

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) adalah kebijakan yang ditetapkan oleh Kemendikbud sejak tahun 2020 yang bertujuan untuk kompetensi mahasiswa dalam dunia kerja, melalui program belajar intrakurikuler yang beragam dan bersifat mandiri. Kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah salah satu program dalam *cluster* MBKM. Istilah ini diartikan sebagai studi ilmiah yang mengkaji perilaku, keyakinan, dan kemampuan seseorang dalam mengatasi tantangan dan mencapai tujuannya (Suryana, 2014). Penulis berkeinginan untuk mengembangkan kemampuan berpikir inovatif dalam menciptakan ide bisnis yang memiliki nilai tambah bagi masyarakat sekitar.

Selama bertahun-tahun, konser musik adalah hiburan yang sangat digemari masyarakat karena memberikan rasa keintiman antara sesama penonton, musik, dan artis. Merebaknya COVID-19 mengakibatkan penerapan *social distancing* di tahun 2020, sehingga banyak acara musik harus dibatalkan, dijadwal ulang, atau diadakan secara virtual. Setelah pandemi mereda, menonton konser secara *live* menjadi tren *healing* di pertengahan tahun 2022 (Yuniar, 2023). Gaery Undarsa, selaku *co-founder* dan CMO Tiket.com, mengutip bahwa tingginya penjualan tiket konser pada bulan Desember 2022 menunjukkan hasrat kuat konsumen untuk menonton konser. Dalam penelitian Populix yang berjudul *Beyond Borders: A Study of Indonesian Concert-Goers' Behavior* (2023), 57% responden berencana untuk menghadiri 1 sampai 3 konser di tahun mendatang. Faktanya, Statista (2023) juga mencatat bahwa industri acara musik Indonesia diproyeksikan akan mendatangkan US\$101,3 juta bagi perekonomian negara di tahun 2024.

Budaya konser dipicu saat keinginan alamiah manusia untuk berkelompok terhambat selama pandemi. Fitzgugh menyatakan bahwa berada dengan orang yang menyukai hal yang sama dapat meningkatkan kegembiraan dan kenikmatan saat

konser (Dong, 2023). Diawali dengan *war* tiket bersama, janji berangkat, hingga momen bernyanyi serentak. Fenomena psikologis yang dikenal dengan “*group behavior*” dan keinginan untuk berinteraksi sosial menjadi dorongan di balik kuatnya komunitas dan suasana konser (Hamilton dalam Dong, 2023).

Survei yang dilakukan oleh Jakpat berjudul *Music Concert Trends 2023* pada bulan Juni menemukan bahwa 32% dari 2669 responden mempertimbangkan faktor pendamping dalam memilih konser musik yang ingin dihadiri di Indonesia. Namun, berdasarkan observasi yang dilakukan pada pengguna X dan TikTok di Indonesia, penulis menemukan banyak keluhan yang menyoroti persoalan dalam mencari teman konser yang sesuai. Hal ini disebabkan oleh perbedaan pada minat acara musik yang ingin dihadiri. Akibatnya, Andi M. Shabrani selaku *founder* Join Dong (2022) menemukan bahwa banyak penikmat konser terpaksa untuk membatalkan rencana karena merasa keberatan untuk menonton sendiri. Terlebih itu, Resmadi (2020) menegaskan pentingnya ruang inklusif untuk memelihara komunitas musik agar mewujudkan regenerasi yang lebih efektif.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis melihat permasalahan ini sebagai peluang usaha untuk mengajukan perancangan Festipals, yaitu sebuah aplikasi jejaring sosial yang menyediakan informasi digital seputar pertunjukkan musik, menghubungkan sesama penikmat musik, dan membuat kenangan konser bersama yang mengesankan. Ide bisnis ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas nonton konser masyarakat, dan mendorong pertumbuhan industri hiburan di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang diangkat penulis adalah bagaimana perancangan strategi bisnis dan identitas visual dalam aplikasi “Festipals”?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menentukan batasan masalah untuk MBKM Cluster Kewirausahaan yang terdiri dari strategi bisnis dan desain, jenis acara musik di Indonesia, serta target sasaran pasar.

1.3.1 Strategi Bisnis dan Desain

Laporan ini membahas strategi bisnis, prototipe aplikasi, dan media pendukung untuk kebutuhan pemasaran. Sebagai awalan pengembangan ide bisnis, proyek menelaah perancangan identitas merek untuk perusahaan *start-up* dan aplikasi. Setelah itu, laporan juga akan mengulas *user interface* dan *user experience*, *user flow*, serta fitur di dalam desain aplikasi.

1.3.2 Acara Musik di Indonesia

Pertunjukan musik dikategorikan sebagai salah satu jenis *live event* yang telah diselenggarakan di Indonesia selama ini. Sebagai upaya menjaga relevansi dan keberlanjutan, perancangan aplikasi memiliki potensi untuk berekspansi ke beragam jenis *live event* lain. Namun, laporan ini akan fokus pada acara musik yang dikategorikan sebagai berikut:

1. Festival musik
2. Konser solo atau *band*
3. Gigs (*live music*)
4. *Fanmeeting*
5. Pentas Seni (PENSI)
6. Orkes

1.3.3 Sasaran Pasar

Target pasar yang akan diangkat dalam laporan Perancangan Strategi Bisnis dan Identitas Visual dalam Aplikasi “Festipals” adalah:

1. Geografis
 - a. Wilayah
 - i) Primer : Jabodetabek
 - ii) Sekunder : Pulau Jawa dan Bali
 - b. Kepadatan : Perkotaan besar
2. Demografis
 - a. Usia
 - i) Primer : 17-27 tahun; Gen Z

ii) Sekunder : 28-34 tahun; Milenial
(Berdasarkan survei Populix (2024), hampir 80% Gen Z dan Milenial tertarik dan berencana untuk menghadiri konser musik *live*.)

b. Jenis Kelamin

i) Primer : Perempuan

(Berdasarkan *Indonesian Millennial and Gen Z Report 2024*, 63% perempuan Gen Z dan 58% perempuan milenial lebih sering menonton konser musik dibanding laki-laki.)

ii) Sekunder : Laki-laki

c. Pekerjaan : Karyawan, wirausaha, pelajar

d. S.E.S : B

(Berdasarkan *IDN Research Institute (2024)*, 42% milenial pada kelas menengah di Indonesia sering menghadiri *live event*.)

3. Psikografis

a. Sikap : ramah, kreatif, eksploratif, impulsif, konsumtif, ekspresif
(Menurut LPM Institut (2023), perilaku konsumtif dalam menonton konser timbul oleh keinginan pamer, validasi, dan tekanan.)

b. Kebiasaan

i) Aktif di media sosial, suka *chatting*.

ii) Suka memperlihatkan kehidupan di media sosial atau mata publik.

iii) Mengikuti tren musik, konser, dan idola.

iv) Mendengarkan musik di Spotify dan Youtube.

(Menurut *IDN Media (2024)*, Generasi Z dan Milenial paling sering mengakses aplikasi Spotify dan Youtube untuk mendengarkan musik.)

v) Suka mengumpulkan *merchandise*.

c. Motivasi

i) Mencari pengalaman baru dan berbeda.

ii) Mencari orang yang memiliki ketertarikan serupa.

iii) Mencari koneksi emosional melalui musik.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maksud dan tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan adalah merancang strategi bisnis serta aplikasi Festipals untuk memudahkan penikmat konser dalam mencari teman yang sesuai.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan di atas, perancangan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak lain sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Perancangan ini meningkatkan kompetensi penulis dari segi bisnis dan desain, melatih kemampuan berpikir inovatif dan kritis, serta menjadi pembelajaran untuk menyusun laporan yang sistematis di masa depan. Penulis juga memperoleh pengetahuan dan pengalaman yang lebih luas terkait perencanaan aplikasi dan strategi bisnis.

2. Bagi Orang Lain

Perancangan ini diharapkan dapat mempermudah penikmat konser di Indonesia untuk mencari pendamping dengan selera musik yang sama. Perancangan juga diharapkan dapat meningkatkan pengalaman konser di Indonesia, memudahkan konektivitas, mendorong rekognisi musisi lokal dan internasional, melestarikan budaya dan seni musik, serta memajukan perekonomian negara dari segi hiburan.

3. Bagi Universitas

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi suatu referensi dan sumber pembelajaran bagi mahasiswa lain yang ingin membuat sebuah aplikasi atau menjadikan fenomena konser pada perancangan ini sebagai topik

pembahasan baru. Laporan ini juga menjadi arsip data bagi universitas sebagai bukti penerapan teori-teori yang telah dipelajari penulis selama masa perkuliahan.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Cluster MBKM Kewirausahaan berjalan selama 20 minggu dalam 5 bulan, diawali sejak Februari 2024 hingga Juni 2024 dengan bobot 20 SKS, atau setara dengan 847 jam kerja. Berikut ini penjabaran waktu dan prosedur perancangan laporan:

Tabel 1.1 Tabel Prosedur MBKM Kewirausahaan

Waktu	Alur	Keterangan
13 November 2023	Sosialisasi dan <i>Briefing</i> Program MBKM Cluster	Dilakukan oleh Skystar Ventures, Program Studi
13 – 29 November 2023	Pengisian <i>OneDrive Form</i> Registrasi Cluster MBKM	Pengolahan data oleh Skystar Ventures dan Program Studi
6 Desember 2023	Pengumuman Seleksi Proposal MBKM	Gabung dalam grup LINE Kewirausahaan
2 Januari 2024	Registrasi <i>website</i> Merdeka	Penunjukkan dosen pembimbing, mendapatkan surat pengantar MBKM dan Kartu Identitas Peserta
22 Januari 2024	<i>Briefing</i> Persiapan Pelaksanaan Cluster MBKM	Dilakukan oleh tim koordinator MBKM, Prodi DKV
1 Februari 2024	KICK-OFF Program MBKM Kewirausahaan	Dilakukan oleh tim Skystar Ventures

29 Januari – 15 Maret 2024	Pembelajaran asinkron, pembuatan laporan, 4 kali bimbingan	Pengisian <i>daily task</i> , <i>output</i> berupa laporan Bab 1-3 dan <i>pitch deck</i>
18 Maret – 26 Maret 2024	Evaluasi 1 Cluster MBKM	<i>Pitching</i> ide bisnis ke mentor eksternal, dan minimal 200 jam kerja untuk <i>Supervisor daily task</i>
18 Maret – 26 Maret 2024	Periode UTS (Ujian Tengah Semester)	Pengumpulan laporan Bab 1-3 di <i>website</i> Merdeka
27 Maret – 3 Juni 2024	Pembelajaran asinkron, pembuatan laporan, 4 kali bimbingan	Pengisian <i>daily task</i> , <i>output</i> berupa laporan dan <i>pitch deck</i> akhir
22 – 31 Mei 2024	Periode UAS (Ujian Akhir Semester)	Pengumpulan laporan di <i>website</i> Merdeka
27 – 31 Mei 2024	Evaluasi 2 Cluster MBKM	<i>Pitching</i> ide bisnis ke mentor eksternal, dan minimal 640 jam kerja untuk <i>Supervisor daily task</i>
7 Juni 2024	<i>Deadline</i> registrasi Sidang Evaluasi 2	Batas akhir untuk daftar Sidang Evaluasi 2
12 – 13 Juni 2024	Periode Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Presentasi laporan ke Program Studi
18 – 21 Juni 2024	Revisi final laporan akhir Sidang Cluster MBKM	Pengumpulan laporan Sidang Evaluasi 2 yang sudah direvisi