

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bagi kemajuan masyarakat di desa Pagedangan menjadi salah satu harapan yang ingin dicapai pemerintah saat ini. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) (2018), kontribusi UMKM dinilai mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat sebagai penyedia lapangan kerja (99,99%), penyerapan tenaga kerja (97%), penyumbang PDB nasional (61,07%), hingga penyumbang investasi (60,42%). Ikhwan selaku sekretaris Pagedangan, dalam wawancaranya mengatakan bahwa persoalan yang mereka alami ada pada SDM yang masih rendah sehingga adanya upaya pemasaran dan pengembangan yang optimal pada produk UMKM diharapkan dapat menjadi pemicu pembangunan bagi wilayah desa Pagedangan.

Buemar Craft merupakan salah satu UMKM di desa binaan yang menjalankan usaha di bidang kerajinan tangan dari bahan plastik yang didaur ulang dengan konsep jualan industri rumahan. Produk jualan utamanya saat ini ialah kreasi bunga hias dari kantong plastik dengan pot sebagai medianya. UMKM ini juga berencana untuk melakukan inovasi pada produknya menyesuaikan selera konsumennya agar lebih kekinian dan menarik minat pelanggan baru melalui kegiatan seperti *workshop*.

Mardianingsih selaku pemilik UMKM Buemar Craft menyebutkan bahwa ia berkeinginan untuk melanjutkan dan memperluas jaringan bisnisnya setelah sempat menonaktifkan media sosialnya. Kesadaran dan upaya untuk menjalankan pemesanan dan pemasaran produk pun dilakukan setelah ia kembali mengedepankan usaha *handicraftnya*.

Saat ini peran teknologi khususnya media sosial sudah banyak dimanfaatkan para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya agar dapat lebih dikenal masyarakat luas dan membantu dalam meningkatkan persentase penjualan (Priambada, 2015). Penggunaan media sosial sebagai media promosi *online* juga sudah dijalankan oleh sebagian dari para pelaku UMKM di desa Pagedangan.

Faisal dan Rohmiyati (dalam Retnasari, 2021) memaparkan bahwa tidak sedikit juga masyarakat yang cenderung memilih Instagram sebagai media pemasaran produknya. Hal ini dikarenakan Instagram memiliki penawaran fitur yang lengkap berupa postingan foto dan video yang dikomunikasikan dalam bentuk visual. Pengguna juga dapat melakukan kegiatan seperti *posting*, *respond*, *sharing*, *repost*, *listening*, hingga *advertising*.

Media ini cocok untuk menjangkau audiens yang memiliki perilaku konsumtif dan gaya hidup produktif. Berdasarkan data hasil olahan Iman (2020), pengguna Instagram didominasi oleh wanita dari kalangan produktif dengan rentang usia 18 – 34 tahun yang berasal dari generasi milenial. Umumnya generasi ini mampu beradaptasi dalam mengikuti tren yang ada dan memiliki aktivitas sosial yang tinggi. Instagram sebagai media promosi *online* akan menjadi media yang strategis bagi pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran produk maupun jasanya.

Mardianingsih juga menyebutkan bahwa ia memiliki keterbatasan keterampilan dalam menciptakan konten media promosi *online* yang ideal. Beliau masih mengandalkan kegiatan promosi secara konvensional sehingga pelanggannya masih terbatas pada kenalan terdekatnya. Hal ini yang menyebabkan UMKM Buemar Craft masih terhambat untuk menarik perhatian pelanggan baru.

Bentuk presentasi konten visual yang ideal adalah dengan mengacu pada beberapa elemen desain seperti *layout*, tipografi, ilustrasi, simbolisme, warna, dan suara. Menurut Pusparini (dalam Anggoro dan Pranata, 2020a), visual juga merupakan bentuk dari sebuah komunikasi. Maka, konten yang dibuat perlu

mengandung sebuah pesan yang informatif, menarik perhatian, dan mampu menyampaikan pesan suatu promosi dengan baik. Isi konten ini dapat disampaikan dalam bentuk gambar, teks, foto, video, musik, dan lain sebagainya.

Menurut hasil penelitian Anggoro dan Pranata (2020b), pembuatan konten visual yang ideal berpengaruh positif pada keputusan pembelian para pelanggan. Adanya komunikasi melalui Instagram juga mampu meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* audiens salah satunya melalui indikator *call to action*. Penjual tidak akan mampu menarik minat audiens luar dan memperoleh kepercayaan *existing* produknya tanpa visualisasi konten yang tepat. UMKM tersebut juga akan kehilangan peluang untuk meningkatkan penjualannya dan bersaing dengan kompetitor UMKM di bidang sejenis dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Berdasarkan pemaparan di atas maka upaya yang dapat diajukan penulis untuk pengoptimalisasian UMKM Buemar Craft adalah dengan merancang sebuah media informasi dan persuasi sebagai solusi desain yang dikomunikasikan dalam bentuk visual. Perancangan ini berupa desain konten visual *feeds*, *stories* dan *reels* yang menarik dan interaktif pada media sosialnya yakni Instagram sebagai media digital. Adanya perancangan ini diharapkan dapat memberikan peluang yang besar bagi pelaku UMKM untuk berkembang secara optimal di era pasar digital.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Bagaimana perancangan konten visual Instagram UMKM Buemar Craft di desa Pagedangan?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berikut ini beberapa batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Lingkup yang akan diteliti meliputi perancangan konten visual dan informasi seputar penyajian konten Instagram yang ideal dengan objek penelitian yaitu produk UMKM Buemar Craft.

2. Target (demografis) perancangan ini ditujukan bagi masyarakat yang tinggal di desa Pagedangan dan sekitarnya yang berdomisili di Jabodetabek terutama bagi wanita dari kalangan produktif yang berusia sekitar 18 – 34 tahun.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Penulis dan tim mengangkat salah satu topik yang berjudul “Perancangan Konten Visual Instagram UMKM Buemar Craft di desa Pagedangan” selama pelaksanaan program MBKM Proyek Desa ini. Perancangan ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Membantu Buemar Craft agar lebih dikenal banyak orang

Proyek desa ini ditujukan untuk membentangkan daya tarik masyarakat yang ada di sekitar Pagedangan dengan upaya mempromosikan dan memublikasikan produk UMKMnya di Instagram agar dapat menjangkau masyarakat luas.

2. Meningkatkan persentase penjualan Buemar Craft

Penyelenggaraan proyek desa ini diharapkan dapat meningkatkan minat pembeli UMKM Buemar Craft di desa Pagedangan dan sekitarnya dalam membeli produknya.

3. Menciptakan konten visual yang ideal di Instagram Buemar Craft

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan proyek desa di desa Pagedangan ini adalah untuk membuat konten yang menarik dan interaktif dari segi desain dan kualitas kontennya. Desain konten yang dibuat juga memuat isi dan pesan konten yang ingin disampaikan.

4. Meningkatkan *engagement* audiens di Instagram Buemar Craft

Dengan menjalankan kegiatan promosi dan publikasi di Instagram maka diharapkan Buemar Craft dapat lebih leluasa dalam berinteraksi dengan

audiens sekaligus menarik pelanggan baru melalui pemanfaatan bentuk *call to action* yang akan disajikan dalam bentuk visual.

5. Meningkatkan *brand awareness* Buemar Craft agar dapat menonjolkan produk jualannya

Dalam dunia bisnis, media digital sudah banyak digunakan pelaku UMKM sebagai alat bantu promosi. Salah satunya yaitu melalui *platform* Instagram. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM Buemar Craft dapat menonjolkan produk unggulannya di pasar digital.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Hasil program MBKM proyek desa ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan perancangan ini. Manfaat yang didapat dalam pembuatan perancangan ini antara lain:

1. Bagi penulis, melalui perancangan ini dapat menyalurkan kreativitas dalam berkarya dan meningkatkan kemampuan berpikir secara analisis dan strategis sebagai seorang *problem solver* serta memberi kontribusi positif bagi pihak UMKM di desa Pagedangan.
2. Bagi orang lain, diharapkan dapat lebih mengenal dan merasakan daya tarik dari segala bentuk promosi dan publikasi UMKM masyarakat yang ada di desa Pagedangan.
3. Bagi universitas, bisa menjadi jembatan bagi mahasiswa pelaksana MBKM Proyek Desa dan pihak desa dalam mencapai keberhasilan dari perancangan tersebut.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Dalam pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa ini, tim pelaksana perlu memenuhi bobot 20 sks atau setara dengan 800 jam kerja selama 18-20 minggu dalam 1 semester. Paket mata kuliah yang diambil ini meliputi *Community Outreach Project Idea*, *Community Outreach* (tahap 1), *Socio Entrepreneurship Development & Managing*, dan *Community Outreach* (tahap 2).

MBKM Cluster Proyek Desa		20 sks
DDKV 1 : Community Outreach Project Idea		: 3 sks
DDKV 2 : Community Outreach (Tahap 1)		: 7 sks
DDKV 3 : Socio Entrepreneurship Development & Managing		: 7 sks
DDKV 4 : Community Outreach (Tahap 2)		: 3 sks

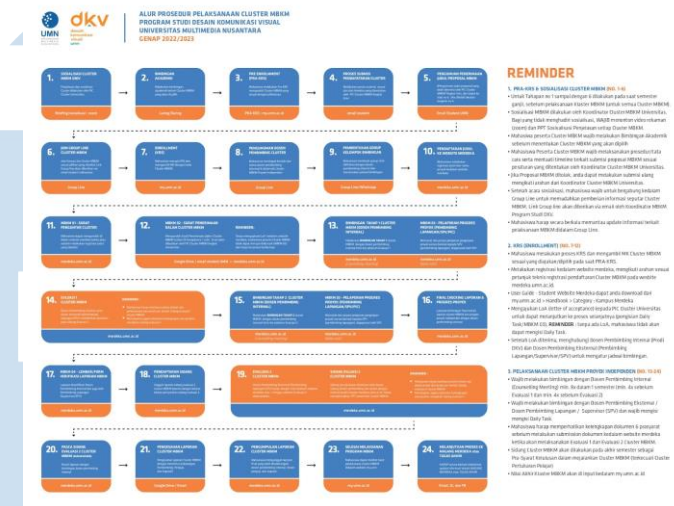
Gambar 1.1 Tabel Paket MBKM Cluster Proyek Desa
Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

Berikut kalender pemetaan 800 jam pelaksanaan cluster MBKM Proyek Desa yang berlangsung pada periode bulan Februari hingga Juni 2023.

Gambar 1.2 Pemetaan 800 jam
Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

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

Berikut prosedur yang akan dilalui tim pelaksana cluster MBKM Proyek Desa ini.



Gambar 1.3 Alur Prosedur Cluster MBKM
Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

Alur pendaftaran Cluster MBKM Proyek Desa ini melalui beberapa tahapan yang dimulai dari pelaksanaan Sosialisasi Cluster MBKM secara luring untuk mengarahkan calon peserta terkait informasi registrasi Cluster MBKM yang diambil dan kegiatan Pra KRS yang akan dilalui. Selanjutnya, mahasiswa akan diminta untuk mengambil KRS Cluster MBKM yang sudah dipilih sesuai dengan pilihan registrasi yang telah dilakukan. Mahasiswa juga akan melakukan registrasi mandiri untuk memperoleh *form* MBKM yang dibutuhkan pada *website* merdeka.

Tim pelaksana akan lanjut memasuki periode bimbingan tahapan 1 untuk pengerjaan laporan dan riset dan menghadapi periode penilaian evaluasi 1 oleh dosen pembimbing internal dan eksternal. Pada masa bimbingan tahap 2 pelaksana akan melanjutkan kegiatan perancangannya untuk memenuhi prasyarat sidang evaluasi 2. Kemudian, peserta akan melanjutkan tahapan registrasi dan melakukan pengecekan kelengkapan dokumen hingga tahap sidang evaluasi 2. Pada tahap terakhir, peserta akan melakukan revisi dan pengesahan pada laporan yang akan dikumpulkan di *website* merdeka masing-masing.