

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa Keranggan atau yang lebih dikenal dengan “Kampung Wisata Keranggan” merupakan salah satu desa yang berada di daerah Tangerang Selatan, Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu dengan kepemimpinan oleh Bpk. Agus Muhdi, S.Ag selaku lurah dari Desa Keranggan. Desa yang berada di sepanjang susur Sungai Cisadane ini sudah terintegrasi menjadi objek wisata alam yang masih asri, khususnya di musim panas, sehingga memiliki daya tarik alamnya tersendiri.

Desa Keranggan memiliki jumlah penduduk paling sedikit di Kecamatan Setu. Namun, hampir 75% dari penduduknya merupakan pelaku *home industry*. Hal ini dibuktikan dengan keberagaman hasil olahan dari Desa Keranggan berupa kacang sangrai, aneka keripik seperti *dangdeur*, *singkong*, opak dan aneka camilan seperti kembang goyang, akar kelapa yang diproduksi oleh para penduduk di Desa Keranggan. Tidak hanya itu, di sepanjang susur Sungai Cisadane yang membentang lebar dan jernih, menjadikan Desa Keranggan memiliki aneka kuliner seperti ikan cere dan pecak ikan, juga berbagai macam wisata air seperti susur Sungai Cisadane, *jungle track*, *camping ground*, arena panahan serta atraksi seni budaya silat dan gamelan yang dapat menjadi peluang bisnis wisata alam Desa Keranggan yang khas dan dapat dinikmati oleh para wisatawan ketika berkunjung.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), Desa Keranggan sejak tahun 2020 kemarin, telah meraih berbagai macam penghargaan dan paling terbarunya ialah Desa Keranggan berhasil memasuki 300 besar dalam seleksi ajang pemilihan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Selain itu, Desa Keranggan juga diakui sebagai desa wisata berkelanjutan (*sustainable*)/ *Eco* wisata.

Tentunya penghargaan ini tidak akan tercapai tanpa adanya peran aktif dari pengelola “Kampung Sadar Wisata” (POKDARWIS) yang diketuai oleh Bpk. Alwani sebagai penanggung jawab serta penggerak dalam mendukung terciptanya desa pariwisata di Desa Keranggan dan adanya kesadaran masyarakat desa akan peran dan tanggung jawabnya sebagai tuan rumah bagi wisatawan. Menurut Bpk. Alwani (2021), beliau berharap bahwa kampung ini mampu menjadi salah satu tempat pariwisata rujukan di daerah Tangerang Selatan yang dimana masyarakat desanya sudah harus siap dalam mengembangkan bisnis pemasaran produk dan ekowisata dengan matang.

Namun, harapan tersebut masih belum sejalan dengan kondisi dari Desa Keranggan pada saat ini. Perkembangan teknologi pada zaman ini berkembang cukup pesat, banyak sekali perubahan yang terjadi. Karena pesatnya perkembangan teknologi pada zaman ini, membuat pemasaran produk tentunya akan lebih efektif jika dilakukan secara digital. Saat ini peluang bisnis menggunakan teknologi sebagai media pemasaran yang banyak digunakan dalam bentuk media sosial, website, juga *e-commerce*. Karena masyarakat dari Desa Keranggan masih berbasis tradisional, sampai pada saat ini mereka hanya mengandalkan teknik pemasaran WOM atau dari mulut ke mulut. Masyarakat Desa Keranggan masih belum memahami penggunaan media internet sebagai bentuk dari pemasaran dan juga merasa kesulitan untuk mengembangkan bisnis mereka secara *online*. Padahal pemasaran dengan media internet bisa memasarkan produk lebih luas secara cepat, efektif dan menguntungkan bagi banyak pihak.

Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk memilih topik pembahasan dengan judul “Perancangan Copy Writing Video Profil Produk UMKM dan Kuliner Desa Keranggan” dengan tujuan utama agar penulis dapat membantu masyarakat desa dalam pemasaran produk dan lebih memperkenalkan Desa Keranggan kepada public untuk menarik wisatawan. Selain itu, penulis juga berharap dapat membantu masyarakat dengan memberikan informasi yang nantinya dapat bermanfaat bagi desa yang penulis tuju.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kegiatan MBKM

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang dan rumusan masalah, berikut adalah tujuan program proyek desa sebagai berikut:

1. Membantu memperkenalkan UMKM Desa Keranggan ke masyarakat luar. Dalam hal ini, penulis bertujuan untuk membantu Desa Keranggan memperkenalkan UMKM, khususnya pada produk keripik oleh-oleh dan makanan khas tradisional Desa Keranggan kepada masyarakat di luar. Melihat adanya peluang bisnis dan potensi alamnya yang memadai penulis berharap dapat memaksimalkan kegiatan pemasaran UMKM dengan mendesain kembali kemasan produk menjadi sesuatu yang baru agar dapat menarik perhatian dan dikenal oleh masyarakat luar.

2. Membantu mengembangkan pemasaran produk UMKM melalui media digital. Seiring perkembangan zaman, penggunaan teknologi semakin canggih dan media digital semakin berperan, khususnya di dunia bisnis. Melalui hasil wawancara dan observasi penelitian, Desa Keranggan sebagian besar adalah masyarakat pelaku *home industry*. Hal ini menjadi alasan utama penulis untuk membantu memaksimalkan kegiatan pemasaran produk UMKM dengan memperkenalkan penggunaan media-media digital beserta dengan jenis atau macam-macam media yang ada dan sesuai dengan pemasaran berbasis media digital.

3. Membuat konten kreatif untuk peningkatan pemasaran di Desa Keranggan.

Dalam membuat konten kreatif, pendekatan metode desain merupakan salah satu pendekatan yang akan penulis terapkan dalam perancangan ini. Tujuan penulis adalah menciptakan ide-ide desain yang baru dan berkaitan dengan kegiatan peningkatan pemasaran. Sehingga penulis berharap, peran penulis dapat membantu kesulitan warga desa dalam menghadapi arus perkembangan yang serba digital dan cepat ini melalui output desain yang mampu menarik perhatian pengunjung yang tertarik dengan desa keranggan nantinya.

Manfaat yang penulis harapkan bagi Desa Keranggan adalah Kampung Wisata Keranggan mampu berpotensi dalam menggerakkan ekonomi daerahnya, terutama di masa pandemi COVID-19 ini, sehingga tidak hanya mensejahterakan masyarakat disekitar tetapi juga dapat bermanfaat bagi pengembangan industri dan peningkatan ekonomi masyarakatnya melalui pengelolaan terpadu yang didampingi oleh perguruan tinggi Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Selain itu dengan melalui pendekatan-pendekatan metode desain, penulis juga berharap dapat membantu menjembatani keterbatasan mereka akan perkembangan media teknologi dan *trend* melalui dunia desain, agar produk serta wisata yang mereka miliki bisa dimanfaatkan secara maksimal dan membantu banyak pihak.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kegiatan MBKM



Gambar 1.3.1.1 Timeline Kegiatan MBKM Proyek Desa
 Sumber : Persiapan Proyek Desa MBKMF

Proses waktu pelaksanaan kegiatan MBKM Proyek Desa yang penulis ikuti adalah menyesuaikan dengan timeline yang telah ditentukan oleh pihak kampus. Berawal dari tahap persiapan yaitu melakukan pendaftaran keikutsertaan program MBKM Proyek Desa melalui link google form dan penyuluhan melalui zoom terkait dengan kegiatan apa yang akan dilakukan kedepannya, pada bulan Februari hingga Juli 2022.

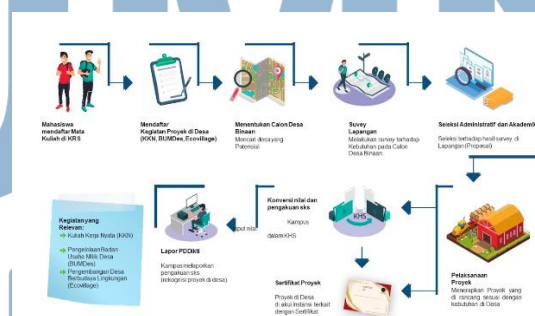


Gambar 1.3.1.2 Pengisian melalui link google form

Tahap selanjutnya adalah tahapan dimana kelompok penulis diawali dengan kegiatan pembekalan Proyek Desa melalui zoom meeting. Kelompok penulis juga diarahkan ke dalam zoom meeting bersama dengan dosen pembimbing Bapak Leonardi Adi untuk memastikan kegiatan MBKM Proyek Desa hingga akhir dengan tuntas.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan MBKM

Prosedur pelaksanaan MBKM dimulai dari pendaftaran mata kuliah pada saat melakukan KRS oleh mahasiswa. Kemudian mahasiswa memilih dan mendaftar tema proyek yang akan dilaksanakan di desa. Dalam hal ini, penulis bersama tim memilih tema “Storytelling untuk Pemasaran UMKM Desa” dan memilih Desa Keranggan sebagai tempat dilaksanakannya proyek.



Gambar 1.3.2.1 Alur Prosedur MBKM

Sumber : Buku Panduan MBKM Proyek Desa

Setelah disetujui oleh pihak kampus, penulis melakukan survei lapangan dengan datang langsung ke lokasi Desa Keranggan. Dari hasil survei, penulis mendiskusikan langkah selanjutnya dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi di Desa Keranggan sesuai dengan tema proyek yang sudah dipilih sebelumnya. Selesaiannya penulis dan tim melakukan diskusi, penulis menyampaikan hasil diskusi penulis kepada dosen pembimbing dan pihak desa. Setelah disetujui, penulis dan tim langsung memulai proses pelaksanaan proyek, diawali dengan membuat timeline pengerjaan agar lebih tertata. Pelaksanaan proyek desa diakhiri dengan laporan dan siding bersama dosen pembimbing dan dosen penguji. Tahap selanjutnya dilaksanakan oleh pihak kampus terkait dengan sertifikasi dan konversi nilai.

