

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

UMKM merupakan kegiatan ekonomi kerakyatan yang berdiri sendiri dan berskala kecil serta dikelola oleh kelompok masyarakat atau keluarga. UMKM di Indonesia mempunyai peranan yang sangat penting dalam sektor perekonomian. karena dapat menyerap jumlah pengangguran. Kota Tegal merupakan kota yang banyak berdiri industri kecil menengah. Perkembangan UMKM di Kota Tegal meningkatkan daya serap tenaga kerja yang paling tinggi dibandingkan dengan unit usaha lainnya (Dinas Perindag, Koperasi dan UKM Kota Tegal, 2015). [1] Untuk terus berkembang UMKM di Kota Tegal harus bisa meningkatkan daya saing dan kualitas diri agar kinerja UMKM dapat meningkat pula. Kondisi ini mengharuskan pelaku UMKM untuk memaksimalkan manfaat dari kemajuan teknologi untuk menjual dan mempromosikan barang mereka secara online.

Saat ini banyak para pelaku UMKM baru yang merintis usaha di bidang kuliner, termasuk di wilayah Tegal. Salah satunya adalah UMKM JANCOK CRISPY yang baru merintis usahanya pada tahun ini. Sayangnya UMKM CRISPY masih belum mendapatkan jangkauan market yang lebih luas, pelangganya masih seputar daerah tempat kedai didirikan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut penulis melakukan kegiatan promosi dengan memanfaatkan sosial media.

Saat ini sosial media yang paling banyak penggunanya dan cukup efektif untuk kegiatan promosi digital adalah Instagram. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. [2]

*Instagram* digunakan sebagai media promosi, informasi, dan edukasi oleh banyak UMKM. Banyak UMKM-UMKM sekarang yang menggunakan *Instagram* sebagai salah satu platform untuk pemasaran digital dan sebagai wadah untuk menginformasikan kepada pelangganya mengenai keunggulan dari layanan dan produk yang disediakan. Perkembangan bisnis UMKM ini dipengaruhi oleh banyak faktor yang salah satunya adalah media sosial yang memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM untuk melakukan promosi dan pemasaran.

Perancangan Desain Feed Instagram UMKM JANCOK CRISPY Sebagai Media Promosi, merupakan judul yang diajukan penulis untuk memenuhi syarat siding tugas akhir guna menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar diploma. Penulis memilih UMKM JANCOK CRISPY karena menurut penulis UMKM JANCOK CRISPY salah satu UMKM yang unik dan masih belum banyak pesaingnya serta berpotensi bisa dikembangkan lagi untuk kedepanya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Jangkauan market UMKM JANCOK CRISPY yang masih terbatas.
2. Belum adanya desain feed Instagram yang merujuk ke dalam media promosi untuk meningkatkan penjualan Brand.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dibuat agar penelitian lebih efektif, efisien, terarah dan tidak keluar dari permasalahan utama yang dibahas. Batasan masalah pada perancangan ini adalah membuat rancangan desain feed Instagram sebagai salah satu media pemasaran untuk UMKM JANCOK CRISPY di Tegal.

Adapun batasan masalah terbagi menjadi empat yaitu :

1. Untuk orang-orang yang suka dengan desain & konten visual.
2. Kalangan menengah dengan uang saku minimal 5 ribu

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, ditemukan beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja unsur-unsur visual yang dibutuhkan untuk membuat desain feed Instagram JANCOK CRISPY agar meningkatkan jangkauan market?
2. Bagaimana cara membuat desain feed Instagram yang unik agar menarik perhatian masyarakat?

#### **1.5 Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan penulis dalam perancangan feed Instagram sebagai salah satu media pemasaran sekaligus berbagi informasi untuk UMKM JANCOK CRISPY di Tegal sebagai berikut :

1. Supaya UMKM JANCOK CRISPY dapat lebih dikenal oleh Masyarakat dan mendapatkan jangkauan market yang lebih luas.
2. Untuk meningkatkan penjualan produk UMKM JANCOK CRISPY melalui desain feed Instagram.

## **1.6 Manfaat Perancangan**

Berikut Manfaat perancangan yang dibagi menjadi tiga antarlain, yaitu :

### **1. Bagi Mahasiswa**

- a. Menambah pengetahuan tentang media promosi desain feed Instagram.
- b. Menambah pemahaman tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah).
- c. Sebagai portofolio.

### **2. Bagi Masyarakat**

Mengenalkan Desain Branding melalui media sosial dan memberikan masukan bagi pengguna media sosial khususnya Instagram dalam memperkenalkan bisnis yang belum berkembang

### **3. Hasil Produk**

- a. Semakin dikenalnya UMKM JANCOK CRISPY melalui Desain Feed Instagram.
- b. Pembuatan Desain Feed Instagram UMKM JANCOK CRISPY ini dapat meningkatkan penjualan Brand.

## **1.7 Sistematika Laporan**

Sistematika laporan merupakan gambaran umum dari bab isi dari penulisan laporan tugas akhir. Adapun gambaran umum dari tiap bab adalah:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas latar belakang masalah, Identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini merupakan tulisan yang meliputi teori-teori komunikasi, pemasaran media sosial dan juga proses pembuatan desain feed Instagram.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini juga meliputi Analisis data yang didalamnya terdapat observasi, wawancara, studi dokumentasi , dan analisis SWOT dengan penjabaran dalam matriks SWOT.

### **BAB IV PERANCANGAN DAN DESAIN VISUAL**

Pada bab ini meliputi proses kreatif , target audien, refrensi perancangan dan visualisasi karya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian terakhir dari laporan ini, tulisan pada bab ini meliputi Kesimpulan mengenai hasil dari perancangan karya serta saran yang berkaitan dengan perancangan karya dari laporan ini.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Sejenis**

Penelitian sejenis adalah salah satu Upaya untuk mencari perbandingan baik kelebihan dan kekurangan yang berguna untuk memberikan pembaharuan yang ditawarkan pada penelitian selanjutnya, selain itu kajian melalui penelitian sejenis dapat membantu penelitian. Berikut merupakan penelitian sejenis yang masih terkait dengan tema penelitian yang sedang dikaji.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh sekelompok mahasiswa Multimedia Politeknik Negeri Media Kreatif[3]. Dalam penelitian ini dikemukakan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang efektif sekaligus efisien untuk memperkenalkan bisnis kepada Masyarakat luas. Penelitian dengan metode deskriptif kuantitatif ini menghasilkan sebuah perancangan media promosi pada UMKM Jamur Crispy dalam bentuk media desain *feed instagram*. Adapun kesamaan dengan penelitian yang sedang dikaji, yaitu adanya kesamaan objek penelitian yaitu UMKM Jamur Crispy. Sedangkan, perbedaan penelitian ini dengan yang sedang dikaji yaitu perbedaan daerah dan letak lokasi UMKM Jamur Crispy Yang sedang dikaji. Fokus penelitian yang sedang dikaji ini adalah perancangan media promosi melalui konten *Instagram* dengan hasil karya yang dikemas berupa media digital.