

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Kata "literasi" dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *littera*, yang berarti "huruf." Secara umum, literasi mengacu pada kemampuan memahami sistem tulisan serta aturan-aturan yang menyertainya. Elizabeth Sulzby menjelaskan bahwa literasi tidak hanya mencakup kemampuan membaca, tetapi juga menyimak, berbicara, dan menulis. Hal ini menunjukkan bahwa literasi memiliki peran penting dalam pengembangan individu, terutama dalam memperoleh ilmu pengetahuan melalui membaca. Selain itu, literasi juga berkontribusi pada pengembangan keterampilan lain yang mendukung pemanfaatan informasi secara efektif dari Manik B. (2023).

Menurut Perpustakaan Nasional Republik Indonesia (2024) Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (IPLM) nasional tahun 2024 mencapai 73,52, meningkat dari 69,42 pada tahun sebelumnya, sementara Tingkat Gemar Membaca (TGM) nasional naik menjadi 72,44 dari 66,7. Di Indonesia, rendahnya tingkat literasi sering kali dikaitkan dengan kurangnya minat membaca. Namun, permasalahan utama bukan hanya pada minat, melainkan juga keterbatasan akses terhadap buku dan sumber bacaan berkualitas. Namun, permasalahan utama sebenarnya bukan terletak pada rendahnya minat, melainkan sulitnya akses terhadap buku dan bahan bacaan yang berkualitas. Menurut Agus Munawar, pengelola 'Sudut Baca Soreang', rendahnya minat baca masyarakat lebih disebabkan oleh keterbatasan jumlah toko buku dan minimnya perpustakaan di berbagai wilayah, sehingga masyarakat kesulitan mendapatkan bacaan yang mereka butuhkan, berdasarkan dari diskusi "Buku di Hati Masyarakat" (2024).

Selain akses yang sulit, faktor lain yang menyebabkan rendahnya tingkat literasi adalah ketidaksesuaian antara buku yang tersedia dengan kebutuhan masyarakat. Banyak buku yang beredar tidak mencerminkan kebutuhan informasi

pembaca, sehingga masyarakat kesulitan menemukan buku yang relevan dengan kehidupan mereka. Tidak hanya itu, strategi promosi buku yang dianggap terlalu serius dan kurang menarik juga menjadi hambatan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap bahan bacaan berdasarkan Agus Munawar (2024). Buku fiksi merupakan salah satu jenis bacaan yang berperan dalam meningkatkan ketertarikan pembaca terhadap aktivitas membaca. Buku fiksi adalah karya yang menyuguhkan kisah atau peristiwa kehidupan yang dibentuk melalui imajinasi pengarang. Jenis buku ini memberikan pengalaman emosional dan imajinatif yang khas, serta mendorong pembaca untuk memahami dunia dari sudut pandang yang berbeda berdasarkan Aprilia, Setyawati, dan Suyoto (2024).

Untuk meningkatkan akses terhadap buku berkualitas serta minat baca di kalangan mahasiswa dan orang dewasa muda, diperlukan sebuah aplikasi yang mengutamakan pengalaman visual dan interaktivitas sesuai dengan karakteristik generasi Z. Dengan desain UI/UX yang menarik, mode baca yang disesuaikan, serta elemen gamifikasi, membaca dapat menjadi pengalaman yang lebih engaging. Gamifikasi dalam pembelajaran muncul sebagai respons terhadap kurangnya keterlibatan peserta didik dalam metode tradisional. Dengan dukungan teknologi dan pemahaman motivasi, penggunaan elemen permainan kini semakin mendapat perhatian karena dapat meningkatkan minat dan efektivitas belajar (Almeida *et al*, 2023). Gamifikasi dalam pembelajaran mengadaptasi elemen-elemen permainan seperti poin, *level*, tantangan, hadiah, papan peringkat (*leaderboard*), dan *avatar*. Selain itu, penggunaan alur cerita atau format *visual novel* juga menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan emosional dan imajinatif peserta didik berdasarkan Sari dan Alfyan (2023). Strategi pemasaran yang efektif dapat dilakukan melalui konten visual di media sosial, kolaborasi dengan kreator atau penerbit baru, serta *branding* yang relevan. Dan hal tersebut mencantumkan gamifikasi seperti dalam fitur story dalam aplikasi Book Wrm dengan karakter-karakter dan cerita yang terkoneksi dengan *copywriting* yang *witty*, yang digunakan oleh maskot Book Wrm yaitu Wahyu, si ulat hijau.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana perancangan media *marketing* dalam bisnis aplikasi Book Wrm?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Agar pembahasan tetap fokus dan tidak melebar, penelitian ini membatasi ruang lingkup perancangan strategi pemasaran aplikasi Book Wrm dalam aspek target pasar, demografi, dan perilaku pengguna. Penelitian ini akan berfokus pada strategi pemasaran digital serta pengelolaan media sosial yang sesuai dengan karakteristik target audiens utama. Target audiens dari aplikasi Book Wrm adalah mahasiswa berusia 18–23 tahun yang tinggal di wilayah perkotaan Jabodetabek, dengan mayoritas perempuan dan laki-laki sebagai audiens sekunder. Mereka termasuk dalam kategori sosial ekonomi B, dengan pendapatan berkisar antara Rp0–Rp2.000.000 per bulan. Audiens ini terbiasa menggunakan bahasa Indonesia dan Inggris dalam kehidupan sehari-hari, serta memiliki gaya hidup digital native yang konsumtif namun selektif. Mereka mengutamakan kepraktisan, cepat bosan, memiliki rasa FOMO (*Fear of Missing Out*), dan sangat terikat dengan perangkat digital. Sebagai individu yang cenderung individualis, mereka mencari pengalaman membaca yang fleksibel, mudah diakses, dan sesuai dengan ritme hidup modern.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Laporan ini menjelaskan visi dan misi dalam membangun bisnis yang diajukan dalam program MBKM Cluster Kewirausahaan. Fokus utama bisnis ini adalah menciptakan solusi inovatif untuk meningkatkan akses buku bagi generasi muda melalui model bisnis yang efektif. Bisnis yang dirancang bertujuan untuk menyediakan layanan B2B dengan perpustakaan di wilayah Jabodetabek, kemudian menyalurkannya kepada pelanggan utama, yaitu Gen Z. Dengan konsep yang lebih mudah diakses, praktis, dan terjangkau, diharapkan minat baca di kalangan anak

muda dapat meningkat dengan menjadikan aktivitas membaca lebih menyenangkan dan mudah diakses. Adapun tujuan utama dari bisnis Book Wrm adalah:

1. Menjawab tantangan rendahnya akses buku berkualitas dengan memberikan solusi yang menghubungkan ketersediaan membaca dan pembaca muda secara lebih efisien.
2. Meningkatkan minat baca Gen Z dengan menghadirkan layanan yang sesuai dengan gaya hidup digital mereka.
3. Oleh karena itu tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan ini adalah perancangan media marketing dalam bisnis aplikasi Book Wrm.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran aplikasi Book Wrm sebagai bagian dari program MBKM Cluster Kewirausahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam berbagai aspek:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk Book Wrm. Selain itu, proses penulisan laporan ini juga membantu mengembangkan keterampilan analisis bisnis, *copywriting*, dan manajemen digital marketing, yang dapat diterapkan dalam membangun bisnis pribadi di masa depan.

2. Bagi Orang Lain

Laporan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan pelaku bisnis yang ingin memahami strategi pemasaran digital dalam membangun startup berbasis aplikasi. Dengan adanya panduan yang komprehensif mengenai pengelolaan media sosial, dan strategi pemasaran berbasis data, penelitian ini dapat membantu mereka dalam mengembangkan bisnis serupa.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkuat budaya kewirausahaan di lingkungan akademik dan mendukung visi Universitas Multimedia

Nusantara (UMN) dalam bidang bisnis dan teknologi. Melalui kajian ini, UMN dapat semakin dikenal sebagai institusi yang mendorong inovasi bisnis digital dan pengembangan startup berbasis ICT.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Kewirausahaan

Program MBKM Wirausaha berlangsung selama enam bulan, setara dengan satu semester, dengan beban 18 SKS dan total 640 jam kerja. Kegiatan dimulai pada Januari dengan tahap sosialisasi. Pada Februari, fokus utama adalah pencarian ide bisnis, validasi konsep, serta pengumpulan data untuk layanan peminjaman buku dengan sistem antar ke rumah. Proses validasi dilakukan melalui survei langsung ke perpustakaan daerah dan nasional hingga akhir bulan. Memasuki Maret, ide bisnis yang sudah divalidasi mulai dieksekusi, mencakup branding, strategi *marketing*, dan pengembangan prototipe aplikasi. Pada bulan ini juga dilakukan riset mendalam melalui FGD, wawancara, dan kuesioner untuk memahami kebutuhan target audiens. Sementara itu, laporan bab 1 disusun sejak Februari, sedangkan bab 2 dan 3 dikerjakan sepanjang Maret hingga sebelum Ujian Tengah Semester, yang diakhiri dengan sesi pitching di hadapan juri eksternal.

Setelah tahap *pitching* dan evaluasi, pengembangan prototipe serta produksi konten *marketing* akan dilakukan dengan pendampingan. Laporan bab 4 dan 5 juga mulai disusun. Sebelum tahap akhir, akan diadakan pameran bisnis pada Mei. Program ini ditutup dengan Ujian Akhir Semester pada Juni, yang mencakup pitching kedua di hadapan juri eksternal serta sidang akhir MBKM. Berikut merupakan penjabaran berupa table dalam pelaksanaannya:

Tabel 1.1 Tabel Timeline Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

No.	Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Memperjelas ide bisnis						
2.	Pivot dan validasi ide bisnis						
3.	Membuat latar belakang bisnis dan Bab 1						

4	Mengumpulkan data di lapangan						
5	Mengerjakan bab 2						
6	Mengerjakan bab 3						
7	Membuat prototype						
8	Evaluasi 1						
9	<i>Marketing</i>						
9	Mengerjakan bab 4						
10	Mengerjakan Bab 5						
11	Testing produk						
12	Evaluasi 2						

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA