

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Lambatnya pergerakan ekonomi memberi dampak bagi sektor ketenagakerjaan di Indonesia. Jika pertumbuhan ekonomi ada, secara otomatis penyerapan tenaga kerja juga tersedia. Pengangguran seringkali menjadi masalah dalam perekonomian karena dengan adanya pengangguran, tingkat pendapatan masyarakat menjadi rendah sehingga menyebabkan kemiskinan. Dampak krisis ekonomi yang berkepanjangan sampai saat ini membuat permasalahan kurangnya daya resap tenaga kerja menjadi semakin besar. Fenomena pengangguran berkaitan erat dengan terjadinya pemutusan hubungan kerja, yang disebabkan antara lain, perusahaan yang menutup atau mengurangi bidang usahanya akibat krisis ekonomi atau keamanan yang kurang kondusif, hambatan dalam proses ekspor impor, dan lain-lain. Berdasarkan fenomena pengangguran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan dapat menjadi salah satu solusi untuk membantu mengurangi persoalan tersebut.

Kewirausahaan (entrepreneurship) atau wirausaha adalah sebuah proses merealisasikan rencana-rencana (visi) dalam pikiran ke dalam suatu tindakan yang berorientasi pada kesuksesan. Visi dapat berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu sehingga menghasilkan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko. Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha yang tinggi selalu merasa tidak puas dengan apa yang telah dicapainya, sehingga selalu berkreasi dan berinovasi tanpa henti demi mencapai apa yang diinginkan.

Wirausaha tidak hanya dapat berencana dan berkata-kata, akan tetapi berbuat dengan cara merealisasikan rencana-rencana dalam pikirannya ke dalam suatu tindakan yang berorientasi pada sukses. Maka dibutuhkan kreativitas, yaitu pola pikir tentang sesuatu inovasi dan disertai dengan pengalaman yang hanya bisa didapat dari lapangan.

Yayasan Cipta Lintas Samitra adalah sebuah yayasan yang memiliki misi untuk mengurangi jumlah pengangguran di Kota Bandung, dengan cara meningkatkan daya juang generasi muda. Solusi yang ditawarkan oleh Yayasan Cipta Lintas Samitra adalah kewirausahaan dalam bidang *clothing* dengan pelatihan yang diberikan adalah mulai dari proses produksi hingga penjualan. Sedangkan dengan biaya yang dibutuhkan disini akan diambil dari subsidi silang antara peserta berbayar dan tidak berbayar, peserta pelatihan yang dinyatakan tidak mampu secara ekonomi akan digratiskan. Dalam misinya ini dibutuhkan bantuan DKV untuk mengkomunikasikan pesan kampanye agar tepat mencapai target dan pasarnya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah membuat perancangan kampanye sosial tentang pengangguran dengan solusi kewirausahaan yang ditawarkan melalui media DKV. Peran DKV disini adalah untuk memperkenalkan kewirausahaan secara visual dan mengajak para lulusan SMA - Sarjana muda lokal dan asing untuk memulai berwirausaha, dengan tujuan untuk mengurangi pengangguran yang rentan pada usia lulusan SMA – Sarjana.

Alasan mengapa wirausaha patut untuk dikampanyekan adalah karena kurangnya kepercayaan diri pada mayoritas khususnya masyarakat Kota Bandung untuk memulai berwirausaha sejak dini, sehingga seringkali menghasilkan pengangguran yang semakin bertambah banyak. Hal tersebut disebabkan oleh paradigma yang tanpa sengaja telah ditanamkan sejak kecil oleh orang tua dan lembaga pendidikan pada umumnya. Nilai akademik dianggap sebagai tolak ukur seseorang dinilai berhasil atau tidak. Kenyataannya dalam dunia nyata kegagalan merupakan suatu pelajaran yang sangat berharga untuk menjadi bekal dikemudian hari. Maka dengan adanya kampanye sosial tentang pengangguran yang semakin tinggi, diharapkan dapat membangkitkan semangat juang para lulusan SMA – sarjana yang tidak memiliki kesempatan untuk meneruskan sekolah, bekerja atau berwirausaha.

1.2 Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup Masalah

Rumusan masalah yang ada adalah sebagai berikut:

Bagaimana cara untuk merancang media informasi/kampanye yang tepat untuk meningkatkan minat wirausaha masyarakat Kota Bandung?

Ruang Lingkup Masalah:

Kampanye ditujukan kepada masyarakat Kota Bandung.

Target *audience* adalah para lulusan-lulusan SMA – Sarjana muda di Kota Bandung yang tidak memiliki kegiatan produktif dalam kesehariannya serta memiliki gaya hidup konsumtif dengan domisili di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari dibuatnya kampanye sosial untuk wirausaha adalah:

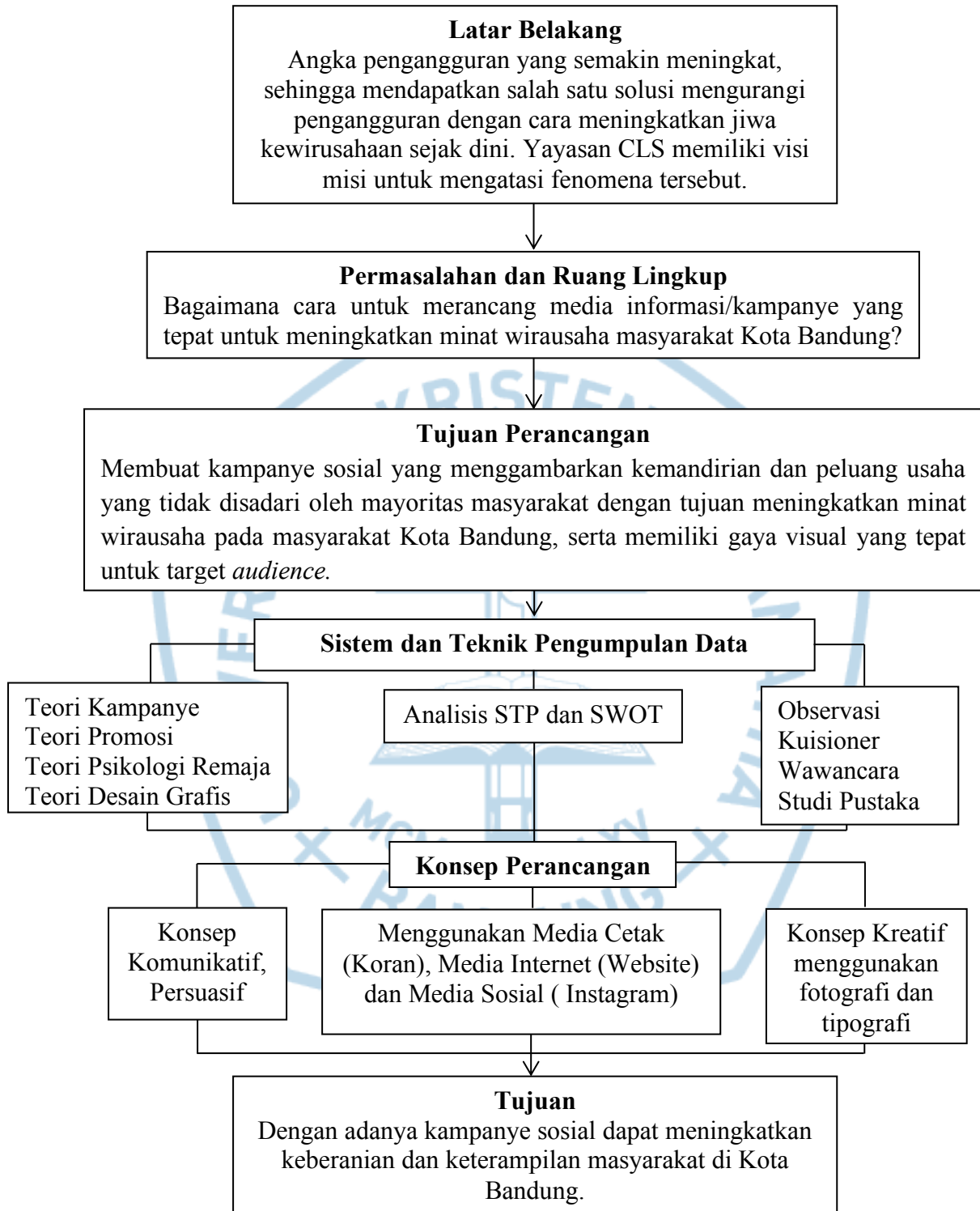
Membuat kampanye sosial yang menggambarkan kemandirian dan peluang usaha yang tidak disadari oleh mayoritas masyarakat dengan tujuan meningkatkan minat wirausaha pada masyarakat Kota Bandung, serta memiliki gaya visual yang tepat untuk target *audience*.

1.4 Sistem dan Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang dilakukan dengan teknik yang baik dan terstruktur serta akurat, sehingga kebenaran informasi data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan. Adapun cara-cara yang akan dipergunakan:

- Observasi: berkunjung langsung ke Yayasan CLS dimana kegiatan pengajaran tersebut diampu untuk mengamati kegiatan yang dilakukan dan membuat dokumentasi visual (fotografi & videografi)
- Kuisisioner: disebarakan melalui internet kepada 200 orang yang berada di Kota Bandung mengenai data diri, kebiasaan sehari-hari, media yang sering dipakai, minat usaha dan daya juang dalam merintis suatu usaha.
- Wawancara: wawancara kepada pendiri Yayasan CLS, wawancara kepada calon target yang dituju mengenai sejarah berdirinya Yayasan dan visi misi pribadinya sang pendiri Yayasan dan juga data diri, kebiasaan sehari-hari, media yang sering dipakai, minat usaha dan daya juang dalam merintis suatu usaha dari calon target.
- Studi pustaka: penelitian tentang Yayasan CLS dan psikologis remaja melalui internet, buku.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber: Penulis 2019)