

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Pasca pandemi Covid-19, tren menonton konser dan pertunjukkan musik yang sebelumnya terhambat *social distancing* melonjak tajam di kawula muda. Menurut Dino Hamid (2023), Ketua Asosiasi Promotor Musik Indonesia (APMI), sejak PPKM dilonggarkan, terdapat sekitar 100 *live music* di tahun 2022, dan meningkat hingga dua kali lipat di tahun 2023. Tidak hanya meningkatnya kuantitas festival musik, tetapi juga peningkatan kapasitas penonton di beberapa acara, seperti Prambanan Jazz yang meningkatkan kapasitasnya dari 30.000 (2022) menjadi 40.000 penonton (2023). Istilah “*war ticket*” atau lomba virtual untuk meraih tiket konser juga semakin lumrah. Hal ini terutama disebabkan oleh *pent-up demand*, yakni hasrat terpendam selama pandemi yang membatasi penggemar konser untuk menikmati euforia suasana konser. Selain itu, peran unggahan di media sosial oleh akun-akun pribadi yang membagikan cerita atau pengalaman konser setelah pandemi membuat tren konser semakin *hype*.

Temuan ini sejalan dengan hasil survei Music Concert Trends 2023 oleh Jakpat, yang menunjukkan bahwa kehadiran teman atau pendamping menjadi salah satu faktor pertimbangan utama dalam menghadiri konser. Sebanyak 32% dari 2669 responden menganggapnya sebagai salah satu faktor krusial, di samping aspek-aspek pokok seperti harga tiket, musisi, waktu, dan *venue*. Menikmati konser bersama pendamping yang memiliki minat yang sama dapat meningkatkan kesenangan, karena memungkinkan adanya berbagi pengalaman yang lebih intens dan memperkaya interaksi sosial (Hamilton dlm. Dong, 2023). Alhasil, umumnya mereka akan mencari pendamping dari teman terdekat, pasangan, atau keluarga.

Akan tetapi, sebagian penggemar kerap mengalami kesulitan mencari teman konser yang memiliki minat musik dan idola yang sejalan, terlihat dari upaya

mereka yang aktif mencari teman konser melalui media sosial seperti Twitter atau berkomentar di unggahan promotor. Pendekatan tersebut memiliki beberapa kelemahan, seperti sulitnya mempercayai orang asing di platform media sosial yang bebas dan risiko unggahan tertutup oleh topik lain yang lebih dominan. Untuk mendukung pernyataan tersebut penulis melakukan survei dengan 55 responden. Didapati bahwa 27.7% dari mereka mencari teman senasib di media sosial, 51.1% memilih untuk pergi sendiri, dan 36.2% mengurungkan niatnya untuk menonton konser.

Dengan momentum tren konser yang diproyeksikan akan terus meningkat serta fenomena permasalahan yang ada, terbuka peluang besar untuk mengembangkan strategi bisnis yang berkaitan. Dengan demikian, penulis mengajukan rancangan platform media sosial bernama "Festipals" yang berfungsi sebagai jembatan bagi sesama penikmat konser atau festival musik, membentuk komunitas yang saling mendukung. Diharapkan dengan adanya platform digital ini, industri pertunjukan musik juga akan merasakan dampak positifnya.

## **1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana cara merancang strategi bisnis dan aset visual dalam aplikasi "Festipals"?

## **1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan**

Untuk mencegah pembahasan yang terlalu luas, maka ditetapkan batasan masalah yang terdiri atas strategi bisnis dan desain, pertunjukan musik di Indonesia, dan sasaran target.

### **1.3.1 Strategi Bisnis dan Desain**

Perancangan yang akan dibahas dalam laporan meliputi rancangan strategi bisnis, *prototype* aplikasi, serta media pemasaran digital. Dengan fokus utama pada *prototype* aplikasi, penulis akan berorientasi pada *user interface*, *user features*, serta alur pengguna (*user journey*). Selain daripada

*prototype*, penulis juga akan merancang aset visual untuk meningkatkan identitas perusahaan dan aplikasi.

### **1.3.2 Pertunjukkan Musik di Indonesia**

Perancangan *prototype* aplikasi mencakup berbagai acara dan festival musik di Indonesia. Aplikasi ini dapat disesuaikan dengan penambahan festival musik lainnya seiring dengan perkembangan bisnis. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa perancangan aplikasi ini inklusif, artinya mampu memenuhi preferensi seluruh target pengguna. Beberapa acara musik yang akan dibahas dalam MBKM Kewirausahaan meliputi:

1. *Gigs*
2. *Live music*
3. *Fanmeeting*
4. Pentas seni (pensi)
5. Festival musik
6. Orchestra
7. Konser

### **1.3.3 Sasaran Target**

Agar penelitian dapat berjalan dengan baik dan terfokus, perancangan strategi bisnis dan desain ini akan dibatasi dalam target audiensnya, yaitu:

#### **A. Geografis**

1. Wilayah : Pulau Jawa, Bali
2. Kepadatan : Perkotaan besar

#### **B. Demografis**

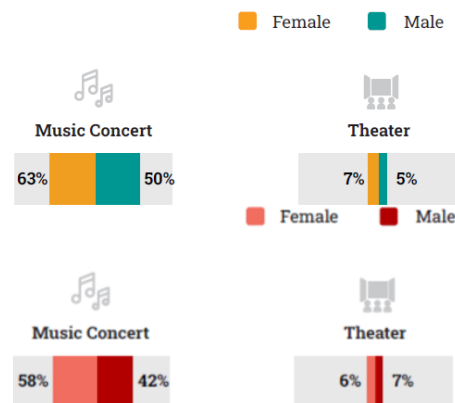
1. Usia
  - a. Primer : 17-27 tahun  
(*Indonesian Millennial and Gen Z Report 2024*,  
45% Gen Z : 10% pengeluaran untuk hiburan)

b. Sekunder : 28-34 tahun

2. Jenis Kelamin

a. Primer : Perempuan

(Berdasarkan hasil survey IDN Times bahwa penonton konser dan teater didominasi oleh wanita, baik dari Gen Z maupun Milenial.)



Gambar 1.1 Penonton Pertunjukan berdasarkan Gender pada Generasi Z (atas) dan Milenial (bawah)  
Sumber: Indonesian Gen Z & Millennial Report (2024)

b. Sekunder : Laki-laki

3. Pekerjaan : Karyawan, wiraswasta/wirausaha, pelajar

4. SES : B

(Berdasarkan data *Indonesian Millennial and Gen Z Report 2024*, 42% milenial SES B menyukai *live event*.)

C. Psikografis

1. Sikap : *easygoing*, ekspresif, eksploratif, impulsif, konsumtif, suka *flexing*  
(LPM Institut, data *behavioural* penikmat konser musik, 2023)

2. Gaya Hidup : a. Suka menggunakan media sosial.  
b. Suka memamerkan kehidupan di media sosial  
c. Rutinitas monoton dan cenderung sibuk.  
d. *Up to date* tentang tren musik, acara konser, dan idola.

- e. Suka mendengarkan musik.
3. Motivasi : a. Ingin pengalaman yang berbeda.
- b. Ingin terhubung dengan orang lain dengan minat yang sama.
  - c. Validasi

#### **1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka didapatkan maksud dan tujuan sebagai berikut:

Merancang strategi bisnis dan aset visual aplikasi Festipals yang dapat menunjang pengalaman konser para penikmat musik dengan mewadahi pencarian teman konser yang ideal.

#### **1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan**

Dengan adanya perancangan aplikasi Festipals serta penyusunan laporan MBKM ini, penulis berharap dapat memberikan dampak positif kepada beberapa pihak sebagai berikut:

##### **1. Bagi Penulis**

Perancangan strategi bisnis dan penyusunan laporan ini memberikan manfaat bagi penulis untuk mempraktikkan teori dan wawasan yang selama ini telah dipelajari, terutama dalam merancang aset visual, *merchandise*, UI *icon* serta strategi pemasaran. Perancangan ini juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk mendapatkan pengalaman dalam mengembangkan bisnis.

##### **2. Bagi Orang Lain**

Perancangan bisnis dan penyusunan laporan ini diharapkan dapat berkontribusi pada interaksi dan hubungan sosial masyarakat, terutama para penggiat festival musik.

##### **3. Bagi Universitas**

Perancangan strategi bisnis dan laporan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa selanjutnya yang berminat merancang strategi bisnis dengan

topik serupa. Selain itu, perancangan ini diharapkan dapat menjadi arsip data bagi universitas dalam pelaksanaan MBKM Kewirausahaan.

### 1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Proses MBKM Cluster Kewirausahaan berjalan selama satu semester dengan bobot 20 SKS. Berikut ini adalah penjabaran waktu dan prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan:

Tabel 1.1 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Kewirausahaan

Waktu	Alur	Keterangan
13 November 2023	Sosialisasi dan Briefing Program MBKM Cluster	Dilakukan oleh Skystar Ventures, kemahasiswaan, dan program studi DKV
14 – 29 November 2023	Pengisian OneDrive form registrasi Cluster MBKM	Pengumpulan ulang data pemilihan cluster MBKM oleh mahasiswa
6 Desember 2023	Pengumuman seleksi proposal MBKM	Gabung dalam grup LINE Kewirausahaan yang dikelola oleh Program Studi dan Skystar Ventures
2 Januari 2024	Registrasi <i>website</i> Kampus Merdeka	Mendapatkan surat pengantar dan kartu identitas peserta, serta penunjukan dosen pembimbing internal
22 Januari 2024	Briefing persiapan pelaksanaan Cluster MBKM	Dilakukan oleh koordinator cluster MBKM prodi DKV
1 Februari 2024	Kick-off program MBKM Kewirausahaan	Dilakukan oleh tim Skystar Ventures dan Program Studi
29 Januari – 15 Maret	Pembelajaran	Pengisian <i>daily task</i> ,

2024	asinkron, pembuatan laporan, dan bimbingan pra UTS	melakukan bimbingan dengan Skystar Ventures dan dosen pembimbing
18 – 26 Maret 2024	Evaluasi 1 Cluster MBKM, periode UTS	Dilakukan secara individu
27 Maret – 3 Juni 2024	Pembelajaran dan masa bimbingan Tahap 2 Cluster MBKM	Pengisian <i>daily task</i> , melakukan bimbingan dengan Skystar Ventures dan dosen pembimbing
22 – 31 Mei 2024	Ujian Akhir Semester	Pengumpulan laporan di <i>website</i> Kampus Merdeka
22 – 31 Mei 2024	Evaluasi 2 Cluster MBKM	<i>Pitching</i> ide bisnis ke mentor eksternal serta pemenuhan 640 jam <i>daily task</i> untuk <i>Supervisor</i> dan 207 jam untuk <i>Advisor</i> .
7 Juni 2024	<i>Deadline</i> registrasi Sidang Evaluasi 2	Batas akhir untuk daftar Sidang Evaluasi 2
12 – 14 Juni 2024	Periode sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Presentasi laporan ke Program Studi
18 – 21 Juni 2024	Revisi final laporan akhir di Sidang Cluster MBKM	Pengumpulan laporan final ke Program Studi

Alur pelaksanaan MBKM Kewirausahaan diawali dengan pelaksanaan *briefing* terkait kegiatan MBKM selama satu semester. Lalu dilanjutkan dengan pendaftaran cluster MBKM dengan mengajukan proposal dan registrasi melalui *website* merdeka. Selama proses perancangan penulis melakukan dua kali sidang evaluasi baik dari pihak Skystar Ventures dan pihak prodi.