

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia tidak pernah terlepas dari perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Indonesia sebagai salah satu negara berdaulat yang sering dikategorikan sebagai negara berkembang juga merasakan hal ini. Negara Kesatuan Republik Indonesia dapat dilihat sebagai salah satu negara berkembang yang unik dari sisi perkembangan ekonomi karena sistem ekonomi yang dianutnya.

Dalam sistem ini pemerintah memiliki peran penting dan juga turut aktif dalam pengendalian perekonomian negara. Hal ini terlihat dari berbagai peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam berbagai aspek kehidupan ekonomi di Indonesia. Salah satu peraturan perundang-undangan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah adalah tentang Industri Kreatif dan perlindungan akan Hak Kekayaan Intelektual.

Hal ini dilakukan oleh pemerintah karena mereka menyadari bahwa kehidupan manusia saat ini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan desain secara luas dan menyeluruh. Dimulai dari kebutuhan primer manusia yaitu sandang, pangan dan papan semua tidak terlepas dari peran para desainer.

Berbagai busana, pakaian dalam, sepatu, serta aksesoris tidak terlepas dari peran penting para desainer *fashion*. Walaupun pembangunan sebuah rumah ataupun bangunan adalah pekerjaan arsitek dan insinyur namun tidak dapat dipungkiri bahwa desainer interior juga memiliki peran besar dalam mendesain tata ruang serta produk-produk yang mendukung. Sekarang ini, hampir tidak dapat ditemukan produk makanan yang dijual tanpa sebuah nama merek atau nama restoran dilekatkan pada produk makanan tersebut.

Bukan hanya kebutuhan primer namun kebutuhan sekunder dan tertier juga tidak terlepas dari kebutuhan akan desain. Dewasa ini, hampir semua barang produksi yang ada di pasar adalah sebuah rancangan dari desainer produk yang kemudian dikemas dengan berbagai bentuk menarik yang juga adalah kontribusi dari desainer *packaging*. Dengan banyaknya produksi barang yang saling

bersaing maka kebutuhan akan promosi atas produk-produk tersebut juga meningkat. Promosi-promosi tersebut tidak lepas dari peranan para desainer grafis dan desain komunikasi visual. Promosi dapat dilakukan dengan banyak cara dan media, baik dengan media yang biasa digunakan sampai dengan berbagai media yang tidak biasa digunakan untuk menarik perhatian banyak orang.

Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu digunakan untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu menjadikan Industri kreatif populer di masyarakat. Dengan demikian begitu pula kebutuhan akan desain.

Selain itu juga pertumbuhan industri kreatif juga membawa dampak positif bagi sebuah negara karena meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi suatu negara maka dapat juga dikatakan terdapat kenaikan pada tingkat ekonomi masyarakatnya. Dengan peningkatan ekonomi masyarakat sebuah negara maka mereka dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka yang juga membuka peluang untuk berbelanja kebutuhan sekunder dan tertier. Dapat dilihat bahwa ada suatu pola yang terus berulang.

Dengan alasan-alasan inilah maka pemerintah dan masyarakat merasa hal ini adalah salah satu hal yang harus mendapat perhatian dan campur tangan pemerintah. Walaupun demikian, namun masih banyak pelaku industri kreatif di Indonesia terutama para desainer yang tidak memahami peraturan hukum yang ada yang sebenarnya adalah suatu hal yang esensial bagi hasil karya mereka.

Dewasa ini, tidak jarang dijumpai desainer yang karyanya dicuri dan dipakai tanpa sepengetahuan desainer bersangkutan oleh pihak lain tanpa kontribusi yang layak. Padahal, desain bagi seorang desainer adalah sebuah karya yang berharga karena selain desain tersebut adalah buah dari hasil pemikiran mereka yang cemerlang, bahkan bagi sebagian desainer, desain mereka adalah sebagian dari jiwa mereka yang divisualisasikan di dalam dunia ini yang seharusnya diapresiasi oleh semua orang dan berhak mendapatkan keuntungan ekonomis dari hal tersebut. Hal ini menjadi salah satu permasalahan serius yang dihadapi

oleh banyak desainer karena mereka tidak mengerti bagaimana mereka dapat melindungi hak atas karya-karya mereka.

Penulis berharap dengan menyoroti hal ini dalam penelitiannya dapat menambah wawasan bagi para desainer agar mereka dapat mengetahui adanya langkah-langkah yang dapat mereka lakukan dalam melindungi karya-karya mereka secara sah di mata hukum.

Topik ini diangkat dan disesuaikan dengan tema besar Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Maranatha semester Ganjil 2014/2015 yaitu Nasionalisme. Penulis merasa layak untuk mengangkat permasalahan ini sebagai kontribusi bagi negara yang dapat dilakukan oleh penulis untuk membantu para desainer Indonesia dalam mempersiapkan diri menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang akan dimulai pada tahun 2015 dan juga dalam menghadapi pasar bebas internasional tahun 2020 nanti. Karena MEA dan pasar bebas internasional tidak hanya akan berdampak besar bagi bisnis Indonesia di bidang produksi namun juga di bidang jasa dan semua masyarakat Indonesia berhak bersiap-siap dalam menghadapi kemungkinan yang akan terjadi.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti lebih lanjut sesuai dengan bidang ilmu yang sedang ditekuni oleh penulis saat ini. Rumusan masalah tersebut adalah:

Bagaimanakah cara yang tepat dalam upaya untuk menginformasikan melalui Desain Komunikasi Visual kepada para desainer dan melalui media apa yang tepat digunakan agar mereka sadar akan betapa pentingnya pemahaman tentang HKI?

1.2.2 Ruang Lingkup

Dalam menulis penelitian ini, penulis memberi batasan–batasan ruang lingkup dalam penelitiannya sebagai berikut:

1. Adapun daerah penelitian yang diambil oleh penulis adalah Indonesia dengan lebih terfokus pada Kota Jakarta dan Bandung;
2. Proyek yang akan dilakukan merupakan sebuah kampanye mengenai pentingnya bagi desainer untuk memahami HKI;
3. Target utama yang dituju adalah para desainer yang ada di Kota Jakarta dan Bandung;

1.3 Tujuan Perancangan

Sesuai dengan permasalahan dan ruang lingkup yang telah diuraikan di atas, berikut ini akan dipaparkan garis besar hasil yang ingin diperoleh setelah masalah diteliti dan dipecahkan, yaitu:

Melalui Desain Komunikasi Visual dapat mengetahui cara yang tepat dalam menginformasikan kepada para desainer dan dapat memilih media yang tepat digunakan agar mereka sadar betapa pentingnya bagi mereka untuk memahami HKI.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

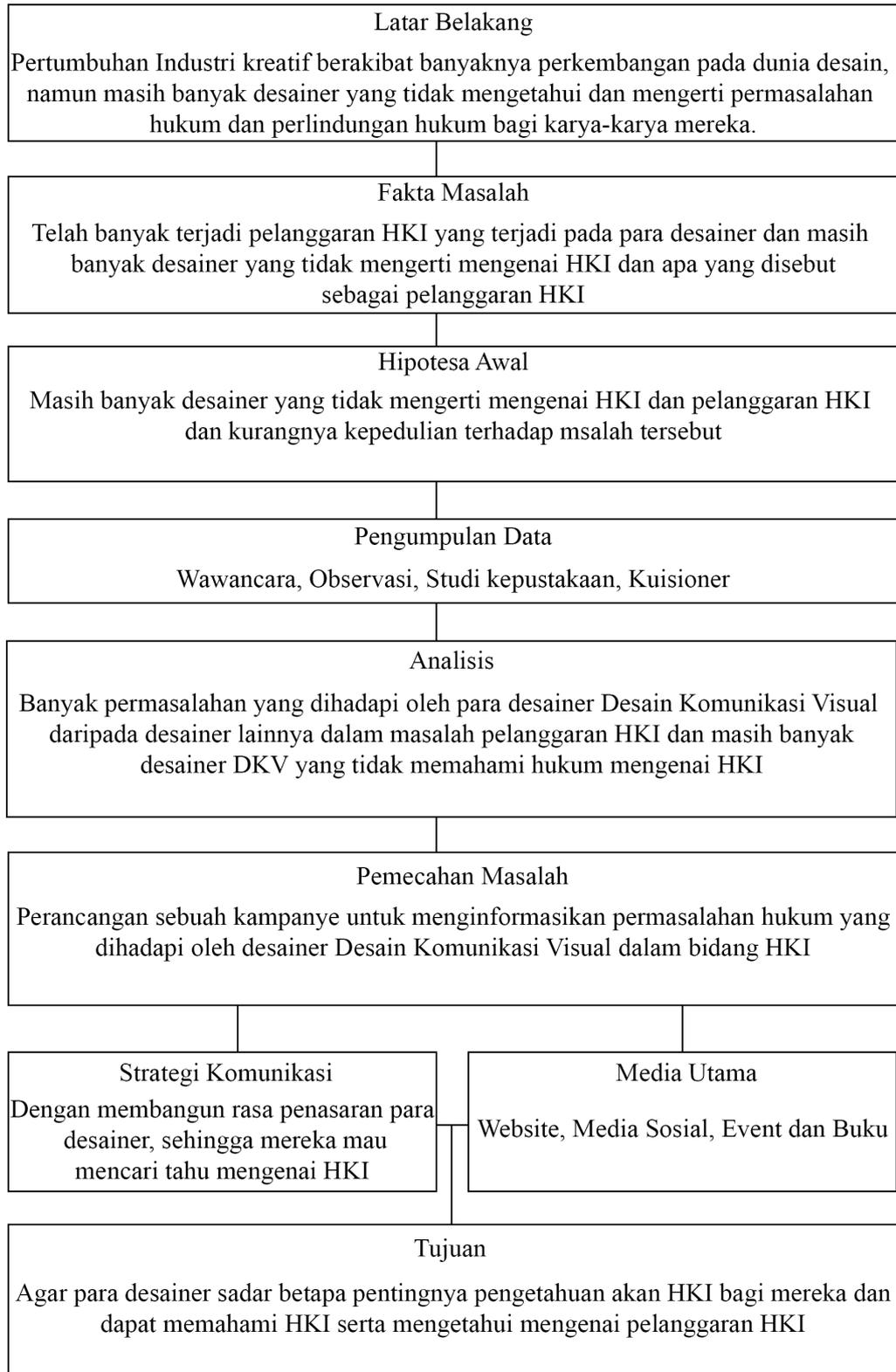
Dalam perancangan suatu penelitian atau rancangan dibutuhkan data. Untuk merancang dan melaksanakan sebuah karya desain diperlukan data yang cukup memadai sebagai dasar pemikiran dan arahan konsep. Pengumpulan data yang akan dilakukan untuk penelitian ini adalah dengan cara:

1. Studi Literatur / Pustaka (Buku, Peraturan Perundang-undangan, dan internet) untuk mendapatkan informasi mengenai Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual, beberapa teori hukum, dan teori-teori yang berhubungan dengan kampanye.
2. Observasi (aktif)
Sebagai partisipan yang aktif dengan ikut mencoba mengalami solusi yang diberikan.
3. Kuisisioner
Yang disebarakan tiga kali. Kuisisioner awal untuk menentukan desainer apa yang paling sesuai untuk dituju oleh kampanye ini dan kuisisioner kedua

sebagai kuisisioner data, kemudian kuisisioner ketiga adalah kuisisioner dalam penentuan visual.

4. Wawancara Narasumber yang Kompeten, diantaranya:
 - a. Dosen Desain Komunikasi Visual
 - b. Advokat dan /atau Dosen Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI)
 - c. Desainer yang telah memiliki pengalaman bekerja di bidangnya selama 5 tahun atau lebih.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan