

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, makna nasionalisme semakin pudar di generasi masyarakat Indonesia. Akibatnya, tidak sedikit masyarakat Indonesia pada akhirnya hanya memiliki rasa nasionalisme sebatas wacana. Wacana yang dimaksud adalah seperti anak muda yang merasa memiliki nasionalisme tinggi hanya dengan memakai atribut berlambangkan Indonesia. Makna nasionalisme merupakan sebuah rasa yang harus dimiliki oleh generasi ke generasi untuk mensejahterakan kehidupan bangsa dan sesama masyarakat Indonesia.

Di samping itu, masih banyak cara yang dapat dilakukan oleh masyarakat Indonesia untuk menyatakan rasa nasionalismenya lewat tindakan nyata seperti salah satu contohnya adalah berwirausaha.

Sekitar tahun 2010, mulai muncul sebuah sebutan asing di masyarakat Indonesia yaitu *startup*. Istilah *startup* biasanya digunakan untuk organisasi yang berusaha menghasilkan produk dan mencari model bisnis yang tepat untuk berkembang. Di Indonesia istilah *startup* cenderung mengacu untuk perusahaan rintisan yang menggunakan unsur teknologi informasi pada produknya, contoh secara umum yang cukup dikenal adalah Kaskus, Detik.

Hal yang dialami oleh generasi muda Kota Bandung adalah sebagian besar dari mereka masih belum mengetahui apa itu wirausaha *startup*. Publikasi atau kampanye tentang wirausaha *startup* masih jarang dilakukan dan biasanya hanya dituju untuk generasi tertentu saja. Kurangnya pengertian, ilmu atau pemahaman tentang wirausaha *startup* di Kota Bandung ini akhirnya membuat generasi muda di Kota Bandung hanya sekedar ingin tetapi tidak ada tindakan. Sedangkan kunci dalam berwirausaha *startup* adalah tindakan.

Dengan adanya gejala tersebut, maka diperlukan pembahasan, penelitian, dan perancangan visualisasi yang efektif untuk membangun minat berwirausaha *startup* yang ditujukan untuk generasi muda, khususnya mahasiswa di Kota Bandung, Jawa Barat, yang bertujuan untuk meningkatkan minat (*awareness*) sehingga mereka dapat bertindak (*action*) untuk memulai wirausaha *startup*nya.

Jika permasalahan kurangnya pemahaman tentang wirausaha *startup* di Bandung tidak diselesaikan dan dicarikan solusi pemecahannya, kapan generasi muda dan negara kita dapat bersaing dengan negara maju lainnya, relakah kita melihat potensi besar yang dimiliki negara dari generasi muda Indonesia tidak dapat dimaksimalkan, relakah kita menyaksikan kualitas negara Indonesia terus berada dibawah dari negara tetangga.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Adapun pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas dalam peneltian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1.2.1 Permasalahan Rumusan

Bagaimana cara untuk merancang komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan wirausaha *startup* kepada generasi muda Kota Bandung?

1.2.2 Ruang Lingkup Perancangan

Ditinjau dari pokok-pokok permasalahan yang telah dirumuskan diatas, berikut ini akan dikemukakan dan diuraikan ruang lingkup atau batas permasalahan :

1. Penulis dalam proyek TA ini hanya akan membahas tentang bagaimana cara untuk membangun semangat atau minat generasi muda Kota Bandung agar memulai sebuah *startup* sebagai bahan TA.
2. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan studi kasus di wilayah Kota Bandung karena waktu yang dimiliki untuk penelitian ini cukup singkat dengan target mahasiswa umur 19-24 tahun.

1.3 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan pengenalan wirausaha *startup* sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut :

Merancang strategi komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan wirausaha *startup* kepada generasi muda Kota Bandung

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dan pengolahan data yang digunakan adalah :

1. Observasi

Penulis melakukan observasi langsung dengan mengunjungi pusat inkubasi wirausaha *startup* yang ada di Bandung dan melihat bagaimana para wirausaha *startup* menjalankan usahanya. Pengamatan pribadi dilakukan untuk mendapatkan data yang objektif.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada narasumber yang sesuai dan berkompeten pada bidangnya. Narasumber berasal dari salah satu *startup* yang sedang berjalan dan ditemui di pusat inkubasi wirausaha *startup* Kota Bandung. Wawancara langsung melalui grup *chat* dengan kerabat penulis yang memiliki status sebagai mahasiswa dari beberapa universitas berada di Kota Bandung untuk memperkuat fakta lapangan juga dilakukan.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk mencari informasi-informasi yang diperlukan untuk menjadi dasar dalam perancangan identitas berupa teori-teori, definisi, istilah, serta data lain yang dianggap dapat menunjang penelitian ini. Penulis mengunjungi perpustakaan yang berada di Universitas Kristen Maranatha.

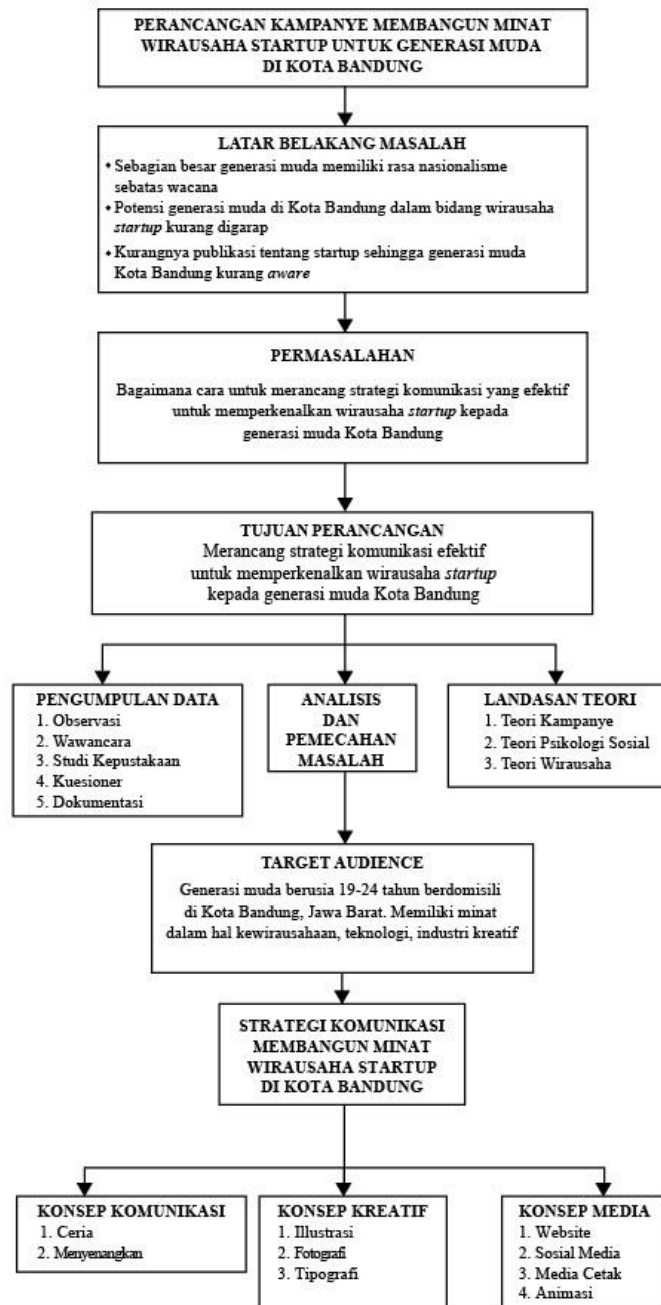
4. Kuesioner

Kuesioner dibagikan dibagikan di sosial media. Sosial media yang digunakan adalah facebook karena lebih terukur dibandingkan sosial media lainnya.

5. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memberikan informasi secara visual baik itu kondisi ataupun informasi yang ada di lapangan. Penulis melakukan dokumentasi pada pusat inkubasi wirausaha *startup* yang dikunjungi penulis untuk melakukan observasi dan wawancara.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan Membangun Wirausaha *Startup*
(sumber : penulis)