

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Usaha

Perkembangan teknologi informasi, ditambah dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap layanan di sektor industri kreatif, telah mendorong kemajuan industri komunikasi visual di Indonesia. Komunikasi visual kini lebih dari sekadar penyampaian pesan yang estetik. Akan tetapi, telah menjadi komponen strategis dalam membentuk citra, memperkuat identitas, dan meningkatkan nilai komersial produk atau jasa. Permintaan akan desain profesional, media promosi visual, serta produk kreatif seperti cendera mata, perlengkapan wisuda, dan penghargaan seperti trofi dan plakat menunjukkan bahwa sektor jasa komunikasi visual memiliki prospek yang sangat menjanjikan untuk terus berkembang.

Strategi komunikasi merupakan suatu proses perencanaan dan pengelolaan yang efisien untuk menyampaikan pesan kepada audiens agar mudah dipahami, sehingga dapat mengubah sikap atau perilaku individu. Salah satu isu utama yang berkaitan dengan strategi komunikasi adalah pengelolaan penggunaan sumber daya komunikasi yang ada untuk mencapai tujuan pesan yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, komunikasi memiliki batasan tertentu yang harus dimanfaatkan secara optimal agar efektif, dan strategi komunikasi berfungsi sebagai upaya untuk mencapai hal tersebut (Ramahdani, Helmi, and Nasution 2022).

Dikutip dari (Ii 2020) Komunikasi visual adalah sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan melalui media untuk mendapatkan *feedback* tertentu melalui suatu objek yang dapat dilihat oleh indra penglihatan. Komunikasi visual memiliki sistem kerja meliputi indra penglihatan atau visual yang berguna untuk menangkap pesan dari objek - objek visual yang ingin disampaikan seperti tipografi, lambang, gambar, desain grafis hingga ilustrasi dan warna. Komunikasi visual merupakan sebuah bentuk yang memicu indra penglihatan agar dapat dipahami oleh banyak

orang yang melihat. Menurut (Lester,2020) bidang komunikasi visual adalah sebuah rangkaian yang memadukan elemen visual, huruf, serta citra yang harmonis sebagai salah satu bentuk bahasa komunikasi yang ditujukan untuk kelompok atau individu (Cenadi,1999)

Peningkatan kebutuhan dari masyarakat terhadap produk dan jasa kreatif di Indonesia di dukung dari data pertumbuhan signifikan sektor ekonomi kreatif, baik itu dari segi kontribusi terhadap PDB nasional ataupun penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan dari sumber data dari kemenkraf yang di dapat dari jurnal *Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Indonesia* (Kreatif 2023) menunjukkan bahwa dalam jangka waktu tahun 2010 - 2015 PDB ekonomi kreatif mengalami peningkatan dari 529,96 triliun menjadi 852,24 triliun yang menunjukkan peningkatan sebanyak 10,14% pertahunnya. Pada tahun 2023, sektor ekonomi kreatif menyumbang lebih dari 7,4% dari PDB Nasional, *fashion*, kuliner dan kriya menjadi subsektor yang paling signifikan menurut data yang di peroleh dari BPS (Badan Pusat Statistik). Hal tersebut menunjukkan bahwa pentingnya strategi ekonomi inovatif dalam membangun ekonomi nasional (Khuamir and Yazid 2025)

Setiap sektor ekonomi kreatif telah menyumbang sebanyak 7% pertahunnya terhadap total PDB nasional, pemerintah Indonesia telah menentukan berbagai jenis kegiatan ekonomi yang termasuk ke dalam ekonomi kreatif yang disebut dengan 17 subsektor ekonomi kreatif yaitu, aplikasi, *fashion*, pengembangan permainan, desain interior, arsitektur, desain komunikasi visual, desain produk, film animasi serta video, kerajinan tangan atau kriya, fotografi, musik, kuliner, penerbitan, seni rupa, periklanan, seni pertunjukan televisi serta radio. Pada tahun 2020, 17 subsektor tersebut telah menyumbang kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, selain itu terdapat pula hal penting selain 17 subsektor tadi dalam roda perekonomian yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis serta komunitas.

Berdasarkan dari 17 Subsektor tadi di DI Yogyakarta sendiri terdapat 3 sub sektor utama yakni kerajinan tangan, *fesyen* dan juga kuliner yang memberi keuntungan sebesar 70% - 80%. Pelestarian industri kreatif di yogyakarta di

atur pada Perda Nomor 9 Tahun 2017, yaitu mengatur tentang menjaga, melayani, melestarikan koperasi, UMKM dan lainnya. Industri kreatif serta ekonomi kreatif dibantu dengan menggunakan teknologi informasi yang memberi dampak positif untuk fasilitas dan tempat bisnis mereka (Tan 2025).

Yogyakarta yang dikenal sebagai kota budaya dan pendidikan dalam beberapa dekade saat ini sudah dikenal juga sebagai salah satu pusat bisnis kreatif yang dinamis di tanah air. Ekosistem ekonomi kreatif di Yogyakarta didukung oleh potensi yang saling bersinergi yaitu pelaku industri, pemerintah, institusi pendidikan serta komunitas lokal hal tersebut memberikan ruang bagi kreativitas untuk terus berkembang serta menjadi salah satu motor penggerak perekonomian lokal maupun nasional (Tan 2025).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Industri Indonesia atau IKM terkait dengan Industri kecil Menengah memiliki peningkatan yang cukup baik untuk perekonomian negara adalah 99,7% serta penyerapan tenaga kerja di angka 10,3 juta. Menurut Badan Pusat Statistika atau BPS DI Yogyakarta pada tahun 2019 terdapat 146,658 perusahaan di Yogyakarta, selain itu industri mikro berada di 96,61% dan industri kecil berada di 4,39%. Lanjut Badan Pusat Statistika DI Yogyakarta dari seluruh kabupaten yang ada di Yogyakarta terdapat 48,663 hampir 33,18%. Kabupaten Bantul berada di peringkat 2 dengan jumlah 46,246 atau 31,53%, Kabupaten Kulon Progo 21,004 atau 14,3% serta yang paling kecil ada di Kota Yogyakarta yang hanya 6,425 atau 4,3% dari seluruh IKM di DI Yogyakarta (Tan 2025)

Berdasarkan situasi tersebut, Winnes Production sebagai bisnis yang sudah berdiri sejak tahun 1998 memiliki dasar yang kuat untuk terus dipertahankan dan ditingkatkan. Pengalaman yang cukup lama di bidang industri kreatif, terutama terkait dengan produk kriya dan desain, menjadi aset penting untuk menghadapi persaingan dan perubahan di pasar. Selain itu, adanya Winnes Production di Yogyakarta yang memiliki lingkungan ekonomi kreatif yang mendukung memberikan kesempatan untuk terus berinovasi, baik dalam hal produk, desain, maupun strategi pemasaran yang memanfaatkan digital.

Dengan demikian, keberlanjutan dan pengembangan Winnes Production tidak hanya didasarkan pada faktor historis semata, tetapi juga didukung oleh relevansi bidang usaha dengan subsektor unggulan daerah, potensi pasar yang terus berkembang, serta dukungan ekosistem ekonomi kreatif yang terintegrasi. Oleh karena itu, usaha ini dinilai layak untuk terus dikembangkan sebagai bagian dari kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif, sekaligus sebagai bentuk implementasi keilmuan yang diperoleh selama proses perkuliahan.

Pada awal berdirinya usaha ini di dasari oleh minat dari pemilik pertama selaku ayah dari pemilik kedua yang dimana pemilik pertama pada awalnya terjun di bidang usaha ini menjadi karyawan di sebuah rumah usaha yang bergerak di bidang tersebut akan tetapi usaha tersebut gulung tikar, pada akhirnya pemilik pertama memilih untuk membuka usaha Winnes Production pada tahun 1998 dengan nama awal wiryatama. Bertempat di Daerah Istimewa Yogyakarta atau lebih tepatnya di Wonocatur, Banguntapan.

Pada tahun 2010 memutuskan untuk berganti nama dari wiryatama menjadi Winnes Production. Selama periode tersebut usaha memang menerima pesanan, akan tetapi jumlah serta pertumbuhannya relatif tidak mengalami peningkatan yang signifikan, kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun usaha ini mampu bertahan namun potensi serta pengembangannya belum didapatkan secara maksimal dan optimal. Melihat kondisi tersebut pemilik pertama kemudian mengambil keputusan untuk rebranding dengan mengganti nama usaha menjadi Winnes Production, perubahan nama tersebut tidak hanya dimaksudkan sebagai pergantian identitas melainkan sebagai upaya untuk membangun citra baru dan semangat baru dalam pengelolaan usaha. Sejalan dengan harapan tersebut, Winnes Production menunjukkan perkembangan yang cukup pesat ditandai dengan meningkatnya jumlah pesanan yang cukup signifikan

Pada awal merintis, pemilik pertama menjalankan bisnis ini secara bertahap sembari menyelesaikan studinya di perguruan tinggi. Sebelumnya, pemilik pertama telah memiliki pengalaman kerja di bidang yang sama cukup lama sebagai bekal untuk merintis usaha ini, pengalaman sebagai bekal yang

penting. Penulis selaku pemilik kedua memutuskan untuk melanjutkan serta mengembangkan usaha ini karena melihat adanya potensi pertumbuhan yang masih terbuka lebar, usaha ini dinilai memiliki prospek yang menjanjikan untuk terus dikembangkan. Selain pertimbangan peluang usaha keputusan tersebut didasari oleh minat serta ketertarikan dari penulis terhadap usaha tersebut.

Pengelolaan usaha ini harapan kedepannya mampu memberikan kontribusi sosial melalui penciptaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Selain itu juga sebagai sarana implementasi keilmuan yang diperoleh selama perkuliahan. Khususnya dalam bidang ilmu komunikasi seperti desain komunikasi visual dan juga pemasaran. Penerapan keilmuan desain komunikasi visual yang telah dilakukan dapat dilihat dari adanya inovasi pada desain produk melalui pengembangan bentuk baru yang lebih variatif dan memiliki nilai estetika yang tinggi. Selain itu strategi pemasaran yang sebelumnya hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut atau *word of mouth* kini mulai dikembangkan dengan memanfaatkan media sosial, khususnya instagram. Pengelolaan feed instagram yang dilakukan lebih terencana dengan mempertimbangkan aspek visual, konsistensi identitas serta penyusunan konten yang lebih sistematis.

Winnes Production usaha di bidang industri kreatif memiliki keunggulan yang di tawarkan untuk konsumen yang mencari tempat yang menyediakan souvenir custom, piala serta berbagai perlengkapan wisuda. Keunggulan yang ditawarkan adalah pertama kualitas produk yang terjamin, kedua desain yang unik dan inovatif serta mengikuti trend terkini, ketiga harga yang terjangkau, keempat pelayanan yang ramah, Kelima ketepatan waktu dan yang terakhir legalitas perusahaan yang lengkap.

Dari aspek barang yang diproduksi, Winnes Production tidak hanya fokus pada pemenuhan permintaan wisuda, tetapi telah melakukan diversifikasi ke sejumlah kategori produk lain. Barang yang kini tersedia meliputi slempang untuk sidang wisuda yang dapat disesuaikan desainnya sesuai dengan permintaan pelanggan, serta barang tambahan seperti mug gelas, gantungan

kunci, sertifikat penghargaan, sampai label kelas dan berbagai produk lain yang memiliki nilai guna serta keindahan.

Selain itu, dari aspek penggunaan bahan. Jika sebelumnya produk lebih banyak menggunakan resin atau fiber, kini Winnes Production mulai memanfaatkan bahan-bahan lain seperti akrilik dan kayu. Di samping itu, inovasi juga dilakukan melalui kombinasi berbagai material, misalnya kombinasi antara kayu dan kuningan, untuk menciptakan produk dengan estetika yang lebih premium dan berkualitas. Hal tersebut bertujuan untuk mengembangkan produk yang fokus pada peningkatan kualitas visual, variasi produk, serta daya saing di ranah industri kreatif.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut dapat dipahami bahwa perkembangan komunikasi visual yang kini semakin pesat serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk serta jasa kreatif, membuat para pelaku usaha tidak hanya berfokus pada kualitas produk semata akan tetapi juga pada bagaimana desain komunikasi visual di terapkan secara efektif. Winnes Production selaku usaha yang bergerak di bidang jasa komunikasi visual mempunyai potensi yang besar untuk terus berkembang akan tetapi juga di hadapkan dengan berbagai tantangan khususnya dalam mengelola komunikasi visual, serta komunikasi pemasaran agar kedepannya mampu bersaing dan mempertahankan kelanjutan usaha ini. Dengan demikian, fokus permasalahan ini relevan untuk dikaji dalam prespektif ilmu komunikasi, khususnya pada penerapan startegi komunikasi entrepreneurial dalam pengembangan bisnis jasa komunikasi visual.

1.2. Tujuan Usaha

Pada awalnya pemilik pertama yang merupakan karyawan dari rumah industri yang bergerak di bidang kreatif ini akan tetapi rumah industri tersebut harus mengalami gulung tikar akan tetapi pemilik pertama masih melihat peluang yang masih besar dan akan berkembang maka dari itu akhirnya pemilik pertama memutuskan untuk berdiri sendiri untuk merintis dan mengembangkan usahanya

Penulis selaku pemilik kedua yang mempunyai latar belakang ilmu komunikasi memutuskan untuk melanjutkan usaha ini dengan tujuan untuk mengintegrasikan pengetahuannya yang sesuai dengan bidang ilmu komunikasi yang sejalan dengan usaha ini terutama di mata kuliah desain komunikasi visual. Selain itu tujuan dari penulis untuk melanjutkan bisnis usaha ini adalah untuk mengembangkan warisan usaha yang sudah ada dari pemilik pertama dan sejalan dengan tujuan dari pemilik pertama yaitu memberikan kontribusi ekonomi dan sosial serta membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar serta menjadi penyedia produk wisata dan penghargaan yang menarik, rapi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen

1.3. Manfaat Usaha

a. Manfaat Usaha Secara Akademis

Secara akademis Winnes Production dapat menjadi sarana penerapan konsep serta teori ilmu komunikasi, khususnya komunikasi visual, komunikasi pemasaran serta komunikasi entrepreneurial, dalam pengelolaan bisnis usaha jasa kreatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan industri kreatif dan UMKM yang berfokus pada komunikasi visual.

b. Manfaat Usaha Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini akan berguna bagi pengelola bisnis sebagai alat evaluasi dan pengembangan strategi komunikasi yang lebih efisien untuk meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha. Selain itu, kegiatan ini

memberi keuntungan bagi konsumen dengan menawarkan produk dan layanan komunikasi visual yang berkualitas, serta berpartisipasi dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan sektor ekonomi kreatif.

