

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu profesi yang menjanjikan saat ini adalah profesi di bidang industri kreatif. Industri kreatif sendiri adalah aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan informasi dengan didasari proses kreatif. Sub sektor yang merupakan industri berbasis kreativitas di Indonesia antara lain periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video, film, fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, televisi dan radio, kuliner, layanan komputer dan piranti lunak, serta riset dan pengembangan. Tiga sub sektor yang memiliki kontribusi terbesar dalam industri kreatif saat ini adalah fashion 30%, kerajinan 23%, dan periklanan 18% (Jurnal Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia, 2013)

Industri kreatif di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dan menjadi salah satu bidang yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kebijakan pemerintahan Presiden Jokowi pun sangat mendukung. Presiden Jokowi mengeluarkan empat kebijakan mengenai industri kreatif yaitu meningkatkan kekuatan ekonomi kreatif Indonesia, mengintegrasikan asset dan potensi industri kreatif, mendorong inovasi dalam industri kreatif serta meningkatkan kesadaran dan apresiasi atas industri kreatif. (BEKRAF Badan Ekonomi Kreatif). Akan tetapi, pendalaman potensi ini masih kurang. Hal ini disebabkan oleh potensi SDM yang masih dalam proses pengembangan, dan kurangnya pengenalan profesi di bidang industri kreatif. Kurangnya kemampuan dasar dengan pengetahuan yang tidak mendalam untuk bertahan di dalam industri kreatif membuat kualitas SDM menjadi kurang dan turunnya peminat untuk memasuki dunia industri kreatif menurun.

Pengenalan tentang profesi di dalam kurikulum sekolah saat ini sangatlah kurang, terutama di tingkat SMA yang dekat dengan penentuan karier siswa/siswi setelah menyelesaikan sekolahnya. Kurangnya pengenalan profesi pada tingkat SMA ini, menyebabkan kurangnya wawasan mengenai profesi yang akan dipilih. Hal ini dapat menyebabkan salahnya pemilihan jurusan di perguruan tinggi yang akan menjadi tempat menimba ilmu profesi yang dituju (Dinas Pendidikan Kota Bandung).

Pengenalan profesi industri kreatif ini untuk menambah wawasan siswa/siswi SMA, dan meningkatkan minat untuk memasuki dunia industri kreatif. Pengenalan ini juga dapat meningkatkan kualitas dan potensi SDM untuk memasuki profesi industri kreatif.

Oleh karena itu, diperlukan media yang dapat memperkenalkan dan menambah wawasan siswa SMA mengenai profesi di bidang industri kreatif dengan pendekatan Desain Komunikasi Visual.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan bahwa permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara memperkenalkan profesi di bidang industri kreatif kepada siswa SMA?
2. Bagaimana menentukan media yang tepat untuk memperkenalkan profesi industri kreatif kepada siswa SMA?

Ruang lingkup yang dikerjakan adalah pengenalan profesi di bidang industri kreatif menggunakan media interaktif untuk meningkatkan minat, potensi dan menambah wawasan kepada anak SMA di kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

Sesuai dengan pemikiran di atas, maka tujuannya adalah :

1. Memperkenalkan profesi industri kreatif kepada anak SMA melalui pendekatan Desain Komunikasi Visual.
2. Menentukan media yang cocok dan tepat untuk pengenalan profesi di bidang industri kreatif agar berdampak dan berpengaruh positif langsung ke siswa SMA.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer berupa wawancara dan kuesioner. Wawancara dilakukan terhadap ketua BCCF (Bandung Creative City Forum), pelaku industri kreatif dan dinas pendidikan tingkat SMA mengenai industri kreatif saat ini. Wawancara terhadap ketua Kompartemen Asesmen dan Tes Psikologi mengenai perilaku siswaw SMA saat ini. Kuisisioner yang dibagikan kepada siswa SMA untuk mengetahui media apa yang tepat untuk pengenalan ini.

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat buku dan internet yang berhubungan dengan objek studi.

1.5 Skema Perancangan

