

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) yang artinya bisnis tersebut merupakan usaha produktif yang dijalankan oleh perorangan atau suatu kelompok kecil yang penggolongannya berdasarkan omzet pertahun, jumlah kekayaan atau asset, serta jumlah karyawan yang tidak besar. Sedangkan untuk usaha produktif yang memiliki omzet, asset, dan karyawan yang besar dan dijalankan oleh badan usaha digolongkan sebagai Usaha Besar.

Di Indonesia sendiri, UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian negara. Hal itu karena UMKM merupakan penyumbang PDB terbesar, banyak mengurangi jumlah pengangguran, serta karena jumlah asset yang tidak besar menyebabkan usaha UMKM relatif tahan terhadap krisis keuangan. Sebagai contoh, saat momen krisis moneter pada tahun 1998 di Indonesia yang menyebabkan banyak perusahaan yang tumbang [1]. justru usaha UMKM yang kemudian banyak tetap bertahan.

Menurut laporan di situs Bappenas, UMKM di Indonesia memiliki kontribusi atau peran yang cukup besar. Artinya, perluasan kesempatan kerja dan lapangan kerja. Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Menyediakan jaring pengaman, terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah, untuk melakukan kegiatan ekonomi produktif [1]. Dikutip dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (2001) karya Tulus Tambunan, UMKM mempunyai peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi.[2] Peran UMKM diakui tidak hanya di negara berkembang tetapi juga di negara maju. UMKM sangat penting di negara maju dan berkembang karena mereka menempati sebagian besar pekerjaan dibandingkan dengan perusahaan besar. Kontribusi UMKM terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) terbesar dibandingkan dengan usaha besar..

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Pujianto (Ketua Umum ASPIKMAS) bahwa kondisi UMKM Banyumas masih perlu dibina, seperti kurangnya pengetahuan pelaku bisnis mengenai digital marketing, research and development, dan pentingnya branding. Karena faktor internal tersebut, mengakibatkan masyarakat menjadi kurang perhatian terhadap produk lokal, karena minimnya informasi tentang produk lokal itu sendiri. Padahal sebetulnya produk lokal yang diproduksi asli dari Banyumas memiliki kualitas produk yang bisa bersaing dengan produk non lokal.

Untuk saat ini Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (ASPIKMAS) yang disahkan pada Selasa, 28 Juli 2020 oleh Bupati Banyumas Achmad Husein, akan menjadi wadah bagi UMKM di Banyumas dan memiliki visi untuk membantu UMKM di Banyuma agar berdaya saing nasional melalui jaringan, produk unggulan dan program yang dilaksanakan..

“Asosiasi ini harapannya menjadi momentum yang bagus. Momentum untuk saling berkolaborasi karena UMKM tidak bisa berdiri sendiri tanpa dukungan banyak pihak,” kata Ketua APIKMAS, Pujianto.

Adapun misi ASPIKMAS yaitu, menaikkan kelas pelaku UMKM dari sisi kapasitas bisnisnya, menjadi pelaku UMKM memiliki daya juang korporat. Karena saat ini kebanyakan dari pelaku bisnis UMKM di Banyumas hanya berfokus pada produksi saja, sehingga menghadapi kendala pemasaran dan sebagainya terutama pemasaran secara digital, menimbang dominasi sosialisasi masyarakat masa kini ialah secara digital, serta pemerataan distribusi informasi.

Berhubung dengan masalah- masalah yang dialami pelaku usaha UMKM di Banyumas tersebut, ASPIKMAS telah menginisiasi suatu strategi yang berupa pemberian pelatihan seputar strategi marketing dan bisnis dan aksesibilitas untuk kolaborasi, kerja sama ataupun pemodalan untuk pelaku usaha UMKM di Banyumas. selain itu, ASPIKMAS juga akan membuat program kampanye yang bernama Bela Beli Bangga Produk UMKM Banyumas yang harapannya program ini dapat menambah perhatian masyarakat terhadap produk lokal asli Banyumas terutama melalui media digital.

Sekarang ini, hampir semua bisnis menyediakan layanan secara online agar lebih praktis. Digital marketing ini menjadi wajib diimplementasikan oleh setiap pelaku bisnis karena komunikasi dimasa modern ini telah didominasi banyak melalui daring. Sehingga, pelaku UMKM juga harus dapat beradaptasi dengan perubahan zaman yang ada. Alasan pertama mengapa suatu bisnis harus menerapkan digital marketing karena teknik pemasaran ini mampu memperkuat nilai online dalam bisnis.

Siapa pun yang memiliki perusahaan atau bisnis harus memahami pentingnya pemasaran digital. Setiap bisnis membutuhkan strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan keuntungan yang lebih tinggi di kemudian hari[3]. Teknologi yang semakin canggih dan berkembang harus dimanfaatkan dengan benar untuk mempermudah pekerjaan, termasuk pemasaran. Pemasaran digital adalah solusi pemasaran yang lebih modern dan selaras dengan tujuan bisnis.

Menurut bapak Pujiyanto selaku Ketua ASPIKMAS, Kurangnya perhatian masyarakat Banyumas terhadap produk lokal Banyumas saat ini, menyebabkan kurang berkembangnya UMKM di kabupaten Banyumas. Hal tersebut difaktori oleh kurangnya implementasi pemasaran secara digital di dalam benak masyarakat.

Berdasarkan hasil paparan diatas, masalah yang dimiliki oleh pelaku bisnis UMKM sangat kompleks dan rumit. Tetapi tetap saja akibat yang ditimbulkan oleh faktor- faktor tersebut ialah pelaku UMKM di Banyumas menjadi sulit berkembang karena pemasaran mereka yang kurang di dunia digital.

Perhatian terhadap merek atau *brand awareness* sangatlah penting karena merupakan Kemampuan konsumen untuk langsung mengenali dan mengingat sesuatu yang menggambarkan identitas suatu merek dengan melihat warna, logo, gambar, dll. [4]. Kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengingat suatu merek merupakan faktor kunci dalam menentukan perilaku konsumen ketika membuat keputusan pembelian dan harus diciptakan dan diteliti..

Untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap produk UMKM Banyumas ini, ASPIKMAS menginisiasi sebuah kampanye yaitu Bela Beli Bangsa Produk UMKM Banyumas. Kampanye ini menyuarakan ajakan kepada warga Banyumas untuk dapat membela, membeli, dan membanggakan produk UMKM Banyumas yang implementasinya akan lebih banyak di media digital. Kampanye tersebut di optimalkan dengan memanfaatkan penyajian konten menarik platform digital. Dengan berhasilnya program kampanye ini, pelaku bisnis UMKM di Banyumas dapat berkembang berkat support dari masyarakat lokalnya langsung.

Penyajian kampanye Bela Beli Bangsa ini juga perlu penyesuaian dengan target audiens, maka diperlukan strategi kreatif yang dapat menghasilkan konten kreatif yang menarik agar pesan kampanye dapat tersampaikan kepada audiens.

Melalui wawancara bersama Irfan Bachtiar owner sebuah agency yang bergerak dibidang manajemen sosial media yaitu Restart Agency, Merancang video musik yang membawa pesan kebanggaan menggunakan Produk UMKM, menjadi salah satu hal yang efektif. Karena hampir semua orang mengonsumsi music sebagai hiburan, video musik juga menjadi media yang sangat fleksibel untuk dimainkan sehingga tidak gampang memberi efek jenuh kepada audiens jika diputar berulang- ulang, adanya kegiatan repetisi ini menunjang efek pemahaman pesan dalam video musik yang semakin kuat tertanam didalam benak audiens berkat pembawaan pesannya dari lirik lagu dan visual dari videonya

Sebuah video musik dirakit dengan atau tanpa efek tertentu dan disesuaikan dengan ritme, nada, lirik, instrumen, dan penampilan grup musik lagu berdasarkan ketukan untuk membuat visual untuk memamerkan dan memasarkan produk lagu koleksi karya. menjadi dikenal publik. [6]. Seiring perkembangan kreativitas manusia, kini video musik juga digunakan untuk penyuaran kampanye suatu produk dan lain- lain.

Karena penulis juga sadar terhadap masalah tersebut, maka penulis berinisiasi untuk ikut berpartisipasi pada program kampanye Bela Beli Bangsa

Produk UMKM Banyumas. Peran penulis di program ini tentu tidak jauh dari bidang keahlian Desain Komunikasi Visualnya. Mengingat masalah ini menyangkut kurangnya implementasi informasi UMKM kedalam benak masyarakat.

Desain Komunikasi Visual, atau DKV, adalah cabang ilmu desain yang mempelajari konsep dan ekspresi kreatif komunikasi melalui penggunaan elemen visual untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu. [7]. Karena unsur pesan memegang peranan penting, maka lulusan DKV diharapkan mampu mengolah pesan menjadi menarik, informatif, dan komunikatif sehingga dapat tersampaikan secara efektif..

Implementasi informasi dalam format video menjadi sangat ampuh di saat ini. Hal itu dikarenakan beberapa aplikasi sosial media yang memiliki pengguna banyak menerapkan video sebagai format utamanya. Sehingga *behavior* para pengguna sosial media saat ini berubah dan sosial media lain akan ikut mengubah algoritmanya sesuai keinginan audiens.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu :

1. Bagaimana mengkampanyekan Bela Beli Bangga Produk UMKM Banyumas OLEH ASPIKMAS melalui media musik video bagi masyarakat di Kabupaten Banyumas ?
2. Bagaimana menerapkan konsep perancangan video musik kampanye Bela Beli Bangga Produk UMKM Banyumas OLEH ASPIKMAS terhadap media penukung yang dipilih ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkampanyekan Bela Beli Bangga Produk UMKM Banyumas oleh ASPIKMAS melalui video musik yang menarik

2. Untuk menerapkan konsep perancangan video musik untuk kampanye Bela Beli Bangga Produk UMKM Banyumas OLEH ASPIKMAS

#### **1.4 Batasan Masalah**

Batasan-batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang informasi visual berupa video.
2. Media utama perancangan ini ialah video musik.
3. Perancangan video musik yang diperuntukkan menambah awareness masyarakat terhadap UMKM Banyumas.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Institusi
  - a. Menjadi sumber referensi ilmu mengenai pengembangan product awareness yang baik dan efektif.
  - b. Menambah arsip Pustaka penelitian mengenai kampanye menggunakan media video musik.
2. Manfaat bagi masyarakat
  - a. Perancangan video musik yang diperuntukkan menambah awareness masyarakat terhadap produk lokal Banyumas
  - b. Menambah antusiasme masyarakat untuk menggunakan produk lokal Banyumas.
  - c. Menambah pemasaran para pelaku usaha produk lokal Banyumas
  - d. Video musik ini menyuarakan bahwa kualitas produk lokal Banyumas dapat bersaing dengan produk non-lokal Banyumas

3. Manfaat bagi Keilmuan DKV
  - a. Dengan perancangan video musik ini diharapkan akan menambah wawasan mahasiswa terhadap bidangnya.
  - b. Memberi inspirasi pada mahasiswa agar dimasa depan mahasiswa mampu melakukan perkembangan dari penelitian ini yang telah dijabarkan pada perancangan ini.
  - c. Menjadi pelopor untuk perancangan- perancangan lain agar penelitian ini terus mengalami penyempurnaan.