Gaya hidup mewah yang disebarluaskan media massa merupakan salah satu penyebab masyarakat menjadi lebih konsumtif dan mempengaruhi terbentuknya penawaran produk dari lembaga keuangan, seperti kemudahan untuk melakukan kredit tanpa memikirkan bunga yang akan berlipat ganda (Syahid, 2015). Praktik transaksi berbunga berlipat termasuk dalam kategori riba dan sudah dilarang sejak zaman pra-Islam dan Allah telah berfirman dalam surah Ali Imron ayat 130 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahan: *“Hai orang-orang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”* (QS. Ali Imron: 130).

Dampak yang dihasilkan dari transaksi riba akan berpengaruh terhadap pelaku riba secara perseorangan, kelompok, maupun negara. Contoh dampak yang dimaksud adalah hilangnya keberkahan dalam harta dan kondisi ekonomi suatu negara tanpa memikirkan kebaikan untuk negaranya sendiri (Syahid, 2015).

Selain *gaya hidup*, perkembangan teknologi yang mempermudah transaksi dan pembayaran secara digital maupun daring, merupakan penyebab lainnya yang dapat memicu masyarakat melakukan transaksi kredit atau cicilan. Kredivo melakukan survei tentang alat pembayaran digital, hasilnya adalah sebanyak 79% dari 1.110 responden memilih kartu kredit digital sebagai alat pembayaran (Movanita, 2019).

Tidak hanya itu, selain kredit secara digital, dompet digital pun semakin diminati oleh masyarakat. Generasi Z adalah bagian dari masyarakat luas dan termasuk dalam generasi digital di era kekinian, yang dapat menerima segala kemudahan informasi melalui teknologi daring, di antaranya informasi mengenai transaksi kredit digital. Generasi Z merupakan generasi yang dekat dengan teknologi sehingga

pendekatan secara digital menjadi pilihan dan Dell Technologies menggelar studi tentang generasi Z dengan hasil bahwa Generasi Z mempunyai pemahaman yang mendalam terhadap teknologi. (Antara, 2019).

Generasi Z sudah mengenal tentang pembayaran atau transaksi secara daring melalui gawai dan sekitar 58,4% dari 405 responden mereka merasa lebih konsumtif (Pangestu, 2020). Generasi Z juga termasuk peminat dompet digital sekaligus cicilan, mereka berharap tersedianya fitur cicilan pada dompet digital (Catriana, 2020). Namun demikian, Generasi Z termasuk konsumen yang masih minim pengalaman dalam mengatur keuangan terutama dalam hal cicilan atau kredit, sehingga kemungkinan terjadi penyalahgunaan fungsi, seperti penggunaan kartu kredit untuk transaksi dalam kegiatan *hangout* atau menyewa hunian (Yulistara, 2018).

Disisi lain, berdasarkan survei dari sebanyak 86% Generasi Z yang melakukan kegiatan melalui jaringan internet atau daring, 70% dari kegiatan daring yang dilakukannya berhubungan dengan *platform* Youtube. Generasi Z aktif mengunjungi Youtube lebih dari 2 jam per harinya (Adam, 2017). Oleh karena itu, berdasarkan pendeskripsian-pendeskripsian di atas, penyampaian informasi mengenai definisi, ruang lingkup, dan proses transaksi riba melalui media teknologi daring Youtube dapat dijadikan salah satu cara untuk mengedukasi generasi Z agar lebih mengerti dan terhindar dari praktik riba.

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif disertai data kuesioner. Tujuan penelitian ini adalah merancang kanal Youtube dengan konten edukasi riba dan menghasilkan luaran perancangan berupa *branding* kanal Youtube, video, dan konten. Perancangan mempertimbangkan aspek imaji, aspek pembuat, dan aspek pemirsa. Perancangan ini juga diharapkan dapat mengedukasi Generasi Z tentang riba, bahaya dalam riba, serta cara menghindari dari transaksi riba tersebut. Konten edukasi ini akan dikemas kreatif dalam bentuk video blog (*vlog*) yang dapat dinikmati dan ditonton oleh generasi Z melalui gawainya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada permasalahan yang ada pada latar belakang, dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu bagaimana cara edukasi transaksi tanpa riba yang efektif untuk generasi Z?

## 1.3 Tujuan Perancangan

Mengacu pada masalah yang sudah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai adalah merancang kanal Youtube dan video akan menjadi solusi efektif untuk edukasi transaksi tanpa riba untuk generasi Z.

## 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan kanal Youtube edukasi transaksi tanpa riba untuk generasi Z adalah sebagai berikut:

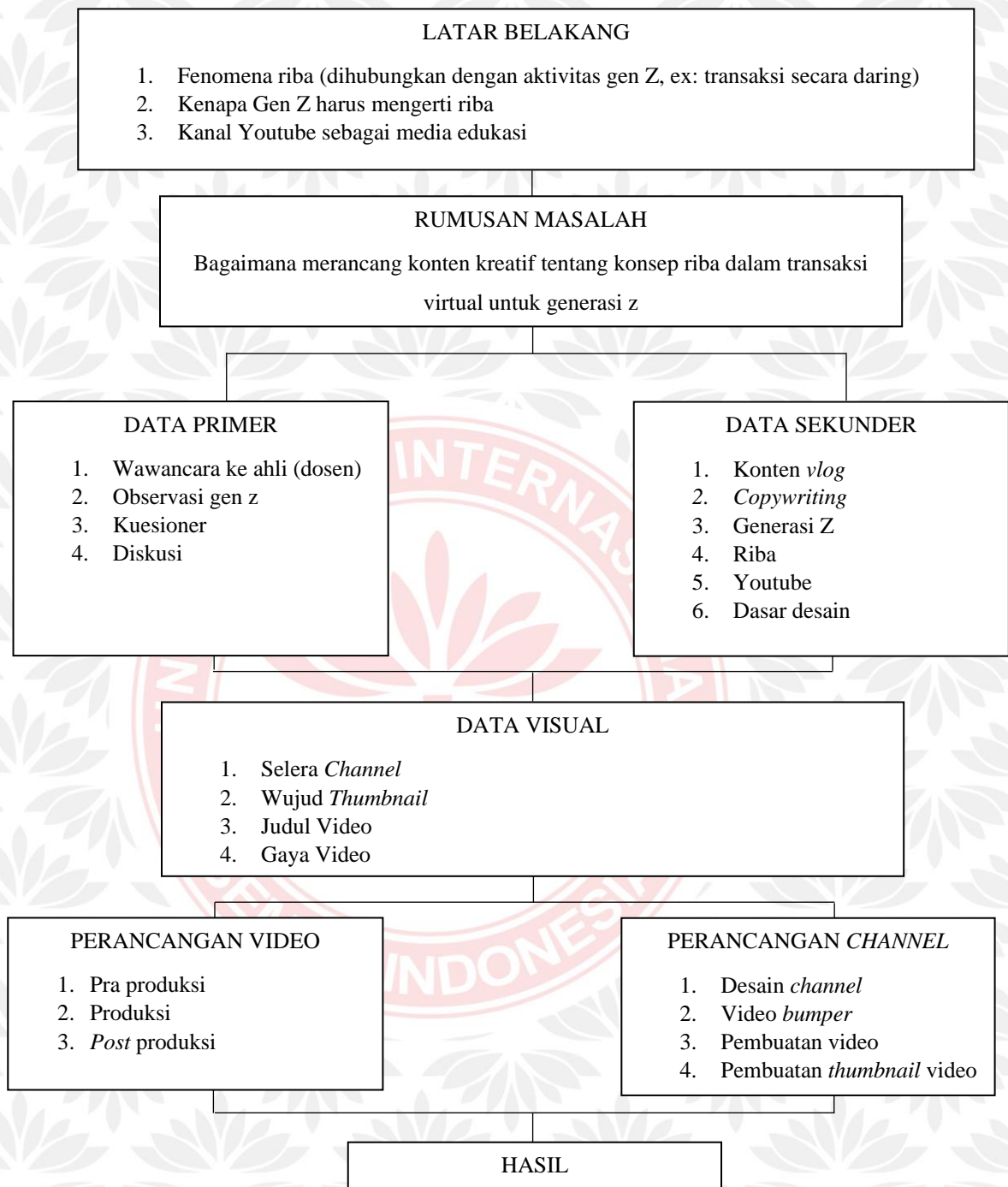
1. Konten video yang akan dikerjakan sebanyak 5 video dari 15 video. Sedangkan 10 lainnya adalah hanya poster sebagai *thumbnail* video.
2. Kanal Youtube akan difungsikan sebagai *prototype* dengan mengesampingkan faktor *subscribers*, *likes* dan *viewers*.
3. Sebagian besar perancangan dan penelitian dilakukan selama masa pandemi Covid-19.

## 1.5 Manfaat

Berikut adalah manfaat dari perancangan yang dilakukan pada penelitian ini:

1. Manfaat praktis  
Dapat menghasilkan rancangan kanal Youtube dan video yang efektif untuk mengedukasi transaksi tanpa riba
2. Bagi Mahasiswa  
Dapat dijadikan sebagai referensi bahan literatur maupun referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang konten kreatif.
3. Bagi Generasi Z  
Memberi informasi dan pengetahuan tentang bahaya riba agar terhindar dari praktik riba dalam segala transaksi modern yang mengandung riba.

## 1.6 KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan peneliti. 2020