

Aphief Tri Artanto. S011308001. 2015. **PERAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA CREATIVE CITY (STUDY PADA SEKTOR INDUSTRI KREATIF DI SURABAYA)** Tesis Pembimbing I : Drs. Ahmad Adib, M.Hum, Ph.D. II : Dr. Sarah Rum Handayani, M.Hum Magister Seni Rupa Program Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.

ABSTRAK

Dunia telah memasuki era industri pada gelombang keempat, yaitu industri ekonomi kreatif (*creative economic industri*). Saat ini di sebut sebagai era ekonomi kreatif, hal ini terlihat dari keberadaan ilmu pengetahuan dan ide sebagai penggerak dalam perkembangan ekonominya. Perkembangan dari ekonomi industri ke ekonomi kreatif disikapi oleh pemerintah diberbagai Negara yang sedang berkembang untuk mengembangkan masyarakatnya yang berbasis kreativitas dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang lebih *sustainable* dibandingkan ekonomi industri yang sangat bergantung pada *resource*. Industri ini telah mampu mengikat pasar duniadengan jutaan kreativitas dan persepsi yang dapat dijual secara global.

Indonesia masih punya peluang untuk menang dalam persaingan menghadapi AFTA 2016. Peluang itu ada di industri kreatif. Menurut Kementerian Perdagangan RI (Rencana Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025) “Industri kreatif adalah industri atau kegiatan usaha yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”. Pada pemerintahan Presiden Joko Widodo melalui Badan Ekonomi Kreatif (BEK) yang dipimpin Triawan Munaf, sub sektor industri kreatif di berkembang dan di spesifikkan menjadi 16 sub sektor industry kreatif yang menyebutkan bahwa Desain Komunikasi Visual (DKV) sudah ada di dalamnya.

Tujuan utama Penelitian (1) Untuk memetakan data tentang industri kreatif sub sektor Desain Komunikasi Visual (DKV) di Surabaya. (2) Menganalisis hambatan-hambatan yang bisa mempengaruhi perkembangan industri kreatif sub sektor Desain Komunikasi Visual (DKV) di Surabaya. (3) Analisis tentang subtansi Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Banyak desainer komunikasi visual (DKV) kesulitan untuk mendapatkan manufaktur yang bisa mewujudkan ide yang berpotensi bisnis. Tidak adanya infrastruktur dari pemerintah untuk mensinergikan program pemerintah dengan industri desain komunikasi visual di Surabaya yang akhirnya melunturkan semangat entrepreneurship dari para desainer muda berbakat. Semua yang ada dalam bidang industri kelompok dalam advertising, desain grafis, arsitektur sampai kuliner bergerak sendiri-sendiri. Tidak ada visi bersama untuk arah jangka panjang yang jelas, bahkan pemahaman masyarakat terhadap sektor industri kreatif dan prospek perkembangannya masih sangat minim. Oleh karena itu diperlukan suatu kajian pustaka penelitian lapangan melalui pendekatan berbagai konsep dari ilmu terkait seperti sejarah surabaya, *media art*, marketing mix, komunikaasi bisnis. Dengan demikian diharapkan melalui pendekatan dan kajian dalam penelitian ini dapat memecahkan permasalahan tentang industri kreatif di Surabaya.

Kata kunci: Desain Komunikasi Visual (DKV), sub sektor industri kreatif Surabaya, Badan Ekonomi Kreatif (BEK)