

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Arus globalisasi begitu cepat merasuk ke dalam masyarakat terutama di kalangan muda. Pengaruh globalisasi terhadap anak muda juga begitu kuat. Pengaruh globalisasi tersebut telah membuat banyak kaum muda kita kehilangan kepribadian diri sebagai bangsa Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan gejala-gejala yang muncul dalam kehidupan sehari-hari anak muda sekarang, seperti dari busana, penampilan, sikap acuh terhadap lingkungan, kurangnya rasa sopan santun, dan rasa sosial terhadap masyarakat yang semakin berkurang yang diakibatkan kesibukan masing-masing. Contoh yang biasa kita lihat adalah saat ini kaum muda lebih senang menyibukan diri dengan bersosialisasi melalui handphone dari pada melakukan kewajibannya, seperti membuat pekerjaan rumah, melakukan tugas sehari-hari, atau pun hal-hal lainnya. Hal ini menunjukkan semakin tergesernya peran cerita rakyat sebagai suatu sumber pelajaran tentang budaya dan nilai-nilai moral bangsa oleh film atau cerita dongeng dari budaya global melalui televisi. Seorang peneliti dari Balai Bahasa Medan (BBM), Agus Bambang Hermanto mengatakan “Cerita-cerita rakyat merupakan salah satu bentuk kearifan lokal penuh dengan nasihat-nasihat mendidik yang sangat bermanfaat untuk generasi muda kita.” Cerita rakyat merupakan salah satu identitas kebudayaan Indonesia yang diangkat dari budaya luhur bangsa

Indonesia kini mulai punah. Kepunahan ini terjadi karena kaum muda sudah mulai melupakan betapa pentingnya cerita rakyat tersebut. Karena kaum muda adalah generasi penerus bangsa, maka bila hal ini terus dibiarkan maka cerita rakyat akan mengalami kepunahan.

Karena itulah bidang DKV dapat menjembatani antara tradisi dan kemajuan teknologi agar tradisi atau budaya yang menjadi salah satu identitas bangsa tidak akan hilang begitu saja, namun terus menerus diingatkan dan diperkenalkan kembali dengan cara mempromosikannya. Maka itu muncul pertanyaan bagi kita semua “Bagaimana cerita rakyat dapat diperkenalkan melalui strategi promosi dan pemilihan media yang efektif ?” Dengan memodernisasikan tradisi dan membuatnya lebih menarik, maka kaum muda pun tidak akan melihat tradisi tersebut sebagai sesuatu yang telah tertinggal oleh kemajuan teknologi.

Hal ini dipilih sebagai topik tugas akhir, karena melihat tingkat kepedulian kaum muda terhadap cerita rakyat semakin berkurang dan bidang DKV dapat banyak membantu menyelesaikan masalah ini. Promosi cerita rakyat melalui media alternatif yang sedang digemari oleh kaum muda adalah jalan keluar yang tepat untuk masalah ini. Salah satu media alternatif tersebut adalah *skin*, yaitu sebuah media yang digunakan sebagai pelindung untuk alat-alat elektronik yang biasanya berupa *sticker*. Salah satu produsen *skin* terbesar di daerah Asia adalah Garskin. Garskin telah dikenal sebagai produsen yang menghasilkan produk *skin* dengan kualitas tinggi serta memiliki desain yang menarik dan unik. Perusahaan yang berpusat di Singapura ini telah berkembang pesat dan memiliki cabang di berbagai negara di sekitar Asia seperti Australia, New Zealand, Afrika, Thailand, Filipina, Cina, juga Indonesia. Saat ini banyak kaum muda yang tertarik untuk menggunakan aksesoris tambahan pada

alat-alat elektronik yang mereka gunakan sehari-hari. Hal ini dipandang sebagai peluang untuk memperkenalkan cerita rakyat melalui media yang disenangi oleh kaum muda.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Permasalahan

1. Bagaimana cara memperkenalkan karakter cerita rakyat dengan metode komunikasi visual yang efektif?
2. Bagaimana merancang strategi promosi dan aplikasi pada media-media alternatif yang menjadi tren gaya hidup tentang cerita rakyat?

Ruang Lingkup Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi mengarah kepada penciptaan perancangan strategi promosi dan pengaplikasiannya pada media-media alternatif secara efektif yang sesuai dengan gaya hidup kaum muda pada umumnya.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan dan ruang lingkup yang telah dipaparkan di atas, maka didapatkanlah tujuan, sebagai berikut:

- a. Merancang strategi promosi cerita rakyat melalui media yang dikenal oleh kaum muda.
- b. Cerita rakyat kembali dikenal oleh kaum muda dengan batasan umur antara 15-22 tahun.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara :

Kuesioner

Kuesioner berfungsi sebagai data pendukung tentang gaya hidup kaum muda saat ini. Diberikan kepada kaum muda sesuai target marketnya melalui kuesioner yang dicetak diatas kertas dan melalui media internet, yaitu melalui salah satu jaringan sosial yang banyak digunakan oleh kaum muda.

Studi pustaka

Studi pustaka yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi berbagai macam informasi yang diperoleh dari berbagai macam media, baik media cetak maupun media elektronik yang dapat menunjang penelitian.

1.5 Skema Perancangan

