

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Entrepreneurship and Innovation Program

Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dapat memilih program PRO-STEP Entrepreneurship & Innovation Program sebagai salah satu mata kuliah yang diambil semasa menjalankan studi. Tujuan pengambilan program ini untuk menciptakan IP orisinil bersama dengan tim guna menyajikan cerita sehari-sehari yang berkaitan erat dengan era digital di masa depan dengan inspirasi dari kisah rakyat dan mendapatkan beragam pengalaman dari kolaborasi mengembangkan IP. Perkembangan IP di Indonesia tercermin dari dukungan menteri kreatif ekonomi, Teuku Riefky yang mendorong perkembangan kekayaan intelektual dari berbagai kerjasama (Nasution, 2025) dan alokasi dana APBN yang mencakup beragam program seperti dana desa, bantuan pemerintah untuk UMKM, dan sebagainya (Kementerian Keuangan RI, 2024). Berdasarkan data tersebut, industri ekonomi kreatif Indonesia mengalami perkembangan dinamis bersama teknologi.

Melihat perkembangan industri kreatif yang mendapatkan dukungan, dan program PRO-STEP yang menawarkan membuka bisnis, empat mahasiswa memutuskan untuk mencoba terjun dan menciptakan IP berjudul “*Prayers of Jiva*” dibawah studio Jivva Group yang merupakan nama studionya. IP ini mengulik tentang koneksi emosi manusia berlatar *semi-futuristic* Indonesia, yang identik dengan kekeluargaan dan gotong royong (Aji & Nurmalisa, 2025).

Fenomena perkembangan IP tercermin dari munculnya pintu informasi yang cepat dan akurat, kemudahan ini memicu munculnya beragam bisnis di sosial media dan mengandalkan *e-commerce* sebagai *platform* bisnis, meningkatnya daya saing, meluasnya akses pasar, dan kontribusi terhadap negara (Masitoh et al., 2025). Melihat dampak positif dari kemajuan teknologi, semua orang dapat membangun bisnis yang mengakibatkan dibutuhkanannya strategi marketing guna meningkatkan

penjualan dan *brand awareness* (Purnama et al., 2024). Berdasarkan studi yang dilakukan Kartini & Riady (2025), untuk terus bisa bersaing dalam dunia kompetitif, diperlukan inovasi untuk memastikan keberlangsungan posisi dalam pasar. Tetapi, inovasi tak hanya sebatas dalam menciptakan produk baru, ia juga meningkatkan pengalaman pelanggan, menguatkan persaingan bisnis, dan memperluas target pasar, yang berdampak ke strategi pemasaran.

Menurut Karimah et al, (2025) dengan mengandalkan teknologi yang sudah berkembang maju, *brand* dapat berinteraksi langsung dengan para konsumen untuk menjangkau *audience* luas dan biasanya dilihat dari *engagement* yang dihasilkan dari sosial media (Mutmainah et al., 2025). Dari terwujudnya interaksi sosial antar pelanggan dengan brand, terciptalah sebuah komunitas yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi toko (Karimah et al., 2025). Strategi pemasaran tak terbatas sebagai alat, ia juga mencerminkan brand tersebut, menjadi kunci untuk menggapai dan terhubung dengan audience (Razak, 2024). Oleh karena itu, pada laporan ini, akan dilaksanakan perancangan promosi IP *Prayers of Jiva* berdasarkan koleksi data dari beragam studi ilmiah.

1.2 Rumusan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program,

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, untuk memahami permasalahan yang dihadapi Jivva Group saat ini dalam konteks pengembangan IP dan strategi pemasaran, berikut adalah rumusan masalahnya:

1. Mengintegrasikan budaya lokal Indonesia ke dalam IP.
2. Metode mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital yang efektif.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis merumuskan pertanyaan penelitian yaitu Bagaimana perancangan *marketing strategy* Prayers of Jiva?

1.3 Batasan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program,

Batasan topik atau pengertian yang akan dibahas atau dikemukakan dalam tulisan perancangan. Hal ini membatasi pembahasan agar tidak melebar, menjadi fokus dan tertib dalam penjabarannya. Hal yang dikemukakan

pada bagian ini adalah mempersempit atau membatasi variabel-variabel yang menjadi objek perancangan, subjek/khalayak sasaran atau lokasi yang berhubungan dengan perancangan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, berikut adalah batasa masalah perancangan ini:

1.3.1 Strategi Marketing Prayers of Jiva

Strategi perancangan marketing *Prayers of Jiva* mencakup berbagai konten yang berbasiskan IP karakter dengan berbagai konten pillar yang sesuai dengan khalayak sasaran.

A. Demografis

- 1) Usia : 18 – 20 tahun
- 2) Jenis Kelamin : Unisex
- 3) Tingkat Pendidikan : SMA s.d. Kuliah
- 4) SES : B ke A1
- 5) Pengeluaran : Rp10.000.000 – Rp20.000.000
- 6) Status Pernikahan : Belum Menikah

B. Geografis

- 1) Daerah : Indonesia
- 2) Domisili : Jabodetabek (Tangerang)

C. Psikografis

- 1) Sikap :
 - a) Introvert
 - b) Insecure
 - c) Self-aware
 - d) Ingin bersosialisasi tanpa diskriminasi
- 2) Gaya Hidup :
 - a) Rekreasi
 - b) Aktivitas berintensitas tinggi
- 3) Hobi :
 - a) Tertarik dengan *Pop-Internet Culture*

Pemilihan STP didasari oleh hasil riset menggunakan kuesioner yang mengulik pemahaman *audience* terkait suatu IP. Hasilnya menunjukkan mayoritas yang mengonsumsi IP berusia 18-20 tahun dengan kelas ekonomi SES B-A1, tertarik dengan *pop-culture internet* dan berdomisili di Jabodetabek.

1.4 Maksud dan Tujuan Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program

Tujuan dari perancangan adalah membuat strategi marketing yang efektif untuk *Prayers of Jiva* guna menjalankan minat dan membangun komunitas seputar *otaku* budaya Indonesia.

1.5 Manfaat Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program

Berikut adalah manfaat dan dampak dari menjalankan program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation Program:

1. Bagi Penulis, diharapkan ide bisnis dan perancangan ini dapat digunakan sebagai media pembelajaran untuk mengembangkan kemampuan merancang dan taktik marketing selama masa perkuliahan.
2. Bagi Orang Lain, diharapkan ide bisnis ini bisa menjadi ilmu yang dapat menjadi ilmu pembelajaran terkait mengembangkan IP.
3. Bagi Universitas, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang pendidikan IP dan menjadi referensi kepada junior.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur Entrepreneurship and Innovation Program

Program PRO-STEP Entrepreneurship and Innovation Program menjabarkan timeline dengan masa perjalanan program adalah 4 bulan yang terbagi menjadi 3 *checkpoint* utama, Evaluasi 1, Evaluasi 2, dan Sidang. Semasa prosedur dijalankan, mahasiswa dibimbing oleh Supervisor dari Skystar Ventures dalam hal pengembangan bisnis dan edukasi metodenya. Advisor selaku dosen pembimbing kelompok pelaku bisnis, memandu mahasiswa dalam menyusun laporan yang efektif dan profesional, juga memberikan input seperti desain. Dedicated Mentor

selaku mentor eksternal yang mementoring mahasiwa dalam mengembangkan ide bisnis.

Tabel 1.1 Timeline PRO-STEP

Hari & Tanggal	Agenda	Keterangan
Senin, 10 November 2025	Briefing offline PRO-STEP	Pemberitahuan sistem dan mekanisme PRO-STEP selama 1 semester.
Senin, 10 November 2025 – Senin, 1 Desember 2026	Periode registrasi PRO-STEP	Berdiskusi bersama dengan tim untuk menyelesaikan lampiran kebutuhan registrasi PRO-STEP.
Senin, 8 Desember 2025	Pengumuman seleksi PRO-STEP 1	Mendapatkan kabar bahwa “Jivva Group” (yang bernama Kelompok 4 pada saat itu) lulus seleksi namun terdapat beberapa revisi.
Senin, 19 Januari – Jumat, 23 Januari 2026	Seleksi	Periode seleksi
Jumat, 12 Desember 2026	Revisi proposal PRO-STEP	Berdiskusi bersama tim untuk memperbaiki kekurangan lampiran dan mengumpulkannya.
Selasa, 16 Desember 2026	Pengumuman kelulusan program PRO-STEP	Mendapatkan kabar bahwa “Jivva Group” resmi lulus tahap seleksi.

Senin, 2 Februari – Jumat, 6 Maret 2026	Periode mentoring PRO-STEP 1	Menjalani program PRO-STEP disertai bimbingan Supervisor, Advisor, dan Dedicated Mentor untuk membangun bisnis.
Senin, 9 Maret – Jumat, 13 Maret 2026	Evaluasi 1	Proses evaluasi segala prosedur yang telah dijalani dan tugas yang dilakukan oleh setiap individu.
Senin, 16 Maret – Jumat, 15 Mei 2026	Periode mentoring PRO-STEP 2	Menjalani program PRO-STEP disertai bimbingan Supervisor, Advisor, dan Dedicated Mentor untuk membangun bisnis.
Senin, 18 April – Jumat 22 April 2026	Evaluasi 2	Proses evaluasi segala prosedur yang telah dijalani dan tugas yang dilakukan oleh setiap individu.
Jumat, 29 Mei 2026	Deadline registrasi sidang PRO-STEP	Tanggal terakhir untuk registrasi sidang PRO-STEP.
Rabu, 3 Juni – Jumat, 5 Juni 2026	Sidang PRO-STEP	Uji terakhir yang dilaksanakan oleh Skystar Ventures bersama dosen.
Rabu, 10 Juni – Jumat, 21 Juni 2026	Batas akhir pengumpulan laporan final PRO-STEP	Batas terakhir untuk mengumpulkan laporan yang telah melewati beragam revisi.