

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang *Entrepreneurship and Innovation Program*

Entrepreneurship and Innovation Program merupakan salah satu program yang dapat diambil oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sedang melaksanakan Pro-step (*Professional Skill Enhancement Program*) sebagai salah satu syarat kelulusan. *Entrepreneurship and Innovation Program* merupakan program yang bertujuan untuk Tujuan utama penulis mengambil program ini adalah untuk belajar mengenai cara menjalankan sebuah bisnis, terutama dalam bidang kreatif yang merupakan minat utama kelompok penulis.

Kekayaan Intelektual (IP) merupakan kekayaan yang tidak memiliki wujud konkret, kekayaan ini terbentuk dari kreativitas pikir manusia yang menghasilkan suatu karya berupa seni, sastra, ilmu pengetahuan, serta teknologi yang mempunyai nilai ekonomi di dalamnya (Tan, 2025). Seiring berkembangnya teknologi, IP di Indonesia juga semakin maju. Menurut Razilu (2025) bahwa pada tahun 2024, terdapat kenaikan dalam permohonan kekayaan intelektual di Indonesia sebesar 1,738,573. Data tersebut membuktikan bahwa Indonesia memiliki peluang besar dalam perkembangan dunia IP di Industri kreatif. Dukungan juga diberikan dari pemerintah dan organisasi Indonesia dengan menyelenggarakan pameran dan kompetisi IP tahunan seperti IPxpose dan IP Expo.

Namun, dengan tingginya penciptaan IP sekarang, masih minim IP yang merepresentasikan budaya lokal Indonesia. Kurangnya minat generasi muda untuk mengetahui budaya lokal juga dapat diakibatkan oleh sedikitnya media yang dapat memaparkan budaya lokal, serta mengikuti tren dan minat generasi sekarang (unairnews, 2024). Zahrani et al. (2025) menyatakan bahwa pelestarian budaya di Indonesia masih kurang akibat globalisasi. Namun, media digital dapat menjadi suatu jembatan bagi generasi muda untuk mengenali dan mempelajari budaya lokal yang telah pudar di Indonesia.

Dengan tingginya peminat IP serta masalah yang telah dijabarkan maka penulis serta anggota tim membuat sebuah tim bisnis yaitu Jivva Group. Tujuan dari Jivva Group adalah untuk memproduksi sebuah IP digital orisinal, IP pertama Jivva Group yaitu berjudul Prayers of Jiva. Prayers of Jiva merupakan IP orisinal dengan penceritaan video musik animasi yang akan di unggah dalam sosial media berupa Instagram, dan Youtube sebagai media utama pengenalan IP. Prayers of Jiva mengambil latar di Indonesia dengan nuansa budaya Betawi yang disisipkan sentuhan modern. Cerita dibalik Prayers of Jiva terinspirasi dari masalah sosial yang sering kali terjadi di Indonesia sehingga dapat membawa cerita dengan kesan *relateable* bagi *target market*.

Dalam ekosistem bisnis IP digital, *merchandise* dapat menjadi bagian penting dalam sebuah IP. *Merchandise* adalah sebuah barang atau komoditas yang dibuat untuk dijual atau mempromosikan sebuah bisnis (Dictionary Cambridge, 2026). Menurut Goodwin (2018) *Merchandise* tidak hanya untuk sebuah monetisasi, namun kehadiran *merchandise* fisik dapat menambah makna dan ketertarikan *target market* terhadap Prayers of Jiva. *Merchandise* juga dapat menjadi sebuah ekspresi diri karena memiliki koneksi personal terhadap IP maupun karakter dalam IP tersebut. Maka dari itu, penulis akan membuat perancangan *merchandise* Prayers of Jiva agar dapat membantu monetisasi, promosi, serta *value* terhadap IP.

1.2 Rumusan Masalah *Entrepreneurship and Innovation Program*,

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, masalah yang ditemukan oleh penulis yaitu:

1. Kurangnya ketertarikan anak muda terhadap budaya Indonesia terutama pada budaya betawi.
2. Dibutuhkan media dari Prayers of Jiva yang dapat meningkatkan ikatan emosional audiens terhadap IP.
3. Dibutuhkan alat untuk meningkatkan ketertarikan audiens terhadap Prayers of Jiva.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, penulis menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana perancangan *merchandise* dari IP Prayers of Jiva?

1.3 Batasan Masalah *Entrepreneurship and Innovation Program*,

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, terdapat batasan masalah untuk mempermudah penulis agar perancangan dapat berjalan sesuai tujuan utama sebagai berikut:

A. Target Primer

1. Demografis

- a. Usia: 18-20 Tahun
- b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
- c. SES: B-A1
- d. Tingkat Pendidikan: S1

2. Geografis

Bisnis akan ditetapkan secara digital, namun studio bisnis akan berada di Indonesia, dengan wilayah yang diutamakan yaitu Jabodetabek. Hal ini karena area sekitar Jabodetabek terdapat banyak studio IP serta pameran IP yang dapat dijadikan sebuah peluang bisnis untuk mengenalkan IP kepada publik.

3. Psikografis

Dari target pasar yang dipilih, terdapat sikap, gaya hidup, serta *behavioral* yang ditunjukkan oleh tim, yaitu sebagai berikut:

- a. Ingin memiliki sebuah tempat untuk berbaur dan bersosialisasi bersama teman.
- b. Merasa bahwa dirinya harus bersosialisasi untuk dapat berbaur.
- c. Memiliki kepribadian introvert, *self-aware*, dan *insecure* dalam tidak memiliki sebuah grup pertemanan yang cocok.
- d. Sering bermain *game* dan aktif secara digital dan *online*.

B. Target Sekunder

1. Demografis

- a. Usia: 15-18 Tahun
- b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
- c. SES: B-A1
- d. Tingkat Pendidikan: SMA/SMK

2. Geografis

Karena studio bisnis akan berada di Indonesia, dengan wilayah yang diutamakan yaitu Jabodetabek. Hal ini karena area sekitar Jabodetabek terdapat banyak studio IP serta pameran IP yang dapat dijadikan sebuah peluang bisnis untuk mengenalkan IP kepada publik.

3. Psikografis

Dari target pasar yang dipilih, terdapat sikap, gaya hidup, serta *behavioral* yang ditunjukkan oleh tim, yaitu sebagai berikut:

- a. Memiliki kepribadian introvert dan sering menutup diri.
- b. Memiliki gaya hidup yang suka kegiatan rekreasi atau aktivitas berintensitas tinggi
- c. Juga memiliki ketertarikan *pop internet culture* dengan hobi bervariasi.

1.4 Maksud dan Tujuan Melaksanakan *Entrepreneurship and Innovation Program*

Maksud dan tujuan penulis yaitu untuk merancang sebuah *merchandise* untuk bisnis serta merancang strategi keuangan untuk bisnis agar dapat berjalan dengan lancar. Hasil perancangan yang akan diberikan yaitu produk *merchandise* untuk Prayers of Jiva untuk menjalin ikatan emosional antar IP dengan target.

1.5 Manfaat Melaksanakan *Entrepreneurship and Innovation Program*

Perancangan *merchandise* Prayers of Jiva dalam program Pro-step *Entrepreneurship and Innovation Program* bisa berdampak:

1. Bagi Penulis.

Perancangan *merchandise* ini dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam mendesain sebuah produk-produk untuk proyek bisnis, penulis juga dapat mempelajari ilmu dan menerapkan pengalaman yang telah didapatkan sebelumnya ke Pro-step ini.

2. Bagi Orang Lain.

Perancangan Prayers of Jiva dapat membantu pengguna untuk mengenal budaya Betawi menggunakan media yang efektif, serta dapat merasa *relateable* dengan cerita yang disampaikan yang diangkat dari masalah sosial di Indonesia yang nyata.

3. Bagi Universitas.

Perancangan *merchandise* dapat menjadi referensi akademik mengenai cara merancang variasi produk yang biasa dijual dalam bisnis kekayaan intelektual, serta meningkatkan citra universitas dalam bidang inovasi teknologi digital.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur *Entrepreneurship and Innovation Program*

Alur waktu dan prosedur *Entrepreneurship and Innovation Program* yaitu dimulai selama 4 bulan. Awal mula Pro-step yaitu saat tanggal 10 November 2025 yang diadakan sosialisasi *Professional Skill Enhancement Program*. Sosialisasi ini diberikan penjelasan mengenai Pro-step secara keseluruhan dan tipe yang dapat dipilih. Lalu dari 10 November 2025-12 November 2025 dibuka pendaftaran sesi pertama Pro-step. Berikut tabel deskripsi waktu dan prosedur Pro-step sebagai berikut:

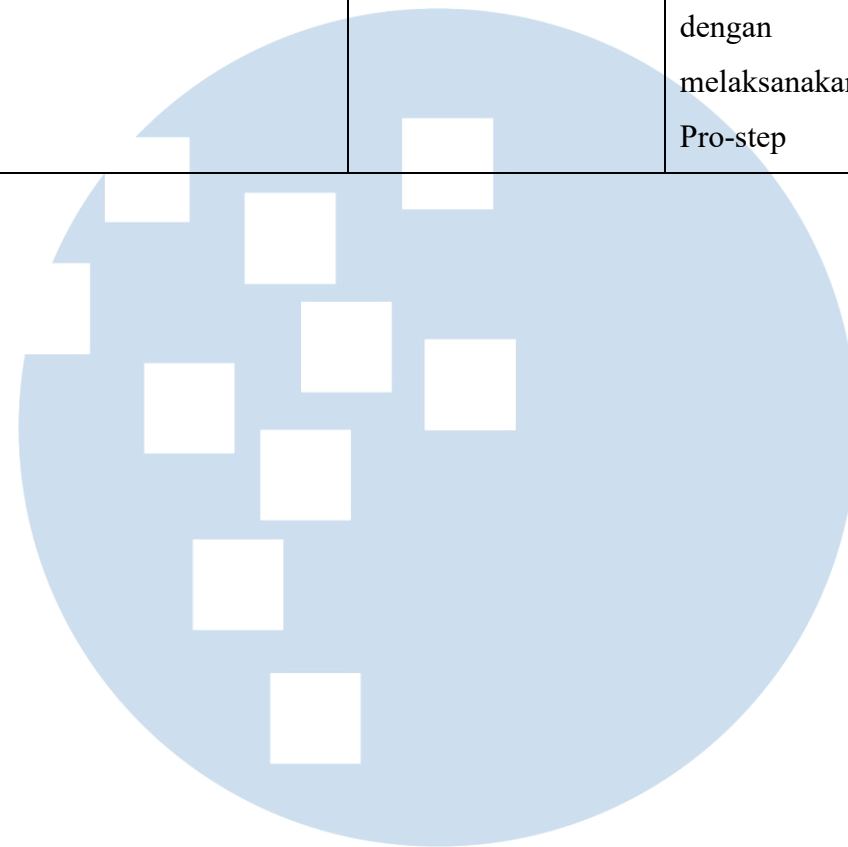
Tabel 1.1 Tabel Waktu dan Prosedur *Entrepreneurship And Innovation Program*

| No. | Tanggal | Aktivitas | Deskripsi |
|-----|------------------|-------------------------------------|---|
| 1. | 10 November 2025 | Sosialisasi <i>Cluster</i> Pro-step | Penulis mengikuti brief awal mengenai keseluruhan program Pro-Step. |

| | | | |
|----|-------------------------|--|---|
| 2. | 8 Desember 2025 | Pengumuman seleksi revisi ide Pro-step | Penulis mendapatkan revisi solusi untuk seleksi ide bisnis. |
| 3. | 12 Desember 2025 | Pengumpulan revisi ide Pro-step | Penulis beserta tim mengumpulkan <i>pitchdeck</i> ide bisnis. |
| 4. | 16 Desember 2025 | Pengumuman <i>final</i> seleksi Pro-step | Tim diterima kedalam Pro-step <i>Entrepreneurship and Innovation Program</i> |
| 5. | 19-23 Januari 2026 | Pengambilan KRS dan Pendaftaran program Pro-step | Tim mengambil KRS berupa seminar, <i>pre-internship</i> , |
| 6. | 2 Februari 2026 | <i>Kickoff</i> Pro-step | Penulis beserta tim diberikan brief detail mengenai prosedur Pro-step <i>Entrepreneurship and Innovation Program</i> . |
| 7. | 2 Februari-6 Maret 2026 | Periode bimbingan <i>supervisor</i> dan <i>advisor</i> | Penulis dan tim menjalani Pro-step <i>Entrepreneurship and Innovation Program</i> dengan bantuan <i>supervisor</i> dan <i>advisor</i> . |
| 8. | 9-13 Maret 2026 | Periode Evaluasi 1 Pro-step | Penulis dan tim melanjutkan laporan pro-step untuk kebutuhan evaluasi 1. |

| | | | |
|-----|------------------------|---|---|
| 9. | 30 Maret-11 April 2026 | Periode UTS Pro-Step | Penulis dan tim merancang pitchdeck untuk kebutuhan UTS Pros-step yang dinilai oleh skystars |
| 10. | 16 Maret-22 Mei 2026 | Periode Bimbingan Tahap 2 | Penulis dan tim melanjutkan Pro-step <i>Entrepreneurship and Innovation Program</i> dengan bantuan <i>supervisor</i> dan <i>advisor</i> . |
| 11. | 18 -29 Mei 2026 | Periode Evaluasi 2 Pro-step | Penulis dan tim melanjutkan dan menyelesaikan laporan pro-step untuk kebutuhan evaluasi 2. |
| 12. | 25-26 Mei 2026 | Pengecekan Kelengkapan Dokumen & Laporan Sidang Evaluasi PRO-STEP | Penulis melengkapi kebutuhan berkas sidang evaluasi Pro-Step |
| 13. | 28 Mei 2026 | Deadline Registrasi Sidang Evaluasi PRO-STEP | Penulis mendaftar sidang akhir Pro-step |
| 14. | 2-3 Juni 2026 | Periode UAS Pro-step | Penulis melengkapi pitchdeck dan menyelesaikan laporan |

| | | | |
|-----|---------------|-----------------|--|
| 15. | 4-5 Juni 2026 | Sidang Pro-Step | Penulis bersama dengan tim melaksanakan sidang Pro-step |
|-----|---------------|-----------------|--|



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA