

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang mengikuti perubahan zaman ke era digitalisasi, platform sosial memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Melalui media sosial, masyarakat dituntut untuk melek terhadap pembaruan teknologi demi kemudahan dalam mengakses informasi terkini dan terus terhubung dengan orang lain. Oleh karena itu, pengguna sosial media tidak dibatasi oleh kaum dengan rentang umum tertentu. Jangkauan platform sosial yang luas dan banyaknya jumlah penggunanya dari berbagai macam latar belakang inilah yang menjadikan sosial media sebagai sarana promosi yang efektif.

Saat ini, platform sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Facebook, diikuti dengan Youtube, Instagram, Twitter, dan Tiktok. Selain jumlah penggunanya yang banyak, kelima platform sosial ini memiliki satu kesamaan: kemudahan dalam mengunggah media bergambar dan video atau konten visual, khususnya Youtube, Instagram, dan Tiktok yang algoritmanya memang mengusung tipe konten serupa. Namun, tidak seperti Tiktok dan Youtube dengan niche algoritmanya yang mendorong user-nya untuk mengunggah video dan video pendek yang biasa disebut dengan reels, algoritma Instagram memfasilitasi user-nya untuk mengunggah segala bentuk konten visual baik gambar, video, maupun reels. Instagram sebagai media sosial yang menitikberatkan segala bentuk konten visual menjadikan Instagram sebagai platform branding yang bagus untuk menumbuhkan *brand awareness*. Selain itu, Instagram juga merupakan sarana pemasaran yang cocok untuk produk yang selling point-nya berupa aspek visual produk seperti baju, tas, sepatu, dan buku.

Penyusunan konten digital melalui Instagram untuk memasarkan sebuah buku memerlukan strategi yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memaksimalkan eksposur produk. Salah satu cara untuk memasarkan produk adalah dengan membangun hype konsumen terhadap produk yang akan dipasarkan dengan mempertimbangkan target audiens yang dituju. Sebagai contoh, buku edukasi untuk anak-anak dibawah umur cenderung populer di kalangan orang tua, khususnya ibu-ibu. Untuk mempromosikan sebuah buku edukasi anak, dibutuhkan strategi perancangan konten interaktif yang membuat pengguna instagram dari kalangan orang tua dengan anak di bawah umur jadi tertarik untuk terus ter engage dengan konten tersebut. Konten interaktif ini juga harus menumbuhkan awareness konsumen yang dituju dengan produk yang dipromosikan.

Program MBKM Magang Kampus Merdeka (PKKM) merupakan salah satu program Kampus Merdeka yang bekerja sama dengan CV. Pustaka Cemerlang ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa belajar dan mengembangkan diri melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Dengan program ini, mahasiswa diharapkan memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima sebagai karyawan di tempat magang, mendapatkan pengalaman kerja yang berharga untuk digunakan setelah lulus dari Universitas, memiliki pengetahuan tentang praktik terbaik dalam industri dan sektor yang diminati, dan mampu membangun jaringan dan hubungan dalam industri tempat magang.

### 1.2. Lingkup

Aktivitas pada MBKM Magang Kampus Merdeka dalam laporan ini mencakup jobdesk illustrator dan desainer grafis. Lingkup kegiatan ini mencakup segala hal yang berkaitan dengan pembangunan personal branding Pustaka Cemerlang serta proses pembuatan buku, khususnya buku edukasi untuk anak. Kegiatan ini meliputi pembuatan Graphic Standard Manual perusahaan, pembuatan konten promosi buku,

penyusunan layout buku dan majalah bulanan, dan perancangan desain sampul buku anak. Namun, kegiatan yang akan menjadi highlight utama dalam laporan ini adalah perancangan konten multimedia sebagai sarana digital marketing buku “Sidoarjo Kebanggaanku”, dengan hasil akhir berupa 9 kotak feeds dan reels yang diunggah ke akun Instagram Pustaka Cemerlang.

### **1.3. Tujuan**

Dengan adanya perancangan konten multimedia untuk mempromosikan buku “Sidoarjo Kebanggaanku”, kontribusi ini diharapkan dapat memberikan

1. Dapat mengimplementasikan materi yang diperoleh baik pada saat kuliah maupun dalam dunia kerja nanti.
2. Memperoleh ilmu yang berada di tempat magang, khususnya yang berkaitan dengan perancangan konten visual sesuai dengan standar perusahaan.
3. Meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam berkomunikasi dan bekerja sama dalam tim.
4. Mendapatkan ilmu perancangan konten promosi yang efektif.