

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Rumah Tangga merupakan bagian dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Keberadaan usaha rumah tangga telah menjadi pemandangan sehari-hari dalam hidup kita. Baik berupa usaha menjual barang produksi seperti makanan, furnitur, dan perabot, maupun menjajakan jasa seperti bengkel, tempat kursus, dan foto copy. Selain lokasi-lokasinya yang dekat, harga-harga yang dijajakan terbilang lebih murah dibanding membeli di toko-toko besar atau *franchise*, bahkan beberapa memiliki kualitas yang tak kalah saing dengan barang toko-toko besar tersebut. Kedekatan secara sosial dan mudahnya berkomunikasi secara langsung dengan pemilik usaha pun merupakan salah satu hal yang menjadi poin tambahan dalam mengonsumsi barang atau jasa usaha rumah tangga. Pelanggan dapat mendatangi lokasi usaha secara langsung, atau bahkan beberapa usaha rumah tangga sudah menerapkan sistem *delivery*.

Saat sedang berada dalam masa karantina atau *stay at home* selama pandemi ini, memesan berbagai produk kebutuhan dan keinginan dari jarak jauh atau *online* melalui jasa *delivery* lebih sering dilakukan. Selain untuk tetap tinggal di rumah dan menjaga jarak, membeli dengan keluar secara langsung memakan waktu yang lebih lama dibanding memesan dari rumah. Namun selama masa pandemi COVID-19 ini, banyak usaha-usaha rumah tangga, khususnya di bidang *food and beverages*, yang omset ataupun kualitas barangnya menurun. Beberapa malah sampai terpaksa tutup. Padahal, bagi beberapa pengusaha rumah tangga tersebut, omset hasil dagangannya berperan penting dalam penghasilan rumah tangga.

Koordinator UMKM Kota Tangsel, Entin Nurhasanah mengatakan bahwa rata-rata UMKM di Tangerang Selatan mengalami penurunan jumlah omset yang merupakan dampak dari pandemi COVID-19 (KabarBanten, 2020). *Head of Mandiri Institute*, Teguh Yudo, mengatakan bahwa pada saat PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) diterapkan, 50% UMKM masih berjalan dengan normal.

Namun setelah beberapa bulan, presentase tersebut mulai merasakan dampaknya. Kini, hanya sebanyak 63% UMKM yang beroperasi secara terbatas, sementara usaha yang kembali ke normal hanya sebanyak 1% (covid19.go.id, 2020).

Oleh karena itu, perbelanjaan UMKM oleh konsumen harus ditingkatkan. Lantas metode seperti apa yang dapat dilakukan untuk mempromosikan hal ini secara efektif? Salah satu metode yang dapat digunakan adalah melakukan promosi melalui media visual. Menggunakan media visual sebagai metode penyampaian pesan merupakan konsep yang sudah tidak asing lagi. Selain menggunakan alur dan konsep cerita yang mengandung pesan, unsur-unsur visual juga harus disesuaikan untuk menyalurkan pesan tersebut dengan cara yang menarik.

Melihat fenomena ini, penulis berencana untuk membuat sebuah karya visual yang jenisnya disesuaikan dengan preferensi target audiens yang telah didata oleh penulis. Karya ini berupa desain karakter animasi 2D melalui media *artbook* dengan tema ‘mendukung usaha rumah tangga’, yang terfokus pada sektor *food and beverages* atau kuliner. Desain karakter yang menarik penting untuk memikat perhatian target audiens. Karena selain berfungsi sebagai penghibur, karakter yang dibuat juga harus mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens, baik melalui unsur visual sampai *personality*. Jenis-jenis pengayaan desain juga penting untuk mendukung efektivitas penyampaian pesan kepada audiens.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya usaha rumah tangga atau UMKM sektor kuliner yang omsetnya turun atau sampai tutup akibat dampak COVID-19.
2. Menentukan jenis pengayaan atau *style* animasi dan desain karakter yang diminati oleh audiens.
3. Bagaimana mengintegrasikan nilai-nilai dan pesan yang dimuat kedalam desain karakter untuk menghasilkan karya yang menarik dan efektif.

### 1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, rumusan masalah yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh PSBB akibat COVID-19 terhadap UMKM kuliner rumah tangga?
2. Bagaimana cara mendesain karakter animasi 2D yang disertai dengan pengintegrasian konsep dan pesan agar dapat mengarahkan perhatian target audiens terhadap UMKM kuliner?

### 1.4 Ruang Lingkup

1. Apa: Karya yang akan dirancang adalah *artbook* berisi desain karakter animasi 2D dengan alur cerita bertema mendukung perbelanjaan UMKM kuliner lokal.
2. Kenapa: Guna mempromosikan perbelanjaan dan meningkatkan minat terhadap UMKM *food and beverages*.
3. Siapa: Target audiens yang dituju adalah;
  - a. Orang-orang dengan kondisi ekonomi menengah-keatas
  - b. Rentang usia 15 - 22 tahun
  - c. Sedang menerapkan PSBB selama pandemi COVID-19
4. Bagaimana: Melakukan penelitian terhadap;
  - a. Fenomena penurunan omset UMKM berupa Usaha Mikro/Usaha Rumah Tangga yang bergerak di salah satu sektor pengolahan, yaitu bidang kuliner yang menjajakan produk-produk *food and beverages*.
  - b. Referensi desain melalui hasil survei dan analisa karya sejenis.
5. Dimana: Penelitian dilakukan di area Pondok Aren – Bintaro sekitarnya.
6. Kapan: Pengerjaan dimulai sejak 10 September 2020. Pengumpulan data dilaksanakan mulai dari tanggal 21 September 2020 sampai dengan April 2021.

### 1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini yaitu:

1. Mencari tahu dampak COVID-19 terhadap usaha rumah tangga dengan lebih detail dan menggunakan data tersebut sebagai dasar perancangan karakter dan alur cerita yang relevan.
2. Membuat desain karakter animasi 2D dengan tema 'meningkatkan perbelanjaan terhadap UMKM kuliner lokal'.

## **1.6 Metode Perancangan**

### **1.6.1 Metode Penelitian dan Pendekatan**

Menurut Sugiyono (2015), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Gulo (2002:79) membedakan jenis-jenis metode penelitian menjadi 5 macam, yaitu:

- a. Pengamatan / Observasi (Kualitatif)
- b. Wawancara (Kualitatif)
- c. Studi Literatur / Media Dokumenter (Kualitatif)
- d. Survei (Kuantitatif)
- e. Kuesioner / Angket (Kuantitatif)

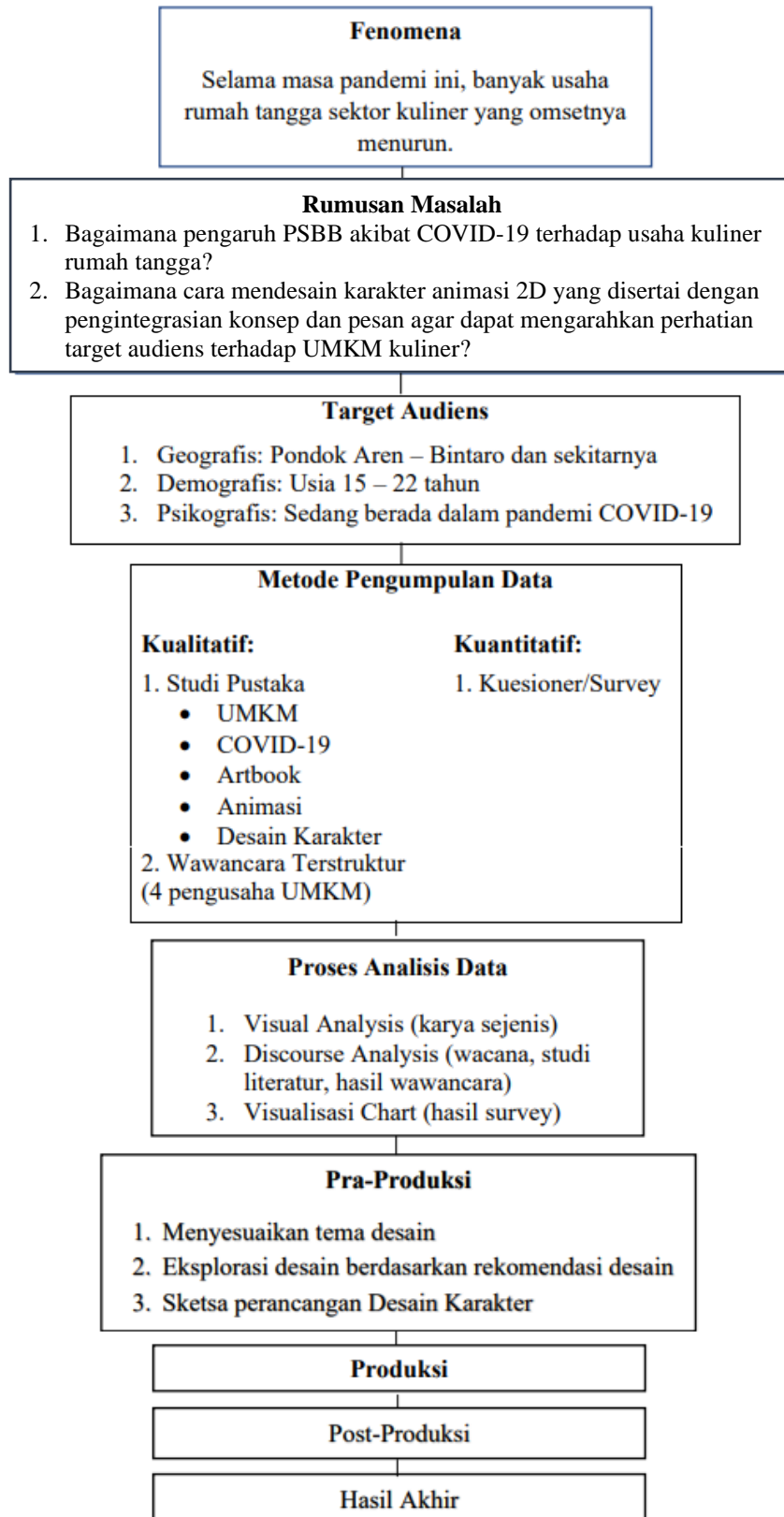
Metode penelitian dan jenis pendekatan yang digunakan adalah *Mix Method*, yang terdiri dari metode-metode sebagai berikut:

1. Metode Kualitatif
  - a. Studi Literatur / Media Dokumenter
  - b. Wawancara terstruktur kepada pemilik-pemilik usaha
2. Metode Kuantitatif berupa kuesioner atau survei terhadap target audiens.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Data dianalisis dengan *visual analysis*, *discourse analysis* (analisa wacana, studi literatur, dan hasil wawancara), serta penggunaan visualisasi *chart* untuk kuesioner atau survei.

## 1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

## 1.8 Pembabakan

### 1. Bab I: Pendahuluan

Berisi latar belakang yang menjelaskan secara umum mengenai UMKM usaha rumah tangga yang selama masa pandemi COVID-19 ini sedang mengalami penurunan penghasilan. Dilanjutkan dengan penjabaran permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan dan analisis data, kerangka penelitian, serta pembabakan.

### 2. Bab II: Landasan Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran mengenai dampak pandemi pada Usaha Mikro dan Kecil, serta perancangan desain karakter. Teori-teori yang relevan untuk perancangan ini adalah teori mengenai COVID-19, teori UMKM, dan teori desain karakter.

### 3. Bab III: Uraian dan Analisis Data

Menjelaskan tentang data yang telah diperoleh melalui metode penelitian yang digunakan. Yaitu berupa data dari studi literatur, hasil wawancara, hasil survei, dan hasil perbandingan karya sejenis.

### 4. Bab IV: Hasil Perancangan

Menjelaskan proses singkat dan hasil akhir dari perancangan desain karakter melalui media *artbook* oleh penulis.

### 5. Bab V: Penutup

Berisi kesimpulan dan saran yang didasarkan oleh perancangan yang telah dijelaskan.