

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

“Kampung Wisata Keranggan” merupakan sebutan nama wisata dari Desa Keranggan, Kecamatan Setu, Tangerang Selatan. Desa yang berlokasi dekat dengan Sungai Cisadane ini, telah terintegrasi menjadi objek wisata alam yang terkenal akan keasriannya. Secara garis besar, masyarakat di Desa Keranggan merupakan pelaku *home industry*. Produk olahan yang dijual dimulai dari produk UMKM seperti kacang sangrai khas keranggan, serta aneka macam camilan seperti keripik singkong, keripik pisang, opak, rengginang dan dangdeur. Selain itu, dikarenakan lokasi sungai yang menyusuri desa saling berdekatan, membuat kuliner seperti ikan pecak cere sangat diandalkan oleh para pelaku bisnis kuliner di desa ini.

Dari berbagai macam kegiatan potensi bisnis inilah, membuktikan bahwa adanya kepedulian serta kesadaran dari masyarakat untuk memajukan peranan bisnis wisata dan hasil olahan produk *home industry* dalam mengembangkan Desa Keranggan sebagai Ekowisata Keranggan yang berkelanjutan. Sehingga, pada tahun 2020 kemarin Desa Keranggan dengan kepemimpinan Bpk. Agus Muhdi, S.Ag selaku lurah di Desa Keranggan telah meraih penghargaan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021). Salah satu penghargaan terbarunya adalah ketika Desa Keranggan diakuisisi sebagai *Eco* wisata atau desa wisata berkelanjutan karena berhasil memasuki 300 besar dalam ajang pemilihan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) yang dipimpin oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Bpk. Sandiaga Uno.

Tentunya penghargaan ini juga tidak tercapai tanpa adanya peran 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 beliau juga berharap agar 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.

Akan tetapi, nyatanya harapan tersebut tidak sejalan dengan kondisi yang Desa Keranggan alami saat ini, dimana perkembangan zaman semakin canggih dan banyak sekali perubahan-perubahan, terutama di bidang teknologi. Saat ini para pelaku bisnis menggunakan perangkat teknologi sebagai bentuk kegiatan pemasaran digital sebuah produk. Sehingga, ditemukan banyak dari masyarakat Desa Keranggan yang masih belum memahami penggunaan media internet sebagai bentuk dari pemasaran dan merasakan kesulitan dalam mengembangkan usaha bisnis pemasaran produk secara cepat, efektif dan menguntungkan bagi banyak pihak.

Oleh sebab itu, penulis memutuskan untuk memilih topik pembahasan dengan judul “Perancangan Media Promosi Berbentuk Video Profil Singkat Produk UMKM dan Kuliner Desa Keranggan” dengan tujuan agar penulis dapat membantu para pelaku bisnis di Desa Keranggan dalam mempromosikan sekaligus memperkenalkan kepada para wisatawan yang ingin berkunjung ke Desa Keranggan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan MBKM

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka saya merumuskan masalah yang berisikan maksud dari pelaksanaan MBKM adalah sebagai berikut,

“Bagaimana merancang media promosi ke dalam bentuk video profil singkat produk UMKM dan kuliner Desa Keranggan yang efektif dan efisien?”

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

1. Membantu memperkenalkan UMKM Desa Keranggan ke masyarakat luar.

Dalam hal ini, saya bertujuan untuk membantu Desa Keranggan memperkenalkan jenis produk UMKM dan kuliner Desa Keranggan, khususnya pada olahan kacang sangrai dan ikan pecak cere yang dimana keduanya merupakan salah satu daya tarik yang paling terkenal di Desa Keranggan. Melihat adanya peluang bisnis yang sudah tertata karena hasil kepedulian masyarakat dalam mengembangkan bisnis selain wisata, saya berharap dapat memaksimalkan juga peluang bisnis dalam ranah kuliner melalui kegiatan pemasaran UMKM berbentuk video profil singkat.

2. Membantu mengembangkan pemasaran produk UMKM melalui media digital.

Sebagian besar masyarakat Desa Keranggan adalah masyarakat para pelaku *home industry*. Dan seiring perkembangan zaman tentunya penggunaan teknologi akan semakin canggih dan media digital turut berperan, khususnya dalam kegiatan pemasaran. Sehingga, dengan memperkenalkan media-media promosi digital baru diharapkan dapat mempermudah dan mempercepat pemberian informasi terkait jenis atau macam-macam kuliner yang ada di Desa Keranggan kepada masyarakat

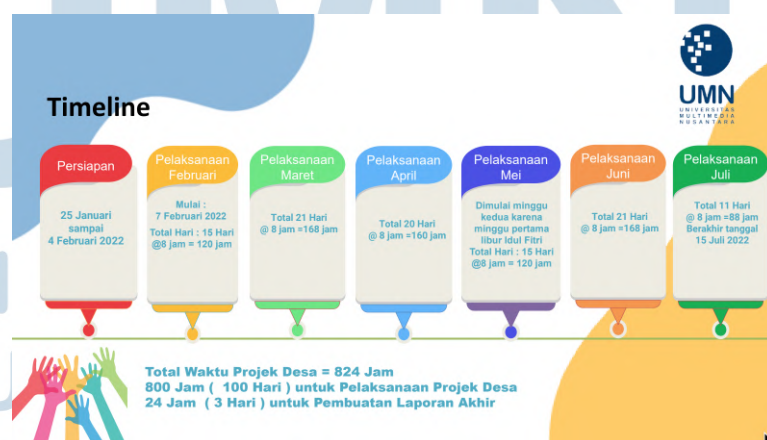
luas. Serta memaksimalkan kegiatan pemasaran produk UMKM yang memiliki banyak jenis atau macam-macam media dalam promosi secara digital.

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

Dalam membuat konten-konten kreatif dibutuhkan adanya pendekatan metode desain yang sesuai dengan target sasaran atau pasarannya. Peran penulis dalam membantu memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai produk UMKM dan aneka kuliner di Desa Keranggan ini, merupakan salah satu hasil dari kegiatan pembuatan ide konten kreatif. Sehingga, dengan menciptakan ide-ide konten baru dapat mempermudah kegiatan pemasaran terutama bagi warga desa yang sedang kesulitan dalam menggunakan platform media digital. Diharapkan juga melalui media promosi berbentuk video pendek yang menggunakan tampilan visual dapat menarik perhatian para pengunjung yang akan datang ke Desa Keranggan nantinya.

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 MBKM

Pada waktu pelaksanaan kegiatan MBKM Proyek Desa segala aktivitas yang akan penulis lakukan sudah ditentukan ke dalam Timeline dengan kurang lebih 800 jam pelaksanaan kegiatan yang diwajibkan oleh pihak kampus sebelumnya. Kemudian, tahap selanjutnya yang penulis lakukan adalah mengisi berkas pendaftaran keikutsertaan program MBKM Proyek Desa melalui link google form dan mengikuti pembekalan melalui zoom terkait kegiatan yang akan dilaksanakan nanti pada bulan Februari hingga Juli 2022.

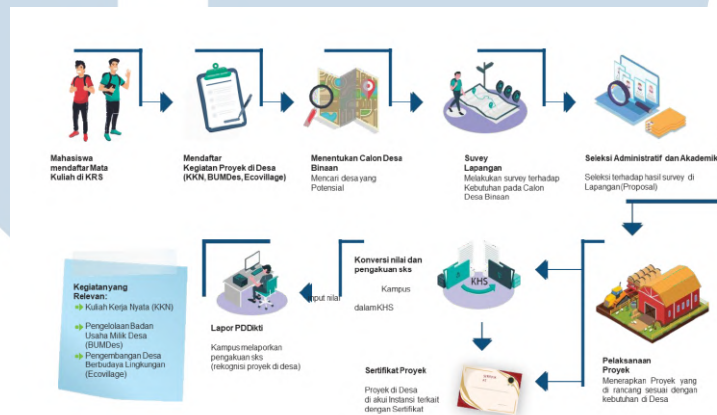


Gambar 1.3.1.2 Pengisian melalui link google form

Selanjutnya, memasuki tahapan pelaksanaan penulis diawali dengan kegiatan pembekalan proyek Desa melalui zoom meeting untuk kawasan wilayah di Desa Keranggan. Penulis juga disarankan untuk mengikuti kegiatan zoom meeting bersama dengan dosen pembimbing Bpk. Leonardo Adi untuk memastikan rencana kegiatan selanjutnya. Hingga akhirnya, penulis dapat melaksanakan kegiatan MBKM Proyek Desa hingga selesai bersama dengan anggota kelompoknya.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan MBKM

Prosedur Pelaksanaan MBKM pertama kali dimulai dari penulis melaksanakan kegiatan pendaftaran mata kuliah atau Pra KRS. Kemudian penulis disarankan untuk memilih dan mendaftar tema proyek yang akan dilaksanakan di desa terlebih dahulu. Dalam hal ini, penulis membentuk sebuah kelompok dengan beranggotakan 3 orang dan akhirnya sepakat untuk 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, selanjutnya penulis melakukan survey lapangan dengan datang langsung ke lokasi Desa Keranggan. Dari hasil survey, penulis bersama dengan anggota kelompok lainnya mendiskusikan langkah selanjutnya dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi di Desa Keranggan sesuai dengan tema proyek yang sudah dipilih sebelumnya. Setelah menciptakan ide-ide desain, langkah selanjutnya penulis melakukan diskusi bersama dengan dosen pembimbing dan menyampaikan hasil diskusinya kepada pihak desa lagi untuk disetujui. Setelah setelah disetujui oleh kedua

pihak, maka langkah selanjutnya adalah memulai proses pelaksanaan proyek. Pelaksanaan proyek desa diakhiri dengan laporan dan akan melaksanakan presentasi sidang bersama dosen pembimbing dan dosen penguji. Hingga akhirnya kepada tahap sertifikasi dan konversi nilai oleh pihak kampus.

