

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara dengan kekuatan ekonomi yang sedang berkembang terutama di Asia Tenggara, pesatnya perekonomian di Indonesia ditandai dengan banyaknya perubahan dari waktu ke waktu, sesaat setelah pandemi menyerang perekonomian di Indonesia mulai tidak stabil terlebih lagi pertumbuhan ekonomi dan bisnis di Indonesia menurun dikarenakan banyaknya sumber daya manusia yang tidak semua mendapatkan kesempatan bekerja, dan di saat pandemi mulai melanda Indonesia banyak sekali permasalahan baru yang muncul, salah satunya permasalahan tersebut adalah angka pengangguran di Indonesia yang semakin meningkat, banyak perusahaan dan pekerja-pekerja yang harus diberhentikan karena situasi keuangan yang terjadi di Indonesia saat ini, Dampak perekonomian dan bisnispun mulai menurun. Tidak hanya pada perekonomian saja namun dampak dari pandemi ini juga membuat generasi muda di Indonesia mulai memasuki masa dimana hampir semua kegiatan dilakukan di rumah salah satunya yaitu pendidikan hal ini membuat generasi muda merasakan persaingan terasa lebih berat, dimulai dari persaingan pendidikan hingga persaingan di dunia lapangan pekerjaan karena keadaan pandemi, jika disebutkan banyak sekali bidang yang ada di creativepreneur, salah satu contohnya seperti menjadi creativepreneur visual, karena tidak banyak yang mengerti bagaimana mengelola dan berwirausaha di bidang creativepreneur visual tersebut, creativepreneur visual yang diambil yaitu ada 3 jenis bidang yang pertama ilustrasi, yang kedua fotografi dan ketiga animasi, yang nantinya akan lebih mengarah ke penjualan atau bisa juga menawarkan jasa seperti desain dan ilustrasi ataupun fotografi, tersebut nanti memudahkan generasi muda untuk bergabung dan mengembangkan usaha mereka sesuai bidang yang diminati mereka seperti fotografi, ilustrasi atau animasi karena di era digital ini semua sudah dimudahkan dengan adanya internet dan digital ini, berharap generasi muda bisa lebih mengembangkan dan memajukan ekonomi kreatif yang ada di Indonesia. Salah satu cara agar generasi muda bisa mengenal lebih bagaimana menjadi

creativepreneur visual di bidang marketplace tersebut yaitu dengan cara membuat buku panduan Ebook yang berjudul “Kiat Menjadi Creativepreneur Visual”, Apa itu Ebook, Ebook adalah salah satu buku dengan tampilan digital yang berisi buku panduan atau buku yang memberikan banyak informasi, menggunakan Ebook untuk menjadikan salah satu solusi agar generasi muda yang ada di era digital ini bisa membaca buka panduan tentang creativepreneur tersebut disaat apapun, dan lebih memudahkan karena hanya dengan cara membuka buku panduan tersebut melalui smartphone ataupun portable computer, dengan begitu generasi muda diharapkan dapat mengembangkan potensi mereka di bidang usaha dengan menjadi creativepreneur visual, karena creativepreneur adalah salah satu solusi untuk generasi muda memulai mengasah dan mengembangkan potensi mereka di bidang bisnis atau industri kreatif. Creativepreneur juga menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia. Generasi muda memiliki peran sangat penting untuk memajukan bangsa dengan begitu salah satu cara dan solusi untuk membantu generasi muda memulai dan mempelajari bagaimana menjadi generasi bangsa yang sukses dan bisa meningkatkan perekonomian kreatif salah satunya dengan menjadi Creativepreneur yang sukses dibidang visual, maka dari itu penelitian kali ini dilakukan untuk membantu serta mengarahkan generasi bangsa, agar bisa mempelajari serta menerapkan bagaimana menjadi creativepreneur di bidang visual tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tentang perancangan komunikasi visual dalam mengembangkan potensi generasi muda menjadi kreatifpreneur bisa karena Kurangnya peningkatan dan pengembangan ekonomi kreatif di bidang Creativepreneur dan juga Meningkatnya angka pengangguran di masa pandemi ini Dari dasar latar belakang di atas maka rumusan masalah dari perancangan ini adalah : **Bagaimana merancang desain komunikasi visual atau panduan untuk membantu generasi muda menemukan potensinya sebagai creativepreneur visual.**

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang dirumuskan diatas, perancang membuat sebuah batasan masalah agar perancangan dapat dilakukan dengan lebih fokus. Adapun batasan perancangan yang dibuat yaitu :

1. Penelitian ini dibatasi dengan pembahasan bagaimana cara mengembangkan dan mengarahkan generasi muda, khususnya mahasiswa yang berusia 19-23 tahun untuk menjadi creativepreneur visual di bidang usaha marketplace
2. Bidang Creativepreneur yang ditunjukkan yaitu bidang visual (fotografi, ilustrasi, animasi)

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini dibuat yaitu untuk meningkatkan daya tarik dan pemahaman kepada generasi muda akan peluang bisnis atau berwirausaha di bidang ekonomi kreatif yaitu salah satunya creativepreneur, yang membedakan creativepreneur yang ingin ditunjukkan dan dikembangkan nantinya di bidang usaha creativepreneur visual, berharap generasi muda bisa berbisnis dengan ide dan cara yang kreatif juga , diluar tentang modal tersebut besar atau kecil dengan adanya ide kreatif akan bisa memulai bisnis dengan cara yang berbeda.

1.5 Manfaat Perancangan

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat Bagi Masyarakat Indonesia Adapun penjelasan mengenai manfaat tersebut :

1. Membantu generasi muda khususnya remaja bisa mengembangkan potensi mereka di dalam creativepreneur visual tersebut dengan menggunakan ide kreatif yang mereka miliki.
2. Meningkatkan perekonomian dan bisnis di Indonesia khususnya untuk ekonomi kreatif yang bisa mengembangkan serta meningkatkan perkonomian di Indonesia

1.6 Metodologi Perancangan

1. User Research

Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode penelitian kuisisioner secara *online* yang berguna untuk mendapatkan informasi tentang target yang akan dituju. Kuisisioner *online* ini dibagikan pada target dengan umur 17 tahun

– 24 tahun. Dimana data yang didapat dari narasumber akan berkaitan dengan penelitian selanjutnya.

2. **Insight**

1. Semakin meningkatnya tingkat pengangguran yang terjadi pada generasi muda, dan juga lapangan kerja di Indonesia yang tidak mencukupi sehingga banyak generasi muda yang setelah lulus perguruan tinggi mereka menjadi pengangguran dan tidak tahu mau melakukan kegiatan atau bekerja dibidang apa.
2. Generasi muda saat ini kurang paham bagaimana menjadi creativepreneur, terutama di bidang visual.

3. **Background Research**

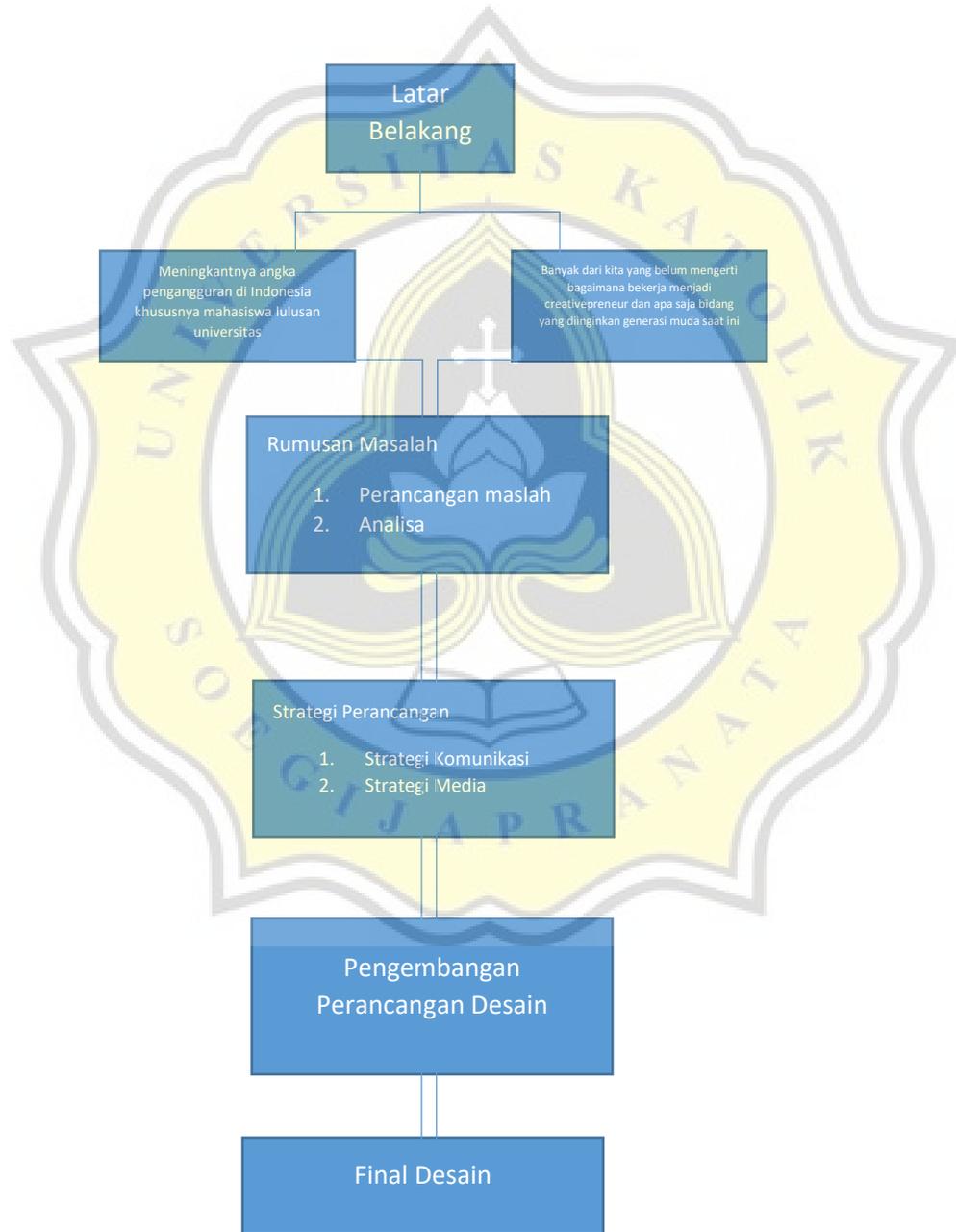
Dalam penelitian kali ini akan menggunakan beberapa metode yang berguna untuk mengumpulkan dan mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian selanjutnya. Pada metode kali ini yang pertama menggunakan metode angket dengan membagikan kuisioner online kepada target yang dituju. Dimana target tersebut berumur 19 tahun – 23 tahun. Pada metode angket kali ini digunakan untuk mengetahui tingkat potensi creativepreneur dibidang apa yang harus dikembangkan dan diarahkan pada generasi muda. Untuk metode kedua menggunakan metode studi pustaka, seperti buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan mengembangkan potensi di bidang creativepreneur . Kemudian juga mencari berita pada internet yang memiliki topik permasalahan yang berkaitan dengan ekonomi kreatif atau creativepreneur dan juga cara mengembangkan potensi yang dimiliki diri sendiri menggunakan sumber yang valid. Dimana hal tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah creativepreneur adalah salah satu potensi yang dan profesi yang diminati remaja saat ini.

4. **Initial Concept**

Permasalahan yang didapatkan sebelumnya akan diselesaikan dengan menggunakan beberapa metode penelitian yang nantinya digunakan untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Strategi komunikasi yang digunakan pada penelitian ini adalah AISAS.

Peneliti menggunakan cara komunikasi visual pada penelitian ini untuk menyelesaikan masalah yang ada dengan Ebook dan juga terdapat ilustrasi. Dimana Ebook ini juga menyesuaikan target remaja saat ini yang nantinya akan membantu target untuk lebih mengetahui cara menemukan potensi mereka di bidang creativepreneur

1.7 Skema Perancangan



1.8 Studi Pustaka

1.8.1 Creativepreneur: Bisnis Berbasis Kreativitas

Di dalam sebuah artikel Mosello, Mosello adalah salah satu marketplace di bidang kreatif, di dalam artikel tersebut mosello menjelaskan bahwa generasi muda saat ini bisa memulai serta bergabung untuk membuat usaha mereka dengan mudah melalui salah satu marketplace yang bisa menjamin usaha mereka saat ini yaitu di era digital mereka akan diberikan pasar dengan bidang yang mereka inginkan masing-masing .

18.2 Creativepreneur Menjamin Kesejahteraan Di Masa Depan

Hasil Uji ini bertujuan untuk memberitahukan bahwa ada atau tidaknya korelasi yang terjadi diantara residual dan pada satu pengamatan dan pengamatan lainnya ini. Metode ini menggunakan Durbin Watson (DW) yang dimana mengartikan bahwa adanya beberapa pengaruh yang signifikan antara kesejahteraan warga di Indonesia ini jika warganya menjadi creativepreneur dan karyawan. Dan konstanta mengatakan bahwa sebesar 8,877 menyatakan, bahwa jika ada pengaruh antara menjadi Creativepreneur atau karyawan maka besarnya Kesejahteraan adalah 8,877. Koefisien regresi $X_1 = 0,334$ menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan satu unit menjadi creativepreneur maka nantinya akan meningkatkan Kesejahteraan di negara tersebut sebesar 0,334.