

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut *Program for International Student Assessment (PISA)*, Indonesia menempati 10 urutan terbawah dalam tingkat literasi baca yang rendah. Rendahnya tingkat literasi baca merupakan suatu permasalahan yang perlu dihadapi secara serius. Berdasarkan buku Ahmad Rifa'I yang berjudul *Generasi Muda*, rendahnya tingkat literasi membaca memberi dampak buruk terhadap generasi muda. Banyak generasi muda menjadi generasi pemalas dan kurangnya wawasan yang dimiliki (Kompasiana.com, 2022). Hal ini dinyatakan UNESCO, menurut data telah menduduki peringkat ke 60 dari 61 negara soal minat membaca. Pada fakta kedua, 60 juta penduduk Indonesia menjadi peringkat empat pengguna aktif *smartphone* setelah Cina, India dan Amerika. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan pengaruh yang signifikan terhadap industri membaca di Indonesia. Dengan adanya kemudahan akses internet, menjadikan bacaan di Indonesia hadir dalam bentuk digital. Menurut Beng, membaca secara digital lebih interaktif karena adanya respons langsung dari penggunanya. (Alfi, A, N., 2016).

*Kwikku* merupakan sebuah *platform* pustaka digital asal Indonesia yang dibentuk pada 26 September 2013 oleh para mahasiswa di Malang, Jawa Timur. Dirancang oleh Hamdi MUSAAD dan tim untuk bisa menciptakan sebuah aplikasi baca digital yang dapat diakses dengan mudah oleh pembacanya. Menurut Hamdi, *Kwikku* membuka peluang yang sangat besar kepada para kreator muda Indonesia untuk menuangkan bakatnya dan mendapatkan penghasilan dari tulisan mereka. (Sembiring, I. G., 2020).

Dari data yang penulis dapatkan, *Kwikku* memiliki hanya satu media promosi yaitu Instagram. Selain itu, berdasarkan analisis, desain konten media promosi terlihat monoton dengan penggunaan hierarki yang dilakukan berulang tanpa menggunakan metode perancangan promosi. Penggunaan warna, *supergraphic*,

*layout* visual serta penempatan *emphasis* di tiap konten berubah-ubah. Menimbulkan kesan perancangan media yang tidak konsisten. Hal itu sangat berpengaruh terhadap pandangan target *audiens* demi merancang sebuah media promosi (www.jurnal.id, 2018). Meskipun Media sosial Instagram tersebut juga memiliki jumlah *followers* 43,7K dan sudah beberapa kali berkontribusi dengan kreator lokal terkenal, tetapi *engagement* pada *social media Kwikku* berbanding jauh dengan jumlah *followers*. Kurang adanya interaksi antara *Kwikku* dengan user Instagram di media promosi yang mereka gunakan. Tentunya, *engagement rate* merupakan patokan tingkatan yang dihasilkan melalui konten yang sudah diunggah. Pengukuran dapat dilihat dari persentase respon masyarakat. Dilihat dari banyaknya *comment, view, like* dan *share* pada sebuah *post-an* (www.redcomm.co.id, 2022).

Menurut data yang penulis dapatkan, sebanyak 6,1% responden mengetahui keberadaan *Kwikku*. Selain itu, sebanyak 78,3% tidak tertarik pada platform *Kwikku* meskipun dengan berbagai penawaran yang diberikan. Sebanyak 6,1% dari 78,3% pengguna yang tidak tertarik terdapat 12,8% *audiens* yang mengetahui *Kwikku* tetapi tidak peduli dengan keberadaannya. Jika hal ini terus terjadi, maka *platform Kwikku* semakin kehilangan kreator dan pembaca pustaka lokal. Pada akhirnya hal ini juga akan mengalami stagnasi dan menyebabkan minat baca tidak akan maju dan berkembang (Newman, 2018). Menurut Sistaningrum (2002), promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk barang atau jasa kepada konsumen sehingga dapat membantu memperkenalkan barang/ jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, penulis merancang promosi *platform Kwikku* bagi remaja akhir berusia 17-25 tahun di daerah JABODETABEK.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Masih banyak yang belum mengetahui dan tidak mengenal *platform Kwikku*.
- 2) Media sosial Instagram menjadi satu-satunya media promosi.

- 3) Penerapan desain yang monoton pada media promosi di Instagram.
- 4) Kurang adanya exposure (media massa atau influencer) terkait yang membantu menjangkau audiens.
- 5) Interaksi followers Instagram yang minim.

Merujuk pada rumusan masalah di atas, maka diperlukan penelitian desain dengan pertanyaan penelitian:

Bagaimana perancangan sebuah promosi *platform Kwikku* bagi remaja akhir usia 17-25 tahun di daerah JABODETABEK?

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dibentuk demi tercapainya target *audiens* pada perancangan promosi yang akan dirancang. Hal ini membatasi pembahasan agar tahapan promosi tidak melebar dan memfokuskan dalam penjabarannya.

#### 1.3.1 Demografis

Penentuan demografis ini merupakan hasil dari wawancara narasumber *CEO Kwikku* dan kuesioner mengenai lingkup target *audiens* yang ingin dituju.

a) Gender : Laki-laki & perempuan

b) Usia : 17-25 tahun

Usia ini merupakan target audiens dari *platform Kwikku* sebagai remaja akhir di *user* pembaca pustaka digital.

c) Pendidikan : Mahasiswa – karyawan

d) Tingkat Ekonomi : SES B

Berdasarkan data yang didapat dari hasil kuesioner pada pendapatan remaja akhir.

#### 1.3.2 Geografis

Pada geografis, penulis telah mengumpulkan data dari observasi dan wawancara *CEO Kwikku* seputar wilayah target *audiens* yang ingin dituju. Hasil penentuan geografis yaitu wilayah JABODETABEK.

### 1.3.3 Psikografis

- a) Remaja yang membaca pustaka digital tetapi tidak mengetahui adanya *platform* baca lokal.
- b) Penikmat karsa yang menggunakan media digital.
- c) Orang-orang yang memiliki ketertarikan terhadap karsa Indonesia.
- d) Remaja tidak/kurang gemar membaca tetapi antusias dalam penggunaan *smartphone*.

### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Untuk merancang sebuah promosi *platform Kwikku* bagi remaja akhir usia 17-25 tahun di daerah JABODETABEK.

### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dalam perancangan tugas akhir ini penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat perancangan promosi *platform Kwikku* dengan banyak pihak, diantaranya:

#### 1) Penulis

Penulis dapat memperdalam pengetahuan mengenai pustaka digital untuk diterapkan terutama dalam menggunakan *platform* pustaka digital Indonesia. Pengetahuan pustaka digital ini akan terus digunakan sebagai panduan untuk dapat menciptakan ketertarikan minat baca dan bisa menghargai kreator Indonesia.

#### 2) Masyarakat

Dapat memberikan pemahaman mengenai pustaka digital sehingga mampu menghargai dan meningkatkan minat membaca hasil kreator Indonesia.

#### 3) Universitas

Sebagai referensi mengenai promosi topik yang berkaitan dengan pustaka digital bagi *civitas* academica Universitas Multimedia Nusantara yang membutuhkan.