



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejak usia dini, anak-anak kerap ditanya soal cita-cita, jika sudah besar ingin menjadi apa. Dokter, presiden, insinyur, merupakan jawaban yang kerap didengar pada generasi terdahulu. Namun, seiring perkembangan zaman dan media yang dikonsumsi anak-anak masa kini, keinginan mereka dalam hal profesi pun ikut bergeser. Bisnow (2016) mengatakan bahwa anak-anak kini mampu memberikan jawaban idealis terhadap pertanyaan tersebut seperti, ingin menciptakan dunia yang lebih baik, ingin merancang hidupnya sendiri, hingga ingin mengerjakan apa yang ia sukai (hlm. 5).

Pengaruh media yang dikonsumsi anak masa kini turut mengubah pandangan mereka terhadap profesi yang ideal. Para *social media influencer* yang kini menjadi idola generasi muda mampu menunjukkan keberhasilan dari apa yang mereka kerjakan. Memanfaatkan kesempatan dengan kemampuan yang dimiliki, para *public figure* tersebut mencoba peruntungan bisnis yang terbukti menghasilkan, sebut saja Christian Sugiono yang mendirikan *Malesbanget.com*, Rachel Venny dengan usaha Sate Taichan Goreng yang memiliki cabang di 6 kota, hingga Karin Novilda dengan manajemen *A Team*-nya.

Metode memulai, menciptakan, dan merealisasikan ide dari *passion* inilah yang disebut Bisnow (2016) sebagai *entrepreneurship* (hlm. 7). Organisasi untuk Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) dalam laporannya yang dikutip

oleh Iversen (2008) merangkum sejumlah definisi *entrepreneurship* berdasarkan teori dari berbagai golongan. Penganut paham Knightian (2001) mengartikannya sebagai situasi di mana seseorang bekerja untuk dirinya sendiri, dan bukan bagi orang lain. Definisi lain menurut perspektif Kirznerian (1998) adalah kemampuan seseorang mendayagunakan sumber yang ada sebagai peluang usaha. Sementara itu, Schumpeterian (1997) mengartikan *entrepreneurship* sebagai proses identifikasi kesempatan bisnis untuk membangun dan menciptakan barang dan jasa (hlm. 14).

Kegiatan *entrepreneurship* ini menurut Roper (2012) merupakan salah satu indikator pertumbuhan ekonomi suatu negara, karena dilihat dari kemampuan warganya memanfaatkan peluang bisnis dari kondisi keuangan dan pasar setempat (hlm. 7). Mendukung pernyataan tersebut, Ir. Ciputra dalam pidatonya yang dimuat dalam artikel di situs ciputra.com mengungkapkan bahwa untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang optimal dibutuhkan sekitar 2% *entrepreneur* dari jumlah penduduk yang ada. Sayangnya, meski Indonesia menempati posisi keempat penduduk terpadat, Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Puspayoga dalam pidato yang dimuat oleh portal berita ekonomi.kompas.com mengatakan jumlah *entrepreneur* di negeri ini hanya 1,6%. Sementara itu, majalah Tempo (Mei 2016) mengutip data dari Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) bahwa Indonesia kalah dari 4 negara ASEAN lainnya dalam bidang *entrepreneurship*. Singapura menempati posisi teratas dengan angka 7%, Malaysia 5%, Thailand 4,5%, dan Vietnam 3,6%.

Kenyataan tersebut menurut Ir. Ciputra disebabkan oleh kurangnya penanaman karakter *entrepreneur* sejak dini. Beliau menambahkan, pendidikan mengenai *entrepreneurship* sudah dapat diajarkan sejak sekolah dasar, mulai dari ide, impian, visi dan konsep. Sejumlah sekolah swasta dan internasional di Jakarta dan Tangerang sudah mengajarkan praktik *entrepreneurship* sebagai bagian dari kegiatan belajarnya. Namun, hal ini belum menjadi kurikulum yang ditanamkan secara merata di seluruh sekolah dasar dan menengah di Indonesia.

Oleh karena itu, sebagai desainer grafis, penulis ingin memberikan solusi berupa buku edukasi *entrepreneurship* yang dapat memicu generasi muda untuk mulai berkreasi dari hal yang mereka sukai. Buku penulis pilih sebagai solusi karena menurut Sternberg (2005) pembaca dapat lebih dekat dengan ide yang disampaikan dengan membaca buku (hlm 7-9). Selain itu Pudiastuti (2014) juga mengatakan bahwa dalam hal penyampaian informasi terutama untuk tujuan edukatif, buku adalah media yang efisien (hlm. 10).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah dalam pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana perancangan buku ilustrasi panduan *entrepreneurship* bagi remaja?

1.3. Batasan Masalah

Pembahasan masalah dalam perancangan buku ilustrasi ini dibatasi pada:

1. Cara membentuk karakter *entrepreneur* dalam jiwa remaja.
2. Kiat memulai bisnis berbasis *entrepreneurship* bagi remaja.

Sementara itu, batasan segmentasi penulis dalam perancangan buku ilustrasi ini dibagi dalam :

1. Demografis : laki-laki maupun perempuan usia 12-17 tahun.
2. Psikografis : pelajar yang memiliki minat melakukan bisnis mandiri.
3. Geografis : kota Jakarta.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

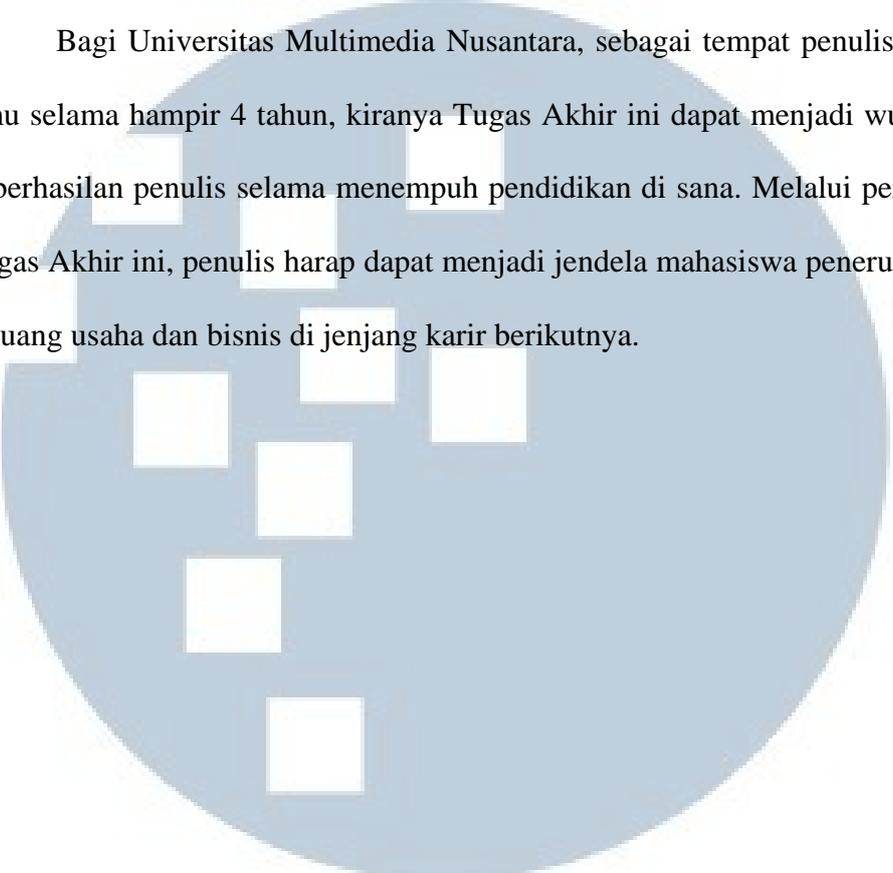
Tugas Akhir ini ditujukan untuk merancang buku ilustrasi panduan *entrepreneurship* bagi remaja.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Bagi penulis secara pribadi, perancangan Tugas Akhir ini merupakan penyaluran ketertarikan penulis terhadap bidang *entrepreneurship*. Selain itu, Tugas Akhir ini juga sebagai kesempatan untuk memperdalam ilmu tentang topik yang penulis ambil, maupun dalam segi desain grafis yakni bidang ilustrasi. Manfaat utama perancangan Tugas Akhir ini bagi penulis yakni sebagai syarat kelulusan S1 dan penambahan gelar S.Ds. pada nama penulis.

Manfaat Tugas Akhir ini bagi orang lain terutama yang membaca karya penulis ialah untuk mengembangkan karakter *entrepreneurship*. Berkaitan dengan hal tersebut pula supaya generasi muda Indonesia terbiasa berpikir kreatif serta mandiri secara finansial sejak usia remaja. Tugas Akhir ini juga diharapkan membawa manfaat bagi orang tua supaya mendukung anaknya berbisnis, dan menambah wawasan bahwa profesi tidak terpaku pada posisi di korporat saja.

Bagi Universitas Multimedia Nusantara, sebagai tempat penulis menggali ilmu selama hampir 4 tahun, kiranya Tugas Akhir ini dapat menjadi wujud nyata keberhasilan penulis selama menempuh pendidikan di sana. Melalui perancangan Tugas Akhir ini, penulis harap dapat menjadi jendela mahasiswa penerus terhadap peluang usaha dan bisnis di jenjang karir berikutnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA