

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Kluster Kewirausahaan

Cerita yang disampaikan dari mulut ke mulut sehingga semakin dikenal masyarakat luas adalah cerita rakyat (Mulachela, 2021). Indonesia memiliki banyak cerita rakyat yang berasal dari keanekaragaman budaya setiap daerah. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu eksistensi cerita rakyat semakin memudar di kalangan generasi muda. Adanya perkembangan arus globalisasi membuat generasi muda semakin mengenal informasi dan budaya-budaya yang ada di luar Indonesia. Oleh sebab itu, Manurung (2022) mengatakan bahwa pada masa ini remaja Indonesia lebih tertarik dengan budaya luar negeri dibandingkan budayanya sendiri.

Pernyataan tersebut tidak sepenuhnya benar maupun salah. Sebab, salah satu penyebab kurangnya minat terhadap cerita rakyat pada saat ini adalah penyampaian yang kurang inovatif. Penelitian yang dilakukan Cahyani, Johan, dan Wibisono (2021) menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan mengenai cerita rakyat masih menggunakan media cetak. Usaha pelestarian cerita rakyat melalui media digital seperti *game* sudah dilakukan oleh berbagai pihak. Akan tetapi, Soerjoatmojo (2020) mengatakan bahwa usaha penyampaian cerita rakyat masih kurang inovatif terutama di bidang *storytelling*. Starloop (2003) menyampaikan bahwa *storytelling* dalam *game* dapat membuat pemainnya merasa lebih berperan dan membantu mendorong pemain untuk bertindak.

Dibandingkan buku, *game* adalah media yang lebih populer didiskusikan oleh generasi muda (UK's National Literacy Trust, 2020). Di Indonesia sendiri, industri *game* berkembang dengan pesat dan memiliki potensi yang besar (Kominfo, 2022). Posisi Indonesia dalam statistik Databoks oleh Dihn (2022) sebagai negara dengan pemain video *game* adalah terbanyak ketiga di dunia. Dari banyaknya pemain *game* di Indonesia, *game casual single player* menjadi genre paling favorit berdasarkan survei Statista (2021) yang dikutip dalam Hybrid.co.id.

Berdasarkan penemuan-penemuan tersebut, penulis dan tim memutuskan untuk mengembangkan *game casual adventure* mengenai cerita rakyat Indonesia berjudul “Once Upon a Zine”. *Game* ini menceritakan kehidupan cerita rakyat Indonesia sebagai pelajar SMA. Melalui pendekatan latar SMA, penulis dan tim bertujuan untuk menjangkau minat generasi muda terutama yang berusia 15 hingga 23 tahun. Berdasarkan pengalaman dan bidang studi yang dijalani, penulis ditunjuk sebagai anggota yang bertanggung jawab di bidang marketing dan aset visual tokoh. Oleh karena itu, laporan ini ditulis untuk menjabarkan bagaimana perkembangan marketing, dan aset visual yang menjadi bagian pekerjaan penulis.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Kluster Kewirausahaan

Bagaimana merancang strategi marketing dan aset visual game *Once Upon a Zine*?

1.3 Batasan Masalah MBKM Kluster Kewirausahaan

Laporan mengenai strategi marketing dibatasi pada *digital* dan *social media* marketing, yaitu teknik marketing yang memanfaatkan media digital seperti website, media sosial, aplikasi dan iklan gawai, video online, e-mail, dan blog (Kotler & Armstrong, 2016, hlm. 538). Dalam perancangan strateginya, penulis berfokus pada pengembangan *content marketing* di *digital* marketing yaitu membuat pesan-pesan brand yang dapat menginspirasi dan komunikatif dengan para konsumen melalui berbagai *channel* yang ada. (Kotler & Armstrong, 2016, hlm. 449). Kemudian, aset visual yang menjadi bagian tugas penulis adalah aset visual tokoh seperti desain tokoh perempuan, *sprite chibi* berjalan, dan animasi.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Kluster Kewirausahaan

Merancang strategi marketing dan aset visual *game* “Once Upon a Zine”.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Kluster Kewirausahaan

Hasil dari pelaksanaan MBKM Kluster Kewirausahaan dapat menjadi manfaat bagi berbagai pihak baik dari penulis, orang lain, serta universitas. Manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Penulis

Adanya MBKM Kluster Kewirausahaan menjadi wadah bagi kreativitas penulis yang ingin mengembangkan *game* di lingkungan kampus. Melalui proyek ini, penulis belajar mengembangkan *game* menggunakan kacamata bisnis. Proyek ini juga menjadi kesempatan bagi penulis yang sebelumnya mempelajari bidang seni dan desain dalam menerapkan ilmu yang dipelajari di masa perkuliahan. Penerapan ilmu kuliah ini ada pada pembuatan aset visual 2D *game*, animasi, dan juga marketing.

1.5.2 Bagi Masyarakat

Pengembangan *game* yang dilakukan di MBKM Kluster Kewirausahaan dilakukan dengan melihat masalah dan kebutuhan yang ada di masyarakat. Dalam hal ini, kurangnya minat generasi muda pada cerita rakyat menjadi masalah di bidang pelestarian budaya. Oleh karena itu, *game* sebagai solusi pendekatan yang lebih interaktif bagi generasi muda di zaman digital ini. Harapan dari perancangan dan pengembangan *game* ini adalah untuk meningkatkan kesadaran, minat, serta kepedulian generasi muda terhadap cerita rakyat.

1.5.3 Bagi Universitas

Segala aktivitas dan laporan yang dilakukan di MBKM Kluster Kewirausahaan bermanfaat sebagai tolak ukur referensi untuk program yang akan dilakukan di masa yang akan datang. Laporan yang disusun dapat menjadi dokumen arsip bagi universitas dan juga karya tulis referensi bagi mahasiswa yang ingin mengikuti MBKM Kluster Kewirausahaan maupun mengembangkan *game*. Dengan adanya catatan referensi, harapannya adalah aktivitas atau program yang akan dilakukan di masa yang akan datang dapat menjadi lebih baik.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Kluster Kewirausahaan

Berikut adalah deskripsi ringkas mengenai alur pelaksanaan MBKM Kluster Kewirausahaan semester genap 2022/2023:

Tabel 1. 1 Waktu dan Prosedur MBKM Kluster Kewirausahaan

Waktu	Alur	Keterangan
10 Desember 2022	Sosialisasi MBKM Kluster Kewirausahaan	Dilakukan oleh Skystar Ventures, Kemahasiswaan dan program studi
8 Januari 2023	Pengisian form	Data pendaftaran diolah dan disortir oleh Skystar Ventures
6 Februari - 26 Maret 2023	Proses belajar asinkron dan bimbingan	Disesuaikan dengan <i>form</i> penilaian
	Pembuatan laporan dan sidang	<i>Output</i> berupa laporan dan presentasi bisnis
27 Maret 2023	Pengumpulan laporan MBKM <i>Batch</i> 1	Pengumpulan laporan bab 1 hingga bab 3 di <i>website</i> merdeka
27 Maret - 8 April 2023	Evaluasi 1 Kluster MBKM	<i>Pitching</i> ide bisnis kepada investor. Untuk melakukan evaluasi 1, mahasiswa wajib menempuh 200 jam kerja yang tercatat di <i>daily task website</i> merdeka.
9 April - 20 Juni 2023	Proses belajar asinkron dan bimbingan	Disesuaikan dengan <i>form</i> penilaian
	Pembuatan laporan dan sidang	<i>Output</i> berupa laporan dan presentasi bisnis
23 Juni 2023	Pengumpulan laporan MBKM <i>Batch</i> 2	Pengumpulan laporan di <i>website</i> merdeka
28 Juni 2023	Evaluasi 2 Kluster MBKM	<i>Pitching</i> ide bisnis kepada investor. Mahasiswa wajib menempuh 800 jam kerja yang tercatat di <i>daily task website</i> merdeka untuk evaluasi 2.
10 – 12 Juli 2023	Periode Sidang Laporan MBKM	Presentasi laporan dengan prodi