

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Industri kreatif di Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat di era 2000-an ini. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika, pada tahun 2020 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta, meningkat sebanyak 25,5 juta dari tahun sebelumnya yang berjumlah 171 juta (Damayoga & Sbatio, 2021). Dengan perkembangan digital, pekerjaan berbasis daring seperti *freelancer* pun semakin populer, terutama pada bidang desain dan ilustrasi. Tren ini membuka peluang bagi para desainer untuk menawarkan jasa mereka melalui berbagai platform *online*. Di sisi lain, pemerintah Indonesia juga berupaya mendorong sektor ini melalui kebijakan yang mendukung. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menunjukkan bahwa industri kreatif berkontribusi 7,8% terhadap PDB Indonesia pada 2023, dengan perkiraan meningkat menjadi 9% pada 2025 (Kodrat, 2024). Kemudian, antusiasme dan minat masyarakat terhadap seni juga terlihat dalam acara kesenian besar seperti Comifuro, di mana pada tahun 2022 mencatat lebih dari 35.000 pengunjung dalam dua hari (Elisabeth & Tiwu, 2023).

Meskipun industri seni digital berkembang pesat, *freelancer* desain atau *artist* lokal masih menghadapi tantangan besar dalam menjangkau pasar dan membangun karir yang stabil. Tidak adanya platform khusus yang menghubungkan *artist* lokal dengan klien Indonesia membuat banyak dari mereka harus bergantung pada platform luar negeri atau media sosial yang penuh persaingan. Dalam media sosial, ketidakamanan transaksi sering kali membuat *artist* lokal rentan terhadap penipuan dan pembayaran yang tidak terjamin. Selain itu, mereka sering kali mengalami kesulitan dalam membangun audiens, terutama karena jasa desain cenderung memiliki harga yang tinggi (Fridayanthie et al, 2023). Selain itu, dilihat dari sisi promosi, algoritma media sosial dapat membatasi visibilitas mereka, sehingga sulit untuk menjangkau calon klien (Inamullah et al, 2024).

Salah satu platform khusus komisi yang sukses menjadi brand *top-of-mind* di cakupan internasional adalah VGen. Dari hasil wawancara beberapa pengguna platform VGen, terlihat bahwa kesuksesan VGen sebagai platform komisi seni tidak hanya berasal dari fungsionalitasnya, tetapi juga dari strategi branding dan marketing yang efektif. VGen membangun identitas yang kuat sebagai platform komisi yang dibuat manusia (bukan AI atau *generative art*). Dengan klaim ini, mereka berhasil membangun kepercayaan di komunitas seniman dan klien yang ingin mendukung artis asli. Di sisi lain, VGen juga aktif membangun komunitas dengan mengadakan *event*, menyoroti karya desainer, dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Twitter untuk promosi. VGen pun menjadi alternatif freelancer Indonesia karena belum adanya platform lokal yang mendukung. Selain VGen, mereka juga mengandalkan Instagram dan Twitter untuk melakukan transaksi, namun dalam kedua media sosial tersebut kerap terjadi spam chat yang mengarah pada tindakan *scam*.

Permasalahan ini berdampak signifikan terhadap perkembangan ekosistem seni digital di Indonesia. Minimnya keamanan dalam transaksi dapat menyebabkan menurunnya kepercayaan antara klien dan *artist*, sementara terbatasnya akses terhadap audiens membuat para *artist* lokal kesulitan mendapatkan penghasilan. Tak hanya itu saja, platform komisi Indonesia sulit bersaing dengan platform luar negeri karena kurang dalam membangun identitas sebagai *e-commerce* seni yang terpercaya, serta masih adanya perspektif bahwa kebutuhan seni di Indonesia masih dianggap sebagai kebutuhan tersier dibandingkan di pasar internasional. Jika dibiarkan, hal ini tidak hanya menghambat pertumbuhan individu para kreator tetapi juga dapat mengurangi potensi industri ekonomi kreatif nasional.

Untuk mengatasi masalah ini, dibutuhkan solusi digital yang dapat menjembatani *artist* lokal dengan klien dengan branding dan *marketing strategy* yang kredibel. Maka dari itu, Inkora hadir sebagai platform e-commerce berbasis *website* yang dirancang sebagai platform yang aman, terpercaya, dan eksklusif untuk seniman manusia, untuk menghindari kontroversi seni *AI-generated*. Inkora

akan mendukung *artist* Indonesia melalui konten yang menyoroti karya mereka, serta berkolaborasi dengan *art market* lokal dalam mengadakan acara seni, untuk meningkatkan *engagement* dan membangun loyalitas pengguna dalam komunitas seni Indonesia.

Proyek Inkora sendiri merupakan kolaborasi bersama tiga mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) lainnya. Permasalahan ini menjadi dorongan untuk menghadirkan solusi yang dapat memberdayakan para seniman lokal. Dengan minat yang besar dalam bidang ilustrasi, desain grafis, serta pengalaman membuat branding bisnis sendiri, penulis ingin memastikan identitas visual Inkora dirancang dengan kuat dan mencerminkan kepercayaan. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam pembuatan materi promosi, seperti konten media sosial dan promosi dengan media fisik untuk menarik lebih banyak pengguna. Lebih dari sekadar proyek akademik, Inkora menjadi sebuah langkah awal dalam membangun usaha di bidang kreatif dan *e-commerce* bagi penulis. Platform ini diharapkan tidak hanya menjadi penghubung antara klien dan *artist* lokal, tetapi juga berkembang menjadi bisnis yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi para kreator digital di Indonesia.

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

Bagaimana Perancangan Identitas Visual Dan Konten Promosi Untuk *Website* Inkora?

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

Batasan masalah perancangan MBKM Cluster Kewirausahaan dibatasi sebagai berikut:

### **1.3.1. Geografis**

Batasan geografis masalah meliputi seluruh bagian negara Indonesia. Pemilihan area ini dikarenakan target dapat mengakses dan menggunakan *website* Inkora kapan saja di mana saja melalui jaringan online.

### **1.3.2. Demografis**

Perancangan MBKM Cluster Kewirausahaan ini ditujukan untuk remaja hingga orang dewasa dengan rentang usia 18-25 tahun, mencakup laki-laki dan perempuan yang memiliki tingkat pendidikan minimal S1. Secara profesi, mereka bekerja sebagai freelance designer. Dari segi status sosial ekonomi, target audiens berada dalam kategori SES B.

### **1.3.3. Psikografis**

Target audiens difokuskan pada orang-orang yang memiliki minat yang tinggi terhadap desain dan ilustrasi, serta senang menciptakan karya dengan kreativitas yang terus berkembang. Mereka tertarik untuk mempelajari hal-hal baru, baik dalam bidang desain maupun di luar itu. Selain itu, mereka mengonsumsi desain dan ilustrasi sebagai bagian dari hobi atau kepuasan pribadi. Ketertarikan mereka juga meluas ke dunia *entertainment*, seperti game, anime, dan film, yang sering menjadi inspirasi dalam karya-karya mereka.

### **1.3.4. Behavior**

Target audiens memiliki tingkat penggunaan yang cenderung sedang dengan loyalitas premium, di mana mereka merasa puas dan bangga saat menemukan serta menggunakan produk atau jasa tertentu. Mereka juga memiliki kecenderungan untuk melakukan pemesanan ulang serta merekomendasikan produk tersebut kepada teman, keluarga, atau orang lain di sekitarnya.

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

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan dari MBKM Cluster Kewirausahaan ini adalah Perancangan Identitas Visual Dan Konten Promosi Untuk *Website* Inkora.

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

Manfaat perancangan MBKM Cluster Kewirausahaan ini dibagi menjadi tiga, yakni:

### 1. Bagi Penulis

Projek MBKM ini dapat membantu penulis dalam mengembangkan keterampilan desain visual dan meningkatkan kemampuan kolaborasi dan manajemen projek.

### 2. Bagi Orang Lain

Perancangan MBKM ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi orang lain untuk menciptakan identitas visual brand dan konten promosi dengan topik yang serupa.

### 3. Bagi Universitas

Hasil projek MBKM ini dapat meningkatkan reputasi universitas dengan adanya peran universitas dalam mendukung inovasi digital mahasiswa.

## 1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Selama satu semester, penulis dan tim menjalankan MBKM Cluster Kewirausahaan yang memiliki bobot sebesar 20 SKS, dan dengan syarat kelulusan wajib memenuhi 800 jam kerja atau 20-21 minggu. Projek MBKM Cluster Kewirausahaan ini dimulai dari 3 Februari 2025. Berikut adalah rincian waktu dan prosedur yang dijalani:

Tabel 1.1 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Kewirausahaan

| Tanggal                           | Alur                            | Keterangan                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 November 2024                   | Sosialisasi Cluster MBKM        | Melakukan sosialisasi cluster MBKM secara <i>onsite</i> atau luring                                                                             |
| 1 November 2024 - 21 Januari 2025 | Periode Registrasi Cluster MBKM | Melakukan registrasi melalui <i>website</i> Merdeka, mengajukan LoA ( <i>Letter of Acceptance</i> ), dan pengolahan data dilakukan oleh Skystar |

|                            |                                                               |                                                                                                     |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            |                                                               | Ventures dan Program Studi                                                                          |
| 3 Februari - 28 Maret 2025 | Bimbingan - Tahap 1 Cluster MBKM                              | Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task, membuat laporan MBKM, serta, mengisi Counselling Meeting |
| 24 - 28 Maret 2025         | Evaluasi 1 Cluster MBKM                                       | Periode penilaian evaluasi 1 Cluster MBKM yang dilakukan secara individu                            |
| 7 April - 23 Mei 2025      | Bimbingan – Tahap 2 Cluster MBKM                              | Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task, membuat laporan MBKM, serta, mengisi Counselling Meeting |
| 13 - 16 Mei 2025           | Bimbingan PRA-Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM                  | Melakukan pengecekan konten laporan sidang evaluasi 2 cluster MBKM oleh dosen pembimbing internal   |
| 19 - 23 Mei 2025           | Evaluasi 2 Cluster MBKM                                       | Periode penilaian evaluasi 2 Cluster MBKM yang dilakukan secara individu                            |
| 3 - 6 Juni 2024            | Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM | Pengecekan kelengkapan konten laporan dan dokumen oleh dosen pembimbing internal                    |

|                   |                                                                                                           |                                                                                                       |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 Juni 2025       | Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM                                                        | Batas akhir registrasi sidang evaluasi 2 Cluster MBKM, jam 17.00                                      |
| 11 - 12 Juni 2025 | Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM                                                                            | Melakukan sidang hasil cluster MBKM secara <i>onsite</i> atau luring                                  |
| 24 - 25 Juni 2025 | Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster MBKM s/d Submit Kedalam <i>Website</i> Merdeka | Mengumpulkan revisi laporan sidang evaluasi 2 yang telah mendapatkan TTD pengesahan dari Dewan Sidang |

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA