

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara yang memiliki budaya dan sejarah tersendiri yang membedakan dengan Negara lain. Namun saat ini nilai sejarah Indonesia mulai luntur dan dilupakan. Globalisasi di segala bidang serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin cepat, menyebabkan informasi dari luar dapat masuk dengan mudah dan berlimpah. Informasi dari luar yang melimpah tersebut membuat masyarakat lebih tertarik menyerap kebudayaan dari luar yang dianggap keren. Penyebab lain dari dilupakannya sejarah, yaitu model pembelajaran Sejarah di sekolah yang monoton. Kalangan muda menjadi kurang tertarik terhadap pelajaran Sejarah.

Akibat dari semakin luntur dan dilupakannya sejarah menyebabkan kalangan muda lupa akan jasa-jasa pahlawannya. Antusiasme kalangan muda dalam memperingati Hari Pahlawan yang semakin menurun juga menjadi salah satu akibat dari adanya globalisasi tersebut. Jika 15-20 tahun yang lalu banyak hari bersejarah yang diperingati dengan bermacam-macam lomba, maka kini hanya tinggal sebatas peringatan seremonial saja. Menurut Slamet Yusuf, Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang juga menjabat anggota Panitia Seleksi (Pansel) Dewan Etik Mahkamah Konstitusi (MK), menurunnya antusiasme masyarakat dalam memperingati Hari Pahlawan karena memang perubahan zaman. Perubahan zaman itu lebih mengarah ke kapitalisme sehingga masyarakat dalam melakukan kegiatan selalu kepada yang sifatnya materi, (*Hari Pahlawan Mulai Dilupakan, poskotanews.com*).

Jika hal tersebut tidak segera diatasi maka akan semakin hilangnya nilai sejarah di kalangan muda. Beberapa upaya telah dilakukan untuk menyemarakkan kembali hari-hari bersejarah. Seperti contohnya adanya lomba berhadiah uang tunai yang tersebar di internet. Adanya film-film bersejarah juga menjadi salah satu contoh upaya untuk mengenalkan kembali sejarah. Namun masih perlu untuk melakukan pengenalan dengan media lain yang lebih menarik bagi kalangan muda.

Di sisi lain, rupanya budaya Jepang khususnya gaya *manga* disukai oleh banyak kalangan muda khususnya kalangan pelajar dan mahasiswa. Hal tersebut dapat diamati dari jumlah komik dengan gaya *manga* yang membanjiri toko buku di Indonesia. Data hasil survei komik yang dilakukan oleh litbang Kompas, dihasilkan data yang mengindikasikan sebagian besar peminat *manga* adalah mereka yang berusia kurang dari 25 tahun. Komposisi penjualan komik menurut Ramadhan (kepala seksi buku di salah satu toko buku), mencakup 90% *manga* dan sisanya komik anak negeri. Sekitar 1200 – 3200 *manga* terjual setiap bulannya. Bila dipersenkan, total komik yang terjual hampir 80% dari jumlah keseluruhannya adalah *manga*. Setiap bulannya pihak M&C memproduksi sekitar 420.000 eksemplar *manga*. Dari data tersebut, menandakan tingginya minat anak Indonesia terhadap *manga*”, (Ambarita, *Analisis Minat Siswa SMA Negeri 2 Medan Terhadap Komik Jepang (Manga)*, 2008: 3). Selain itu, laporan dari Tribunnews bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-2 pembaca *manga* terbanyak di dunia pada tahun 2013. Peringkat tersebut dibawah Finlandia, sedangkan Jepang sendiri hanya menduduki peringkat ke-16 (*Indonesia Peringkat ke-2 Pembaca Manga Terbanyak Di Dunia*, [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)). Banyaknya komunitas pecinta *manga* serta *events* terkait *manga* dan budaya Jepang yang tersebar di Indonesia juga menandakan tingginya minat kebudayaan luar dibandingkan dengan kebudayaan Indonesia.

Jika melihat dari pecinta *manga* yang pada umumnya adalah kalangan muda, maka hal tersebut dapat digunakan sebagai peluang dalam mengenalkan tokoh-tokoh Pahlawan Nasional dengan menggunakan gaya *manga*. Penerapan ilustrasi tersebut ke dalam berbagai *merchandise* akan menjadikan sarana pengenalan tokoh-tokoh Pahlawan Nasional yang tidak harus selalu secara formal dalam bentuk buku. Penggabungan dua unsur, yaitu gaya *manga* dengan tokoh-tokoh Pahlawan Nasional tentunya akan menjadi sebuah tantangan tersendiri. Pada perancangan kali ini akan bekerja sama dengan perusahaan Manga-Me! dimana perusahaan tersebut juga bergerak di bidang ilustrasi bergaya *manga*.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah, maka permasalahan yang dapat diambil antara lain:

1. Globalisasi menyebabkan nilai sejarah mulai luntur.
2. Antusiasme masyarakat dalam peringatan hari-hari bersejarah mulai menurun.
3. Jasa-jasa Pahlawan Nasional mulai dilupakan.
4. Perlu adanya media lain yang lebih menarik untuk mengenalkan kembali sejarah dan Pahlawan Nasional kepada kalangan muda.
5. Di sisi lain, budaya Jepang khususnya gaya *manga* saat ini disukai oleh kalangan muda.
6. Menggabungkan unsur gaya *manga* untuk mengenalkan tokoh-tokoh Pahlawan Nasional kepada kalangan muda akan menjadi sebuah tantangan tersendiri.

## 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang akan diselesaikan adalah:

1. Bagaimana merancang berbagai *merchandise* dan *packaging* Manga-Me! agar sesuai dengan target konsumen Manga-Me!?
2. Bagaimana memasukkan unsur visual Pahlawan Nasional bergaya *manga* ke dalam *merchandise* Manga-Me!?

## 1.4. Ruang Lingkup

Dalam proyek tugas akhir yang akan ditangani, ruang lingkup dibatasi di dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) sehingga berkisar pada hal-hal yang dapat ditangani melalui pendekatan DKV. Perancangan ini ditujukan untuk Manga-Me! sebagai perusahaan pemberi proyek. Batasan yang akan dilakukan selama tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. Perancangan konsep visual untuk *merchandise* dan *packaging* yang disesuaikan dengan target konsumen Manga-Me!. Perancangan ini akan dikembangkan untuk tema terkait tokoh-tokoh Pahlawan Nasional. Perancangan media penerapan yang disesuaikan dengan karakteristik target konsumen Manga-Me! yang meliputi:
  - Perancangan *merchandise* berupa: kaos, *sweater*, poster, pin dan gantungan kunci, *mug*, kalender duduk, *artbook* kumpulan tokoh beserta sejarah singkatnya, stiker, pembatas buku, serta jam dinding.
  - Perancangan *packaging* berupa: tempat *mug*, penggulung poster, tempat pin dan gantungan kunci, tempat jam dinding, tempat kaos, tempat *sweater*, serta *godie bag*.
2. Perancangan ini ditujukan kepada konsumen Manga-Me! dengan spesifikasi berikut:
  - Geografis : di wilayah Bandung, Jabodetabek, dan kota besar di Indonesia
  - Usia : antara 14 sampai dengan 30 tahun
  - Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
  - Pekerjaan : pelajar, mahasiswa, pegawai swasta
  - Gaya hidup : pecinta *manga* dan budaya Jepang
  - Kelas sosial : menengah ke atas

### **1.5. Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan dalam perancangan ini adalah:

1. Melakukan perancangan *merchandise* dan *packaging* Manga-Me! yang sesuai dengan target konsumen Manga-Me!.
2. Memasukkan unsur visual Pahlawan Nasional bergaya *manga* ke dalam *merchandise* Manga-Me!.

## **1.6. Cara Pengumpulan dan Analisis Data**

### **1.6.1. Cara Pengumpulan Data**

Dalam perancangan ini akan dilakukan beberapa teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data tersebut antara lain:

#### **A. Teknik Observasi**

“Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung obyek datanya”, (Jogiyanto, 2008: 89).

“Observasi mengungkapkan gambaran sistematis mengenai peristiwa, tingkah laku, benda, atau karya yang dihasilkan dan peralatan yang digunakan. Penggunaan metode observasi secara tepat yang sesuai dengan persyaratan yang digunakan dalam teknik-tekniknya, baik digunakan secara tersendiri maupun digunakan secara bersama-sama dengan metode lainnya dalam suatu kegiatan di lapangan, akan sangat bermanfaat untuk memperoleh data yang tepat, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan”, (Rohidi, 2011: 181).

Metode ini dilakukan dengan mengamati produk *merchandise* yang sudah ada, seperti: Purezento, Cospa, *merchandise* pada komik Garudhayana, dan Manga-Me!. Selain itu metode ini juga digunakan untuk mengamati beberapa gaya ilustrasi yang saat ini sedang diminati di Indonesia, seperti: *WPAP*, karakter *icon* Purezento, ilustrasi wayang atau cerita rakyat, dan ilustrasi gaya *manga*.

#### **B. Wawancara**

“Wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden” (Jogiyanto, 2008: 89).

“Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam”, (Sugiyono, 2012: 72).

Beberapa responden yang akan menjadi obyek wawancara yaitu pemilik perusahaan Manga-Me!, pemilik perusahaan *merchandise* Purezento, dan *mangaka* komik Garudhayana. Selain itu wawancara terstruktur juga dilakukan kepada 10 responden terkait selera mereka.

### **C. Studi Pustaka**

“Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan”, (Nazir, 1988: 111).

Studi pustaka dilakukan guna mendapatkan referensi dan teori terkait *manga*, ilustrasi, perancangan *merchandise*, *packaging*, analisis *SWOT*, dan teori segmentasi pasar.

## **1.6.2. Analisis dan Penyajian Data**

### **A. Analisis SWOT**

“*SWOT* adalah singkatan dari *strenghts* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman) dimana *SWOT* ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisa suatu organisasi yang beorientasi *profit* dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif”, (Fahmi, 2011:343).

Analisis *SWOT* ini akan digunakan untuk mengetahui lebih dalam tentang *SWOT* perusahaan Manga-Me!.

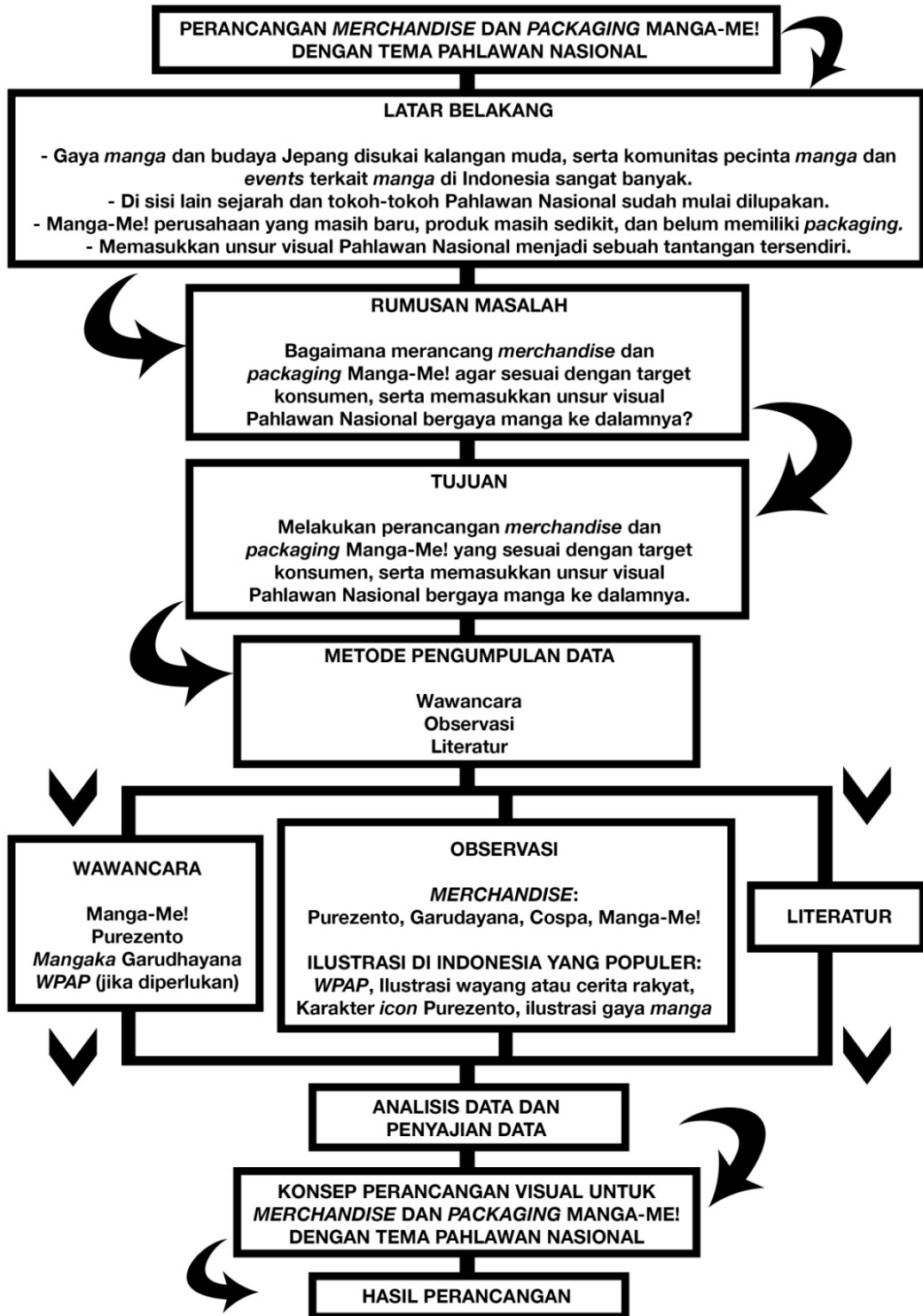
### **B. Penyajian Data Matriks**

“Matriks adalah tabel yang disusun di lajur dan jajar dan jajaran sehingga butir-butir uraian yang diisikan dapat dibaca dari atas ke bawah dan dari kiri ke kanan”, (Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *online*, <http://kbbi.web.id>).

Dalam penyajian data ini, akan dibuat berupa tabel dengan membandingkan beberapa pembanding. Data yang akan dibandingkan

nantinya adalah produk *merchandise* yang sudah ada, seperti: Purezento, *merchandise* pada komik Garudayana, Cospa, dan Manga-Me!. Data lain yang akan dibandingkan terkait gaya ilustrasi yang saat ini sedang diminati di Indonesia, seperti: *WPAP*, ilustrasi wayang atau cerita rakyat, karakter *icon* Purezento, dan ilustrasi gaya *manga*.

## 1.7. Skema Perancangan



Gambar 1.1. Skema perancangan



## **1.8. Pembabakan**

Pembahasan masalah pada perancangan ini disusun sesuai dengan sistematika penulisan yang telah ditentukan, guna mempermudah dalam pembuatan konsep perancangan.

### **A. Bab I Pendahuluan**

Menjelaskan tentang latar belakang masalah dan identifikasi masalah terkait *manga*. Selain itu disebutkan pula rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan, dan skema perancangan.

### **B. Bab II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan tentang landasan teori dan konsep teori terkait *manga*, ilustrasi, perancangan *merchandise*, *packaging*, analisis *SWOT*, dan teori segmentasi pasar.

### **C. Bab III Data dan Analisis Masalah**

Menjelaskan tentang data yang berhubungan dengan gaya ilustrasi, *manga*, perusahaan *Manga-Me!*, dan perusahaan *merchandise* yang sudah beredar di pasaran hingga sekarang ini. Selain itu juga menjelaskan data yang telah diolah dengan menggunakan matriks dan teori *SWOT*.

### **D. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan tentang konsep perancangan ilustrasi *manga* ke dalam berbagai *merchandise* dan perancangan desain *packaging*. Selain itu juga akan disertakan perancangan dari mulai sketsa hingga bentuk akhir.

### **E. Bab V Penutup**

Menjelaskan kesimpulan dari perancangan serta berisi saran dan kritik dalam perancangan.