

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam lanskap ekonomi global yang dinamis, Indonesia terus menghadapi gelombang arus barang impor, terutama dari Tiongkok, yang menunjukkan tren kenaikan dan kian mendominasi pasar domestik dalam lima tahun terakhir [1]. Analisis data dari Badan Pusat Statistik (BPS) secara konsisten menyoroti Tiongkok sebagai mitra dagang utama Indonesia dalam sektor impor. Jika pada tahun 2020, Tiongkok telah menjadi negara asal impor produk konsumen terbesar di Indonesia, dominasinya terus berlanjut dengan peningkatan pangsa pasar yang signifikan. Sejak tahun 2020, Indonesia telah menyaksikan banjirnya produk impor, khususnya dari Tiongkok, yang kian deras membanjiri pasar domestik [2]. Tren ini telah mengubah lanskap ekonomi secara signifikan. Puncaknya terlihat jelas pada Januari 2025, di mana nilai impor dari Tiongkok melonjak menjadi \$6,37 miliar, mencapai 35,52% dari total impor bulan tersebut [3].

Dominasi ini membuat produk lokal semakin kesulitan bersaing, terutama dalam hal harga dan variasi produk, yang mengancam daya saing UMKM di pasar domestik. Keresahan pelaku UMKM semakin meningkat karena barang-barang impor sering kali lebih murah dan mudah ditemukan di pasar, sementara produk dalam negeri kesulitan mendapat tempat. Fenomena ini telah menyebabkan banyak UMKM, terutama di sektor konveksi, terpaksa gulung tikar [4]. Hal ini mempengaruhi stabilitas ekonomi lokal dan memperburuk ketimpangan antara produk dalam negeri dengan produk impor. Keresahan ini muncul dari pelaku UMKM yang merasa terancam dengan keberadaan barang-barang impor, yang banyak di antaranya tidak hanya lebih murah, tetapi juga memiliki variasi yang lebih banyak [5]. Keadaan ini tidak hanya berdampak pada penurunan daya saing, tetapi juga berpotensi mengurangi peluang kerja serta memperlambat pertumbuhan ekonomi nasional.

Tanggapan terhadap masalah ini sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung produk lokal. Oleh karena itu, diperlukan media edukasi yang menarik dan mudah dipahami oleh

masyarakat. Film animasi 2D, dengan karakteristik visual dan naratifnya yang kuat, dapat menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan edukatif mengenai urgensi mendukung produk dalam negeri, sebagaimana dibuktikan dalam studi pengembangan media edukasi sejenis yang menunjukkan respons positif dari audiens [6]. Penggunaan animasi 2D memberikan kesempatan untuk menggambarkan karakter dan budaya Indonesia secara lebih dekat dan relevan dengan audiens lokal.

Dalam pengembangan film animasi ini, akan digunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode ini melibatkan enam tahap yang terstruktur: Konsep (*Concept*), Perancangan (*Design*), Pengumpulan Materi (*Material Collecting*), Pembuatan (*Assembly*), Pengujian (*Testing*), hingga Distribusi (*Distribution*). Fokus pada pembuatan aset visual dan karakter yang mencerminkan budaya Indonesia akan memastikan bahwa animasi yang dihasilkan tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan, tetapi juga relevan dengan konteks lokal yang dihadapi oleh pelaku UMKM Indonesia.

1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai dominasi barang impor Tiongkok dan kompleksitas investasi mereka di Indonesia, serta perlunya media edukatif yang efektif, penelitian ini merumuskan pertanyaan inti sebagai berikut: Bagaimana merancang film animasi 2D edukatif dengan pendekatan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dan teknik *Rigging cut-out*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibahas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan memproduksi film animasi 2D edukatif dengan memanfaatkan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dan teknik *Rigging cut-out*, sehingga dapat menjadi media yang menarik dan efektif dalam menyampaikan isu dominasi barang impor Tiongkok serta menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memilih dan mendukung produk dalam negeri, khususnya dalam konteks dukungan terhadap UMKM lokal.

1.4. Batasan Masalah

Untuk menjaga penelitian ini tetap terarah dan bisa selesai secara efektif, berikut adalah batasan-batasan lingkupnya:

1. Fokus Konten Film: Film animasi ini hanya berfokus pada edukasi masyarakat tentang pentingnya mendukung produk dalam negeri sebagai respons terhadap dominasi barang impor, terutama dari Tiongkok, serta dampaknya pada UMKM lokal. Film ini tidak akan membahas detail teknis atau ekonomi investasi perusahaan Tiongkok di Indonesia (misalnya, analisis untung rugi atau kebijakan pemerintah terkait investasi).
2. Rentang Waktu Data: Data dan informasi yang digunakan sebagai latar belakang masalah (khususnya terkait impor Tiongkok dan isu-isu yang menyertainya) akan dibatasi pada periode lima tahun terakhir, yakni dari 2020 hingga 2025.
3. Metode Pengembangan: Proses pembuatan Target Audiens Film: Film edukasi ini dirancang khusus untuk masyarakat umum, terutama kelompok usia produktif yang memiliki potensi daya beli dan dapat mempengaruhi keputusan konsumsi.
4. Luaran Film: Film animasi yang dihasilkan adalah prototipe atau contoh awal. Penelitian ini tidak akan mencakup proses distribusi film secara luas (misalnya, penayangan di televisi nasional atau bioskop) atau analisis dampak jangka panjang setelah film didistribusikan.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teknis

Manfaat ini berfokus pada kontribusi penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, metode, atau teknologi dalam bidang terkait.

a. Pengayaan Metode Pengembangan Multimedia:

Penelitian ini menyajikan contoh konkret penerapan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dalam pengembangan film animasi edukatif. Hasilnya bisa jadi panduan atau referensi bagi pengembang multimedia lain yang ingin membuat produk serupa secara sistematis dan terstruktur.

b. Peningkatan Pengetahuan Desain Animasi Edukatif:

Film animasi yang dihasilkan adalah studi kasus nyata tentang bagaimana prinsip desain komunikasi visual dan animasi 2D digunakan untuk menyampaikan pesan edukasi kompleks mengenai isu ekonomi. Ini akan memperkaya pemahaman tentang strategi visual dan naratif yang efektif dalam media edukasi, khususnya dalam konteks penggunaan karakter dan budaya lokal Indonesia.

c. Dasar Pengembangan Teknis Lanjutan:

Struktur dan alur produksi yang didokumentasikan dalam penelitian ini dapat berfungsi sebagai dasar teknis untuk pengembangan film animasi edukatif yang lebih kompleks atau platform edukasi multimedia lainnya di masa depan.

2. Manfaat Non-Teknis

Manfaat ini fokus pada dampak praktis dan sosial yang bisa dirasakan langsung oleh masyarakat, industri, atau pihak lain setelah film ini tersedia.

a. Meningkatkan Kesadaran dan Preferensi Masyarakat:

Film animasi 2D ini akan berfungsi sebagai alat edukasi yang menarik dan efektif bagi masyarakat umum. Setelah menonton, penonton diharapkan lebih memahami pentingnya mendukung produk dalam negeri dan lebih memilih barang lokal daripada barang impor, terutama dari Tiongkok, sehingga menumbuhkan rasa bangga buatan Indonesia.

b. Mendukung Industri Lokal:

Dengan meningkatnya kesadaran dan preferensi masyarakat terhadap produk lokal, secara tidak langsung film ini dapat membantu meningkatkan permintaan, daya saing, dan pertumbuhan industri domestik. Pada akhirnya, hal ini berpotensi menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan memperkuat ekonomi nasional.

- c. Memberikan kontribusi ekonomi lain yang penting bagi Indonesia.
- d. Kontribusi Tidak Langsung pada Dialog Publik:

Meskipun tidak fokus pada pembuatan kebijakan, film ini berpotensi memicu diskusi yang lebih luas dan terinformasi di kalangan masyarakat. Pembahasan tentang dampak impor dan pentingnya kedaulatan ekonomi ini bisa menjadi dorongan tidak langsung bagi para pemangku kepentingan untuk mempertimbangkan kebijakan yang lebih mendukung produk dalam negeri.

