BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang dibangun oleh perjuangan dalam merebut kemerdekaannya. Perjuangan berlangsung lama sejak adanya penjajah yang datang ke wilayah nusantara. Lamanya perjuangan melepaskan diri dari penjajah membuat penduduk Indonesia merasakan hal yang sama yaitu ingin kemerdekaan. Sejak saat itu perjuangan kemerdekaan dilakukan oleh seluruh penduduk Indonesia dan timbul kesadaran suatu bangsa atas persamaan nasib yang menumbuhkan rasa nasionalisme.

Rasa nasionalisme yang terus dijaga menjadi semangat merebut kemerdekaan. Hal tersebut terbukti dengan didirikannya berbagai organisasi nasional Indonesia. Dari organisasi-organisasi tersebutlah diadakan pertemuan-pertemuan dalam usaha memperkuat rasa kecintaan, kebanggaan dan persatuan Indonesia. Dengan memperkuat hal-hal tersebut maka nasionalisme dapat terjaga hingga akhirnya mencapai kemerdekaan.

Setelah Indonesia merdeka maka kemerdekaan itu harus dipertahankan. Cara mempertahankannya yaitu dengan membela dan menjaga Indonesia beserta segala yang ada didalamnya. Tugas tersebut adalah tugas seluruh rakyat Indonesia. Namun tugas tersebut dapat terhambat, salah satunya karena perekonomian Indonesia

belum kuat. Sehingga salah satu usaha mempertahankan nasionalisme adalah menjaga perkembangan ekonomi Indonesia baik. Perputaran ekonomi tentu berhubungan dengan produk-produk yang ada di Indonesia baik produk Indonesia maupun produk impor. Namun penggerak ekonomi lokal berhubungan dengan konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk Indonesia.

Hal yang menarik pada produk Indonesia adalah kualitasnya yang baik dan diakui oleh luar negeri tapi kurang pembeli dari masyarakat Indonesia sendiri. Ada banyak faktor yang menyebabkan hal tersebut. Salah satunya adalah karena kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia terhadap produk Indonesia. Padahal secara tidak langsung itu mempengaruhi perkembangan ekonomi Indonesia. Hal itu berarti juga tidak membantu perekonomian Indonesia dan tidak memperlihatkan rasa nasionalisme.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang terjadi saat ini tentang Produk Indonesia adalah sebagai berikut:

a. Produk Indonesia bersaing dengan produk impor di pasar lokal, sehingga ada kesulitan untuk membedakan antara produk Indonesia dengan produk impor.
b. Produk Indonesia merupakan penggerak ekonomi lokal tetapi baru sebagian kecil yang diminati.

c. Produk Indonesia sudah dikampanyekan sebelumnya tetapi masih belum memberikan informasi secara detil.
d. Produk Indonesia berupa barang menjadi pilihan alternatif yang memperlihatkan kurangnya rasa menghargai dan nasionalisme.
e. Produk Indonesia banyak yang tidak memberikan tanda Produk Indonesia.

1.3 Fokus Masalah

Bagaimana meningkatkan rasa nasionalisme dengan cara membeli produk Indonesia.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dibuatnya perancangan ini adalah menunjukan rasa nasionalisme dengan cara membeli produk Indonesia dan menjadikan produk Indonesia sebagai pilihan utama masyarakat Indonesia.