

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Nasionalisme menurut Ernest Renan (1823-1892) merupakan keinginan yang besar untuk bersatu dalam berbangsa dan dengan persatuan ini negara dapat menjadi semakin kuat. Seorang warga negara yang telah terlahir dalam suatu negara sudah sepatutnya berbakti, menguntungkan, dan bangga dengan bangsanya sendiri, terutama negara seperti Indonesia yang dibangun dengan keringat dan darah para pejuang yang memperjuangkan kemerdekaan dan melawan penjajahan untuk negeri ini. Oleh karena itu, Sebagai warga negara Indonesia harus berbangga dengan bangsa sendiri, terutama terhadap karya dan produk dari negeri ini.

Salah satu industri yang berjalan di Indonesia adalah industri pertahanan. Industri ini memproduksi berbagai kebutuhan pertahanan seperti senjata berat, senjata ringan, kendaraan tempur, kendaraan pembantu pertahanan, dan *maintenance* untuk semua peralatan tersebut (Tuwanto, 2015). Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang tersebut adalah PT. Pindad yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pertahanan yang menghasilkan berbagai produk seperti Senjata, Munisi, Kendaraan khusus, hingga Alat Berat.

PT. Pindad merupakan representatif prestasi nasional yang baik dan memiliki berbagai prestasi. Di antara prestasinya adalah kemenangan TNI dalam lomba Australian Army Skills at Arms Meetings (AASAM), ASEAN Armies Rifle Meet (AARM), dll. Disamping itu, menurut Waseso (2022) PT. Pindad telah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun salah satu buktinya adalah pendapatannya yang pada tahun 2022 telah mencapai Rp 25 triliun dan pada tahun 2023 telah meningkat hingga Rp 27 Triliun. Selain itu PT. Pindad telah memasuki peringkat 79 dalam industry pertahanan dunia pada tahun 2022 (Waseso, 2023).

Namun, dalam masyarakat masih tumbuh rasa tidak bangga dengan bangsa sendiri karena terlalu terkenggang dengan konsep “bangsa sendiri tidak lebih bagus

dari yang lain” seperti yang telah dikemukakan oleh Elvin (2021) bahwa kita cenderung memuji bangsa lain namun dalam waktu yang bersamaan meremehkan dan merendahkan bangsa sendiri. Rasa tidak bangga yang tumbuh atau krisis identitas nasional ini muncul karena informasi dan kebudayaan dari seluruh belahan dunia dapat diakses dengan sangat mudah bahkan dapat mengubah pola pikir masyarakat khususnya generasi muda (Alfiana, Najicha, 2022).

Salah satu contoh yang ada seperti yang telah disebutkan oleh Irawan (2020) seperti pemilihan produk yang dipakai cenderung memilih yang dari luar negeri. Selain dari segi produk, tidak jarang dari masyarakat untuk membandingkan-bandingkan bangsa ini dengan bangsa yang lebih maju lainnya seperti yang dikatakan oleh Hendrastomo (2007) bahwa masyarakat tidak merasa bangga karena selalu membandingkan-bandingkan Indonesia dengan bangsa yang lebih maju lainnya. Selain itu, globalisasi telah menjadi suatu alasan yang kuat untuk penurunan kualitas nasionalisme (Hendrastomo, 2007). Jika rasa nasionalisme terhadap bangsa dan tanah air ini tidak dibangkitkan, maka bangsa ini akan kehilangan jati dirinya.

Dengan masalah yang telah tertera tersebut, penulis mengajukan perancangan *Augmented Reality* mengenai kendaraan khusus PT Pindad. Minimalnya informasi mengenai produk – produk PT. Pindad selain persenjataan dikarenakan model bisnis yang dijalankan berupa *Government to Government* (G2G) dan menurut Adi (2017) model bisnis ini menggunakan komunikasi online yang melalui basis data terintegrasi yang melibatkan hubungan antar lembaga atau departemen pemerintah dan dengan regulasi negara masing masing sehingga masyarakat cenderung lebih mengetahui PT. Pindad sebagai produsen senjata. Agar semakin dikenal oleh masyarakat, dibutuhkan sebuah media yang dapat diperoleh oleh masyarakat mengenai PT. Pindad. Salah satu upayanya adalah dengan membuat pendekatan G2C yang PT. Pindad belum lakukan atau miliki sejauh ini berdasarkan informasi dari website resmi atau dari media sosialnya. G2C atau *Government to Customer* menurut Rakic (2022) merupakan model bisnis yang melibatkan pemerintah untuk menawarkan jasa atau produk langsung kepada konsumen. Salah satu contohnya adalah NASA dengan pendekatan G2C untuk mendekatkan diri dan agar semakin

dikenal oleh masyarakat melalui merchandise yang dapat dinikmati oleh semua umur terutama anak-anak.

Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah media informasi yang menginformasikan mengenai kendaraan khusus PT. Pindad melalui *Augmented Reality* untuk anak-anak berumur 6 – 13 tahun. Media *Augmented Reality* dipilih karena menurut Nistrina (2021) AR dapat menghasilkan metode belajar yang baru dengan menyempurkan pendidikan dan hiburan. Hal ini sejalan dengan target audiens penulis karena anak-anak nalurinya adalah bermain (Kangaswad, 2022) dan dengan media ini dapat menjangkau dan menarik perhatian anak-anak. Alasan target perancangan ini untuk anak SD yang berumur 6-13 karena menurut Althaf dan Romanti (2022) bahwa pendidikan sejak dini menjadi sangat krusial dalam pembangunan karakter dan moral bangsa karena itu adalah masa *golden age* bagi anak-anak.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan masalah yang telah disebutkan diatas, dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut,

1. Gaya gambar dalam kartu seperti apa yang diminati oleh anak-anak?
2. Bagaimana cara membuat AR untuk kendaraan khusus PT. Pindad yang menarik bagi anak-anak berumur 6 – 13 tahun?

## 1.3 Batasan Masalah

Dari topik yang penulis ingin angkat ini, didapat Batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Demografis
  - a. Usia: 6- 13 Tahun
  - b. Pendidikan: Sekolah Dasar
  - c. Pendapatan: SES A-B
  - d. Agama: Semua Agama
  - e. Gender: Laki – Laki dan Perempuan
2. Geografis

a. Jabodetabek

### 3. Psikografis

- a. Semua anak-anak dengan segala jenis perilaku dan sifat karena perancangan ini untuk meningkatkan tingkat nasionalisme.
- b. Anak-anak yang terbiasa menggunakan *gadget* terutama *smartphone*
- c. Anak-anak yang memiliki tingkat penasarannya yang tinggi

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan ini sebagaimana yang telah dijelaskan rincian sebelumnya memiliki tujuan di antara lain untuk merancang sebuah kartu *Augmented Reality* bertema kendaraan khusus PT. Pindad untuk mengedukasi anak-anak SD untuk lebih bersifat nasionalis dan bangga dengan karya bangsa sendiri.

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan Tugas Akhir ini memiliki manfaat sebagai berikut:

### a. Penulis

Dengan dilaksanakannya perancangan ini, penulis mendapatkan ilmu terutama mengenai karya bangsa sendiri yang luar biasa hingga diakui oleh mancanegara. Selain itu, penulis mempelajari cara memakai Unity untuk keperluan *Augmented Reality* yang manfaatnya dapat dirasakan hingga masa depan bagi penulis.

### b. Orang Lain

Penulis berharap bahwa dengan perancangan ini dapat mendidik masyarakat mengenai PT. Pindad yang berupa perusahaan yang bergerak dalam bidang pertahanan dan membuat berbagai senjata dan kendaraan khusus yang kualitasnya telah diakui dan dapat merasa bangga dengan bangsa sendiri.

### c. Universitas

Dengan perancangan ini penulis berharap dapat membantu mahasiswa yang memiliki topik yang serupa baik mengenai nasionalisme maupun mengenai *Augmented Reality*.