

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi memfasilitasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka untuk memberikan peluang kepada mahasiswa mengikuti kegiatan di luar kampus dengan tujuan agar mahasiswa mendapatkan pengalaman berkuliah sambil bisa menerapkan wawasan yang telah di dapat untuk menghadapi masalah di dunia nyata (Kampus Merdeka, 2022). Universitas Multimedia Nusantara menyediakan beberapa cluster yang dapat diambil oleh mahasiswa. Cluster Proyek Desa merupakan program yang berfokus membantu mengembangkan bisnis UMKM. UMKM adalah sebuah sektor usaha yang memiliki peran penting dalam mengembangkan perekonomian Indonesia, dimana mayoritas pelakunya beroperasi di sektor informal seperti pemilik warung, pedagang kaki lima, dan usaha rumahan (Hartono & Hartomo, 2016).

Penulis beserta kelompok fokus melaksanakan program MBKM Cluster Proyek Desa di Kelurahan Medang, Kota Tangerang Selatan. Dalam membantu para pelaku UMKM mengembangkan serta mempromosikan bisnisnya, terdapat komunitas Kelompok Sadar Wisata Medang atau yang biasa disebut sebagai Pokdarwis. Pokdarwis Medang membantu berbagai UMKM di Kelurahan Medang untuk melestarikan potensi bisnis tiap-tiap pelaku UMKM, salah satunya adalah Tahnia Dimsum. Tahnia Dimsum merupakan UMKM yang bergerak di bidang *Food and Beverage*, pelaku fokus menjual dimsum mentai dan susu kacang. Walaupun produk yang dijual oleh Tahnia Dimsum diraup dengan harga yang sangat murah dan terjangkau, namun ketika penulis melakukan riset media Instagram, kami menemukan bahwa promosi yang dilakukan masih sangat minim, seperti kurang menariknya foto produk yang diunggah, kurang jelasnya informasi mengenai lokasi, hingga akun Instagram yang jarang aktif. Padahal menurut Landa (2021) presensi digital dan pengelolaan social media dari segi visual dan pesan yang

relevan dapat menarik audiens yang tepat. Walaupun Tahnia Dimsum juga aktif mengambil order dari WhatsApp, namun jika strategi promosi dapat dikembangkan pemanfaatan desain visual di sosial media, maka hal ini akan berdampak lebih baik pada penjualan Tahnia Dimsum.

Sebuah promosi dilakukan dengan tujuan agar suatu usaha dapat menyediakan informasi yang diperlukan kepada audiens, menonjolkan *Unique Selling Point* mereka, menambah penjualan produk, dan lain sebagainya (Aryani & Murtiariyati, 2022). Seiring perkembangan era digital, Instagram dapat berperan secara signifikan dalam membantu mawadahi media promosi yang efektif dan memudahkan memasarkan produk dengan fitur-fitur yang dimilikinya (Malik et al., 2023). Sehingga, penulis memutuskan untuk membantu mempromosikan produk Tahnia Dimsum melalui pengelolaan sosial media Instagram seperti postingan *feeds* dan *story*.

Dari uraian masalah desain diatas yang dihadapi oleh Tahnia Dimsum, ditemukan urgensi bahwa penting untuk merancang dan mengelola media promosi yang efektif dan inovatif baik dari segi komunikasi maupun visual melalui sosial media Instagram agar Tahnia Dimsum dapat terus bertahan dan bersaing dengan kompetitor yang sudah lebih dikenal citranya di kalangan masyarakat luas. Dengan adanya media promosi yang baik, Tahnia Dimsum dapat memperbarui citra mereka, meningkatkan penjualan, dan membuat *positioning* yang lebih baru dan segar di mata audiens. Penulis menggunakan pilar DKV persuasi sebagai acuan perancangan proyek untuk menarik target audiens membeli produk Tahnia Dimsum. Dengan demikian, penulis akan merancang solusi yang tepat untuk mempromosikan Tahnia Dimsum dengan judul “Perancangan Media Promosi Tahnia Dimsum di Kelurahan Medang”.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Bagaimana merancang media promosi yang efektif untuk Tahnia Dimsum di Kelurahan Medang?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, penulis menentukan batasan masalah dalam merancang media promosi yang efektif untuk Tahnia Dimsum di Kelurahan Medang adalah didasari oleh segementasi sebagai berikut:

1. Demografis
 - a) Usia : 18 – 24 tahun
 - b) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - c) Pekerjaan : Mahasiswa dan karyawan
 - d) Kelas Ekonomi : SES B
2. Geografis
 - a) Kota/Kabupaten : Tangerang Selatan
 - b) Provinsi : Banten
3. Psikografis
 - a) Sikap : Praktis, Modern
 - b) Gaya Hidup : Gemar makanan ringan, aktif menggunakan social media, dan memiliki aktivitas yang cukup padat

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dari dilaksanakannya MBKM Cluster Proyek Desa ini adalah untuk merancang media promosi bagi UMKM Tahnia Dimsum dari segi visual dan komunikasi dengan harapan dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan citra nya di social media, meningkatkan penjualan, serta menarik target audiens yang lebih tepat dan luas. Dengan demikian, penulis berharap hal ini juga dapat mendorong kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya promosi produk yang baik demi meningkatkan potensi desa.

Tujuan dari dilaksanakannya MBKM Cluster Proyek Desa adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan *awareness* pelaku UMKM terhadap pentingnya desain visual promosi produk yang inovatif dan kreatif sehingga bisnis atau usaha dapat tetap bertahan dan bersaing di pasar.
2. Menerapkan ilmu dan wawasan seputar desain komunikasi visual terhadap masalah nyata yang ada di lapangan seperti masalah *branding* dan promosi yang banyak dihadapi oleh pelaku bisnis UMKM.
3. Melatih mahasiswa membangun jalan karir di dunia desain komunikasi visual mulai dari menangani masalah-masalah desain yang ada di sekitar mereka.
4. Meningkatkan potensi pelaku bisnis UMKM di Kelurahan Medang untuk melestarikan berbagai kekayaan yang mereka miliki mulai dari bidang kuliner, seni, kerajinan, dan lain sebagainya.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Manfaat dan dampak positif yang dapat dirasakan melalui pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis.
Mendapatkan pengalaman yang baru dan ilmu yang berguna dalam membangun strategi promosi yang baik secara komunikasi dan visual melalui perancangan media social Tahnia Dimsum. Penulis juga dilatih untuk menangani masalah nyata yang sering terjadi di luar kampus.
2. Bagi Orang Lain.
Pelaku bisnis UMKM yang kami bantu dapat menyadari akan pentingnya memiliki media promosi yang efektif dan menarik dalam memasarkan produk mereka dan bersaing dengan competitor lain, hal ini juga dapat membantu meningkatkan penjualan produk mereka.
3. Bagi Universitas.
Membangun hubungan yang baik antara pihak universitas dan pihak masyarakat di Desa Medang serta Pokdarwis. Selain itu MBKM Cluster Proyek Desa ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lain yang sedang atau ingin membuat proyek yang serupa.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Cluster Proyek Desa yang dijalani oleh mahasiswa selama 1 semester memiliki bobot 20 SKS. Sehingga, selama semester ini berjalan, mahasiswa akan fokus bekerja di luar kampus dan menangani desa dengan waktu sebanyak 640 jam kerja, sekitar 18-20 minggu. Di beberapa minggu tertentu, akan diselingi bimbingan bersama *Advisor* atau Dosen Pembimbing secara online maupun offline di kampus.

Prosedur dan alur pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa dimulai dari Sosialisasi MBKM yang dilakukan pada 1 November 2024. Sosialisasi ini bertujuan untuk menginformasikan tiap-tiap cluster MBKM yang nantinya harus dipilih oleh mahasiswa. Kemudian dari tanggal 4– 29 November akan dilaksanakan bimbingan akademik dan pengisian OneDrive bagi mahasiswa untuk mengisi Cluster MBKM yang akan dipilih. Deadline pengumpulan OneDrive ini akan ditutup pada 2 Desember 2024. Pengumuman penerimaan dan seleksi final disampaikan pada tanggal 16 Desember, kemudian tiap mahasiswa akan di invite ke grup LINE sesuai dengan cluster MBKM masing-masing.

Pada tanggal 22 Januari 2025, dilaksanakan *Kickoff Meeting* melalui Zoom untuk menginformasikan panduan pelaksanaan MBKM, pemetaan jam kerja, dan mekanisme website Kampus Merdeka. Setelah meeting ini, mahasiswa dibagikan berbagai file penting yang diperlukan selama MBKM dilaksanakan. Mahasiswa juga langsung diarahkan untuk melakukan registrasi di Kampus Merdeka serta mulai meng-*approach* pelaku UMKM untuk menentukan waktu dan tempat pertemuan pertama. Pengisian Daily Task mulai dilakukan per tanggal 3 Februari 2025, Dimana mahasiswa perlu mengisi *daily task* untuk *supervisor* dan *advisor*. *Daily task supervisor* perlu diisi sebanyak 640 jam kerja, sedangkan *daily task advisor* perlu diisi sebanyak 207 jam kerja.

Selama 1 semester ini berjalan, mahasiswa akan melakukan evaluasi sebanyak 2 kali dan sidang evaluasi di akhir semester. Evaluasi 1 akan dilakukan di periode UTS, yaitu 24 – 28 Maret, sedangkan evaluasi 2 dilakukan di tanggal 19 – 23 Mei 2025. Kemudian di periode UAS, mahasiswa akan melakukan registrasi

untuk sidang evaluasi 2 yang akan dilakukan pada tanggal 11 – 12 Juni. Terakhir, mahasiswa akan mengumpulkan Laporan Akhir MBKM yang sudah final atau sudah di revisi pada tanggal 24 – 25 Juni ke website Kampus Merdeka.

Berikut adalah waktu dan prosedur pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa yang dijabarkan menggunakan tabel;

Tabel 1.1 Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

No	Kegiatan	2025																							
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Sosialisasi Cluster MBKM																								
2.	Periode Registrasi Cluster MBKM																								
3.	Penerimaan Mahasiswa																								
4.	Kickoff Meeting																								
5.	Bimbingan Tahap 1																								
6.	Evaluasi 1																								
7.	Bimbingan Tahap 2																								
8.	Evaluasi 2																								
9.	Bimbingan Pra-Sidang																								
10.	Registrasi Sidang																								
11.	Sidang Evaluasi 2																								
12.	Pengumpulan Laporan Akhir MBKM Final																								