

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) adalah sebuah kebijakan yang dibuat oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) untuk mendorong mahasiswa perguruan tinggi untuk mendapatkan pengalaman dalam lapangan di luar lingkungan kampus demi mempersiapkan jalan karir mereka (Kampus Merdeka, 2022). Dalam MBKM Cluster Proyek Desa, penulis dan kelompok melakukan kegiatan MBKM Cluster Proyek Desa di Desa Medang, Tangerang. Organisasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) adalah sebuah perkumpulan tokoh masyarakat Kabupaten Banten yang saling bekerja sama untuk melestarikan kekayaan seni, budaya, dan destinasi pariwisata khas Kabupaten Banten (Pokdarwis Medang, n.d.). Desa Medang dianggap memiliki potensi yang besar untuk menjadi sebuah destinasi wisata ikonik karena perkembangan mitra UMKM-nya yang terus berkembang pesat.

UMKM adalah sebuah usaha yang memiliki ruang lingkup atau target pasar yang kecil, tenaga kerja yang sedikit, dan dikelola langsung oleh sang pemilik mitra (Simmons, et al., 2008). Desa Medang menaungi beragam mitra UMKM yang bergerak di berbagai bidang. Salah satunya adalah Kopi Basement, sebuah bisnis UMKM yang berfokus pada minuman kopi dan makanan ringan. Penulis akan melakukan perancangan identitas visual untuk Kopi Basement. *Brand identity* adalah sebuah elemen dari suatu *brand* atau merek yang mampu menyampaikan karakter, komitmen, dan nilai-nilai dari produk yang ditawarkan oleh *brand* tersebut sehingga dapat dipahami oleh target pasar melalui aspek warna, simbol, dan tipologi (Fitriawati, et al., 2019). Menurut Rahmadhani (2017), *brand identity* memiliki peran penting dalam sebuah *brand*, yaitu sebagai patokan keseluruhan strategi *brand*, landasan sistem operasional *brand*, dan alat promosi *brand*.

Menurut Nuri Nurzikri melalui wawancara yang dilaksanakan oleh penulis dan kelompok, Kopi Basement untuk saat ini sedang tidak beroperasi karena adanya keterbatasan dana. Pandemi Covid-19 berperan dalam pemberhentian sementara kegiatan operasional Kopi Basement di lokasi sebelumnya, yaitu di Blok M dan Pamulang. Namun, Kopi Basement tetap beroperasi secara *online* menjual produk biji kopi ke toko atau mitra bidang kopi lainnya. Saat ini, pemilik ingin membangun kembali kedai Kopi Basement yang baru di Desa Medang saat dana atau modal yang dibutuhkan sudah berhasil dikumpulkan.

Kopi Basement diharapkan dapat membantu melestarikan sejarah dan ciri khas kopi Indonesia agar tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar, tetapi juga oleh masyarakat luas. Namun, Kopi Basement belum memiliki identitas visual yang mampu mencerminkan tujuan tersebut. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Nuri Nurzikri, saat melakukan wawancara pada tanggal 20 Februari 2023, dimana beliau mengatakan bahwa Kopi Basement sudah beberapa kali melakukan pergantian logo karena mengikuti saran dari para pelanggan yang berbeda-beda. Selain logo yang berubah-ubah, Kopi Basement belum memiliki identitas visual yang khas dan berbeda dari mitra kopi lainnya. Menurut Wheeler (2006), identitas visual sangat penting untuk dimiliki oleh sebuah *brand* sebagai sarana untuk mengkomunikasikan visi dan misi yang dimiliki oleh *brand*. Identitas visual milik Kopi Basement saat ini masih belum dapat menyampaikan tujuan *brand* dengan tepat. Desain logo, kemasan, dan media promosi yang saat ini digunakan oleh Kopi Basement masih terlalu umum dan belum diaplikasikan secara konsisten. Desain belum mampu menyampaikan cerita dan ciri khas yang dimiliki oleh *brand*, sehingga sulit untuk diingat oleh target konsumen.

Penting untuk dirancangnya sebuah identitas visual yang mampu menyampaikan pesan bahwa Kopi Basement ingin melestarikan minuman kopi khas Indonesia. Identitas visual mampu membantu audiens untuk menangkap ide maupun makna yang disampaikan oleh *brand* dengan mudah (Wheeler, 2013). Perancangan identitas visual yang baru untuk Kopi Basement direncanakan akan menggunakan konsep *classic*, *vintage* untuk menyampaikan visi dan misi *brand*

dengan efektif. Diharapkan melalui perancangan tersebut, identitas visual Kopi Basement yang baru dapat menyampaikan visi misi *brand* dengan baik, meningkatkan penjualan, dan memperluas target konsumen.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Merujuk pada latar belakang yang sudah dijelaskan di bagian sebelumnya, rumusan masalah yang diperoleh penulis adalah bagaimana merancang identitas visual untuk mitra UMKM Kopi Basement di Desa Medang?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di bagian sebelumnya, batasan masalah yang telah ditetapkan oleh penulis untuk perancangan identitas visual mitra UMKM Kopi Basement memiliki segmentasi sebagai berikut:

1. Geografis
 - a. Kota/Kabupaten: Tangerang
 - b. Provinsi: Banten
2. Demografis
 - a. Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan
 - b. Usia: 17 – 50 tahun keatas
Pemilihan jenis kelamin dan usia diambil berdasarkan survei yang dilakukan oleh HonestDocs pada tahun 2019 mengenai pola kebiasaan 9.684 warga Indonesia dalam mengonsumsi kopi. Menurut hasil survei tersebut, Laki-laki dan perempuan sama-sama gemar mengonsumsi kopi. Sebanyak 23% responden remaja mengaku gemar meminum kopi. Ditemukan juga bahwa semakin bertambahnya usia, kebiasaan mengonsumsi kopi juga semakin meningkat.
 - c. Tingkat ekonomi: SES B, SES C
 - d. Pekerjaan: Pelajar, mahasiswa, pekerja/karyawan
 - e. Pendidikan: SMA/K, S1
3. Psikografis
 - a. Masyarakat yang gemar meminum kopi

- b. Masyarakat yang memiliki ketertarikan pada minuman kopi khas Indonesia
- c. Masyarakat yang gemar dengan suasana yang tenang dan santai

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dari pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa adalah merancang identitas visual untuk mitra UMKM Kopi Basement yang mampu menyampaikan visi, misi, dan citra *brand* dengan baik ke target konsumen. Melalui perancangan tersebut, diharapkan dapat membantu melestarikan dan menginspirasi para pelaku UMKM di Desa Medang lainnya untuk mulai memiliki pemahaman mengenai pentingnya identitas visual *brand* serta memajukan perekonomian desa.

Tujuan dari pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa mencakup beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa peserta MBKM Cluster Proyek Desa melalui keterlibatannya langsung di dalam masyarakat untuk mempelajari, memahami, merumuskan, dan memperoleh solusi dari suatu permasalahan secara rasional melalui ilmu desain dan komunikasi.
2. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa peserta MBKM Cluster Proyek Desa untuk mengembangkan pemikiran dan kreatifitasnya.
3. Meningkatkan empati dan kepedulian mahasiswa peserta MBKM Cluster Proyek Desa terhadap para mitra UMKM untuk ikut serta dalam melestarikannya.
4. Memberikan ilmu dan pemahaman kepada para pemilik mitra UMKM yang belum memiliki pengetahuan mengenai pentingnya desain dan identitas visual untuk sebuah merek.

Meningkatkan kemampuan peneliti dan mendorong *learning community & learning society* untuk eksplorasi dan analisa data di lapangan yang dapat menghasilkan sebuah solusi desain.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Manfaat pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa bagi penulis adalah memberikan soft skill berupa mengenali dan mempelajari keseharian sebuah masyarakat, merumuskan masalah, memecahkan permasalahan, dan memberikan solusi guna membantu masyarakat untuk terus berkembang. Selain soft skill tersebut, penulis juga mendapatkan pengalaman terlibat langsung dalam masyarakat ketika melakukan pengumpulan data berupa wawancara dan observasi sehingga dapat meningkatkan kepribadian dan wawasan penulis.

Manfaat pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa bagi orang lain adalah memberikan identitas visual yang dapat menambah ciri khas dan citra merek dari mitra UMKM. Dengan adanya identitas visual yang kuat, UMKM dapat terus berkembang dan dilestarikan agar bisa lebih dikenal secara luas. Diharapkan melalui perancangan ini, masyarakat dapat mengetahui pentingnya identitas visual bagi sebuah *brand* sehingga mereka terinspirasi untuk mengembangkan identitas visual mitra UMKM lainnya, hingga dapat membantu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat yang akan berujung pada perkembangan masyarakat.

Manfaat pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa bagi universitas adalah membantu melestarikan nama baik universitas ke masyarakat luas, sehingga universitas dapat memperluas jaringannya untuk mulai menjalin kerjasama dengan wilayah maupun institusi lainnya.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Cluster Proyek Desa dimulai pada tanggal 29 Januari 2024 hingga 19 Juni 2024 atau selama satu semester. MBKM Cluster Proyek Desa memiliki bobot sebesar 20 SKS dan setara dengan total 800 jam kerja. 800 jam tersebut dibagi menjadi dua jam kerja untuk Supervisor sebanyak 640 jam dan Advisor sebanyak 207 jam. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan MBKM Cluster Proyek Desa, penulis harus memenuhi bobot kedua jam kerja tersebut selama masa MBKM berlangsung melalui pengisian Daily Task di website Merdeka UMN. Selama pelaksanaan MBKM, penulis dan kelompok diwajibkan untuk melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing.

Alur prosedur Cluster MBKM Proyek Desa dimulai dengan kegiatan briefing atau sosialisasi Cluster MBKM yang berlangsung pada tanggal 22 Januari 2024 secara online melalui aplikasi Zoom, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan penyerahan simbolis mahasiswa MBKM dengan perwakilan Desa Medang pada tanggal 5 Januari 2024 di Kantor Kelurahan Medang. Setelah penyerahan tersebut, penulis bisa mulai terjun ke lapangan untuk melaksanakan MBKM. Evaluasi 1 Cluster MBKM akan berlangsung pada tanggal 18 – 26 Maret 2024, dimana salah satu syaratnya adalah harus melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing sebanyak minimal empat kali. Evaluasi 2 kemudian akan dilaksanakan pada tanggal 27 – 31 Mei 2024. Berikut adalah tabel waktu dan pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa.

Tabel 1. 1 Waktu dan pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

No	Kegiatan	2024																											
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Periode Registrasi Cluster MBKM Proyek Desa																												
2.	Masa Bimbingan – Tahap 1 MBKM																												
3.	Evaluasi 1 Cluster MBKM																												
4.	Masa Bimbingan – Tahap 2																												
5.	Evaluasi 2 Cluster MBKM																												

