

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Herd Behavior

Manusia cenderung mengubah sifat, pola pikir, perilaku sesuai dengan keadaan sekitarnya: beradaptasi. Perubahan ini cenderung dipengaruhi oleh orang lain, dan akan semakin berubah seiring dengan intensitas pengaruh tersebut. Sebuah studi membuktikan bahwa diperlukan hanya sejumlah lima persen orang dalam sebuah kelompok untuk dapat mempengaruhi sisa sembilan puluh lima persen lainnya (Elsley, 2008).

The findings show that in all cases, the 'informed individuals' were followed by others in the crowd, forming a self-organising, snake-like structure. "We've all been in situations where we get swept along by the crowd," says Professor Krause. "But what's interesting about this research is that our participants ended up making a consensus decision despite the fact that they weren't allowed to talk or gesture to one another. In most cases the participants didn't realise they were being led by others."

Herd behavior dan herd mentality berurusan dengan bagaimana seseorang akan terpengaruh oleh individu-individu lain dalam kelompok sosialnya, seperti bagaimana sebuah komunitas dapat berperilaku secara kolektif tanpa arahan khusus. Fenomena ini terjadi pada binatang, seperti kumpulan burung, kawanan serigala; dan pada manusia.

Ide mengenai herd behavior ini pertama dikemukakan oleh sosiolog Perancis: Gustave Le Bon (1894). Tarde melanjutkan teorinya dengan menekankan pentingnya imitasi, seperti bagaimana seorang anak akan meniru orangtuanya, dan bahwa imitasi adalah salah satu faktor pendorong terjadinya inovasi (Ellenberger, 1970: 514). Le Bon mengungkapkan bahwa populasi yang terkumpul akan

membentuk sebuah badan dan “ketidaksadaran” kolektif yang baru. Kedua hal ini akan kemudian memunculkan semacam “group mind”.

Sebuah teori lain yang berkaitan dengan herd behavior adalah bandwagon effect. Bandwagon effect adalah sebuah fenomena dimana seseorang akan mengadopsi ide, kepercayaan, dan kebiasaan sebuah kelompok bukan berdasarkan manfaat atau keuntungan, tetapi berdasarkan popularitas. Kecenderungan ini akan semakin meningkat semakin banyak orang yang sudah menerima ide tersebut (Bikhchandani, 1992). Penggunaan dan asal-usul istilah ini dapat dilihat dalam ungkapan “jump on the bandwagon”. Bandwagon adalah sebuah gerobak—wagon—yang membawa band musik dalam parade.

Teori-teori ini sangat berpengaruh dalam bidang politik dan ekonomi. Istilah “jump on the bandwagon” sendiri digunakan dalam ruang lingkup politik sekitar abad ke-20 di Amerika Serikat, dimana istilah tersebut digunakan sebagai sindiran untuk pendukung-pendukung politikus yang hanya mencari keuntungan. Fenomena ini juga sangat mempengaruhi suara dalam voting. Orang-orang cenderung memilih sesuai dengan pilihan mayoritas.

Dalam hal ekonomi, herd behavior dan bandwagon effect adalah alasan terbentuknya tren. Akan timbul sebuah keinginan untuk memiliki suatu benda apabila benda tersebut sudah dimiliki orang lain, seperti produk-produk Apple. Hal ini juga terjadi pada fashion, media sosial, dan produk-produk lainnya.

Fenomena ini dapat menimbulkan efek-efek negatif. Secara politik, hal ini dapat berupa manipulasi suara, penyebaran hoax, dan sebagainya. Contoh lain adalah penyebaran gerakan anti-vaccination, dimana muncul kepercayaan bahwa vaksin menimbulkan efek negatif. Orang yang terpengaruh gerakan tersebut cenderung memberi vaksin kepada anak-anak mereka, dan dapat menyebabkan munculnya penyakit-penyakit yang dapat dicegah.

1.1.2 Herd Behavior di Indonesia

Fenomena herd behavior terlihat dengan cukup jelas dalam lingkungan politik dan sosial Indonesia. Indonesia sendiri memiliki jumlah penduduk yang besar, yaitu sekitar 260 juta orang. Indonesia pun memiliki populasi terbesar ke-4 di dunia (World Bank Group, 2017). Penduduk yang berjumlah besar ini akan sangat mempengaruhi kemajuan negara.

Indonesia sendiri merupakan negara yang masih cenderung baru, dan sangat terikat dengan tradisi dan agama. Hal ini dapat berarti bahwa penduduk-penduduk Indonesia masih rentan mengikuti tradisi kuno dan berbagai kepercayaan tanpa mengetahui secara pasti makna dari tradisi tersebut.

Herd behavior pun ikut mempengaruhi Indonesia secara negatif. Salah satu contoh peristiwa tersebut yaitu kasus penistaan agama yang terjadi di awal tahun 2017 (Rudi, 2017). Beberapa pihak memanfaatkan fenomena herd behavior untuk menyebarkan informasi, yang dalam kasus ini bersifat negatif. Penyebaran ini pun dilakukan oleh sosok yang cukup karismatik, dan sesuai studi, mayoritas orang akan mengikuti sebesar 5% populasi yang terlihat percaya diri. Lebih dari itu, orang akan lebih percaya dengan sumber yang pertama mereka dengar. Selain itu, topik-topik yang disebutkan di atas tidak akan menjadi topik pembahasan yang laris apabila tidak disinggung.

Kasus-kasus yang berkaitan dengan herd behavior juga dapat ditemukan dalam berbagai peristiwa di Indonesia, seperti kasus pengeroyokan massa atau kasus main hakim sendiri. Salah satu contoh peristiwa di atas terjadi pada tanggal 1 Agustus 2017, dimana seorang pria dibakar hidup-hidup atas dugaan pencurian (Carina, 2017).

Dalam kejadian-kejadian di atas, dapat terlihat dampak-dampak fenomena herd behavior. Baik positif maupun negatif, khalayak umum akan mengikuti keputusan-keputusan pihak tertentu.

1.2 Identifikasi Masalah

Herd behavior mempengaruhi tingkah laku masyarakat secara signifikan, seperti pada proses sosial, terutama pada jalannya pemerintahan dalam negara-negara demokrasi. Sebagian besar orang tidak sadar akan pengaruh fenomena psikologis ini, dan eksploitasinya dalam memanipulasi khalayak umum untuk pencapaian tujuan-tujuan tertentu. Isu herd behavior sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat, dan oleh karena itu menyebarkan isu ini pada masyarakat umum sangatlah penting.

Salah satu cerita yang berkaitan dengan herd behavior, terutama di Indonesia sekarang ini, adalah *The Emperor's New Clothes*—Baju Baru Sang Kaisar dalam Bahasa Indonesia, atau *Kejserens nye Klæder* dalam Bahasa Denmark—karya penulis Denmark, Hans Christian Andersen. Kisah ini diterbitkan dalam salah satu terbitan Andersen yang berjudul *Fairy Tales Told for Children (Eventyr, fortalte for Børn)* pada tanggal 7 April 1837 (Wullschlager, 2002: 174-176).

The Emperor's New Clothes merupakan kisah tentang seorang kaisar yang dijanjikan baju baru istimewa oleh dua orang penjahit, namun ketika sang kaisar memamerkan baju barunya, rakyatnya tidak berani mengatakan bahwa mereka tidak melihat baju apa-apa. Hal tersebut terus berlangsung sampai seorang anak berteriak, menyatakan kebenarannya. (Andersen, 1837).

Kisah diatas mengandung unsur cerita yang tidak jauh dari herd behavior. Tokoh-tokoh seperti para menteri dan penduduk kota dapat mencapai persetujuan secara tidak sadar, dan mereka sekaligus mengubah pikirannya setelah mendengar kata-kata seorang anak.

The Emperor's New Clothes disajikan dalam bentuk tekstual. Namun, berdasarkan teori picture superiority effect, data dalam bentuk visual lebih

mudah dicerna dibandingkan dengan data verbal atau tulisan (Paivio, 1968: 137). Selain itu, masyarakat zaman sekarang menjalani kehidupan sehari-hari dengan media yang didominasi secara visual. Telah terjadi pergeseran budaya ke arah visual.

Walaupun budaya visual atau visual culture sendiri masih diperdebatkan, Mirzoeff mengemukakan bahwa visual culture mengacu pada fenomena visual apapun yang mengandung informasi, makna, atau kepuasan. Hal tersebut dapat dicapai melalui berbagai hal, dari lukisan cat minyak, siaran televisi, hingga internet (1998: 3). Mirzoeff melanjutkan dengan menegaskan bahwa terdapat suatu unsur dalam media visual yang tidak dapat direproduksi dalam bentuk tekstual (ibid.: 9).

the visual is not simply the medium of information and mass culture. It offers a sensual immediacy that cannot be rivalled by print media: the very element that makes visual imagery of all kinds distinct from texts. This is not at all the same thing as simplicity but there is an undeniable impact of first sight that a written text cannot replicate. ... Let us give this feeling a name: the sublime. The sublime is the pleasurable experience in representation of that which would be painful or terrifying in reality, leading to a realization of the limits of the human and of the powers of nature. ... The task of the sublime is then to 'present the unrepresentable', an appropriate role for the relentless visualizing of the postmodern era.

Isu herd behavior dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat secara dramatis, sehingga diperlukan adanya sarana untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan masalah ini. Isu tersebut akan dibawakan dalam bentuk visualisasi atau concept art film animasi pendek yang akan dikemas dalam bentuk artbook. Hal-hal ini ditentukan setelah mempertimbangkan keunggulan gambar dalam menyampaikan pesan, dan karena potensi media digital untuk meluas dengan cepat melalui internet, sehingga tujuan menyebarluaskan isu herd behavior dapat tercapai.

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini akan mencakup aspek atau tahap visualisasi konsep untuk film animasi. Tahap-tahap ini termasuk eksplorasi visual untuk perancangan tokoh-tokoh, props, dan lingkungan, serta pembuatan key art.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan proyek akhir ini adalah perancangan sebuah concept art film animasi pendek yang mengangkat cerita The Emperor's New Clothes dalam bentuk buku concept art. Cerita The Emperor's New Clothes pun dipilih karena tergolong sesuai untuk mengangkat isu herd behavior.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Keilmuan

- Sebagai salah satu bahan referensi dan acuan pembelajaran dalam proses menerjemahkan emosi dalam teks menjadi sebuah elemen visual.

1.5.2 Bagi Masyarakat

- Sebagai media visual untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan adanya herd behavior.