BAB I

PENDAHULUAN

I. 1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam yang berlimpah. Sumber daya alam tersebut banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian. Usaha Kecil Menengah atau UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitupun juga dengan negara Indonesia. UKM memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UKM sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptanya lapangan kerja baru.

Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU memberikan definisi Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah kementrian negara Koprasi dan Usaha Kecil Menengah. Badan Pusat Statistik (BPS), memberikan keputusan keuangan pada tanggal 27 Juni 1994, dan UU No. 20 Tahun 2008. Menurut kementrian negara Koperasi, UKM adalah "kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara manyoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. (arief rahmana.wordpress : 2011).

Salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berada di Indonesia adalah usaha kerajinan tangan. Kerajinan tangan adalah kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Kerajinan yang dibuat biasanya terbuat dari berbagai bahan baku. Dari kerajinan yang di produksi menghasilkan bermacam-macam hiasan atau benda seni maupun barang pakai. Daerah yang termasuk kerajinan tangan di Indonesia salah satunya adalah kota Bandung. Di kota Bandung banyak sekali Usaha Kecil Menengah (UKM), salah satunya adalah usaha kerajinan boneka.

Usaha boneka tambang merupakan usaha kerajinan tangan di kota Bandung, yang bertempatan di Jl.Cihampelas Gang Bongkaran 53/25. Boneka Tambang adalah boneka yang terbuat dari bahan baku seperti tambang. Boneka tambang terbuat dari

bahan alami seperti tali pandan, batang pohon asem, batang sapu, dan dudukan yang terbuat dari batu. Boneka tambang diproduksi disebuah galeri yang bernama “Corax Art”. Galeri didirikan pada tahun 1999. Sebagian masyarakat belum terlalu banyak mengenal galeri ini.

Oleh karena itu, kegiatan promosi melalui strategi media audio visual “ video stop motion” yang menginformasikan tantang produk boneka tambang, dapat menjadi tolak ukur dari permasalahan yang ada. Dengan demikian boneka tambang sebagai produk yang masih terbilang baru dapat dikenal oleh khalayak luas sehingga dapat bertahan di industri pasar boneka di Indonesia.

I. 2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas yang terjadi pada boneka tambang untuk masyarakat kurang mengetahui boneka tambang ini, bentuknya pun cenderung masih gampang rusak dan mengakibatkan menurunnya pemasaran yang dikarenakan kurangnya media promosi yang kuat agar meyakini para konsumen untuk membeli boneka tambang.

Mengacu kepada kurangnya masyarakat yang tidak mengetahuinya boneka tambang menjadi permasalahan dalam penjualan boneka tambang. Hal ini menjadikan untuk mengembangkan media promosi. Pemilik juga akan mengembangkan bentuk-bentuk boneka tambang dengan memberikan baju dan bahan baku pendukung lainya

I. 3 Fokus Masalah

Fokus masalah ini adalah kurangnya upaya untuk mempromosikan boneka tambang kepada masyarakat sehingga masyarakat kurang mengenal boneka tambang tersebut.

I. 4 Tujuan Perancangan

Dari Fokus Permasalahan diatas maka dapat disimpulkan tujuan dari perancangan adalah:

- Mempromosikan boneka tambang dengan media audio visual supaya

masyarakat lebih mengenal akan adanya produksi boneka tambang.

Banyak masyarakat yang kurang tahu tentang boneka tambang ini karena promosinya masih kurang untuk menarik perhatian para masyarakat.