

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Medang adalah sebuah wilayah yang berada di kelurahan Medang di Provinsi Banten, Kabupaten Tangerang, Kecamatan Pagedangan. Berdasarkan informasi dari *YouTube* Nuri Nurziki mengenai kelurahan Medang, terdapat 26.723 penduduk yang tinggal di desa ini, dengan jenis pekerjaan seperti pengusaha kecil menengah, pedagang keliling dan pekerjaan lainnya (tangerangkab, 2023). Desa ini terletak cukup dekat dengan kawasan *BSD City* dan Gading Serpong yang dimana kawasan ini merupakan sebuah area yang strategis dan memiliki perkembangan yang pesat (side, 2023). Sehingga, besar peluang untuk para wiraswasta di desa Medang yang ingin mengembangkan bisnis mereka, baik itu sebuah usaha besar maupun usaha kecil seperti UMKM.

Di sekitar masyarakat Medang terdapat sebuah komunitas yang membantu para UMKM mengembangkan bisnisnya. Komunitas tersebut dinamakan POKDARWIS Medang (Kelompok Sadar Wisata Medang). UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Terdapat lebih dari 100 UMKM yang muncul di Desa Medang, namun jumlah UMKM yang aktif hanya sekitar 30 UMKM saja (website). Berdasarkan informasi dari salah satu anggota Pokdarwis Medang, yaitu Lely selaku pemilik bisnis UMKM yang terdaftar pada Pokdarwis Medang, mengatakan bahwa komunitas ini memiliki kegiatan membuka acara bazaar sebanyak 2x dalam 1 bulan, dengan upaya memperkenalkan bisnis UMKM kepada masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas. Jenis dari UMKM yang berada di bawah naungan Pokdarwis Medang ada bermacam-macam, terdapat bidang kuliner, jasa, perdagangan dan kerajinan.

Beef n Burger merupakan sebuah bisnis kuliner yang berawal dengan nama Chick n Pepper yang dibangun pada tahun 2020, namun karena pertimbangan penulis dan tim desain mengenai mispersepsi pada nama “Chick n Pepper” penulis dan tim desain bersepakat untuk mengganti nama menjadi “Beef n

Burger”. Beef n Burger dikelola oleh Ubaidillah dan terdaftar pada Pokdarwis Medang. Sebelum membuka Beef n Burger, Ubaidillah bekerja sebagai seorang koki di salah satu restoran di Jakarta. Hingga akhirnya pada tahun 2020 ia mulai mengoperasikan Beef n Burger secara *offline* dan *online*. Beef n Burger menjual berbagai macam ‘*western/american food*’ seperti burger, *hot dog*, dan *spaghetti* dengan berbagai macam *topping* dan isi. Namun untuk saat ini, Beef n Burger akan berfokus pada burger sebagai menu utamanya. Menu burger ini dijual dengan harga kisaran 20 ribu hingga 40 ribu dan berlokasi di sebuah tenda kecil berwarna merah muda yang terletak di pinggir Jalan Medang.

Adapun masalah desain yang ditemukan saat observasi adalah desain visual mulai dari logo, warna, tipografi dan fotografi yang tidak harmonis dan saling melengkapi. Alhasil, desain yang dibuat tidak terlihat profesional dan tidak tersampaikan dengan baik kepada audiens. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ubaidillah yang membuat logo dan seluruh desain secara otodidak dengan kemampuan mendesain yang terbatas. Selain masalah desain, terdapat masalah lain yaitu faktor keuangan yang berdampak pada terbatasnya menu dan kualitas tempat makan. Maka dari itu, Beef n Burger membutuhkan perancangan desain yang lebih harmonis dan fungsional untuk mengidentifikasi produknya. Berdasarkan Maria Fitriah, Desain Komunikasi Visual mempunyai 3 fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, sarana informasi dan juga sarana persuasi. Pada perancangan ini penulis akan berfokus pada sarana identifikasi yang diperlukan agar target dapat mengenali dan mengingat bisnis tersebut, serta sarana persuasi yang dibutuhkan untuk menarik target pasar untuk datang dan membeli produk. Sehingga, penulis akan merancang sebuah ilustrasi berupa maskot sebagai solusi untuk memberikan informasi dan mempromosikan bisnis, dengan judul “Perancangan Maskot UMKM Beef n Burger di Desa Medang”.

Terlepas dari proyek perancangan maskot ini, penulis juga akan melakukan proyek-proyek lainnya dalam upaya mengembangkan bisnis UMKM di Desa Medang.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berikut rumusan masalah pada UMKM Beef n Burger:

1. Bagaimana cara membuat identitas visual yang dapat mempromosikan produk dari UMKM Beef n Burger.

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berikut adalah penjabaran batasan masalah atau segmentasi di setiap UMKM mulai dari segmentasi demografis, geografis dan psikografis:

1.3.1. Segmentasi Beef n Burger

1.3.1.1. Segmentasi Demografis

Usia : 17-35 tahun

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Pekerja kantoran

Kelas Ekonomi : SES B-, B+

Status : Belum menikah dan sudah menikah

Agama : semua agama

Suku : semua suku

Bahasa yang digunakan : bahasa Indonesia

1.3.1.2. Segmentasi Geografis

Negara : Indonesia

Provinsi : Banten

Kota : Tangerang

1.3.1.3. Segmentasi Psikografis

Sikap : fleksibel, open-minded

Gaya hidup : suka jajan, suka western food, suka bepergian

Hobi : makan, kulineran

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Adapun maksud dan tujuan peneliti dalam melakukan proses perancangan informasi di setiap UMKM yaitu:

1. Sebagai syarat kelulusan sarjana Universitas Multimedia Nusantara dengan mengambil salah satu program MBKM yang wajib dijalankan oleh mahasiswa Desain Komunikasi Visual semester 6.
2. Menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah didapatkan selama perkuliahan untuk diterapkan secara langsung kepada klien atau pelaku bisnis UMKM
3. Mendapatkan pemahaman dari pengembangan bisnis UMKM sehingga dapat mempersiapkan lebih ketika mulai memasuki dunia kerja atau karir.
4. Meningkatkan kemampuan dalam merancang desain informasi serta kemampuan dalam berkomunikasi dan beretika ketika melakukan kegiatan

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Dengan adanya program Proyek Desa MBKM ini tentunya memberikan manfaat dan juga dampak;

1. Bagi Penulis.
Menambah pengalaman dan juga ilmu pengetahuan dalam membantu bisnis UMKM serta meningkatkan *skill* baik dalam bekerja sama dan berkomunikasi dengan pelaku UMKM. Penulis juga dapat meningkatkan *skill* desain yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan.
2. Bagi Orang Lain.
Membantu usaha pengembangan bisnis UMKM. Meningkatkan penjualan dan '*awareness*' pada brand. Sehingga memberikan dampak kepada masyarakat untuk menjadi lebih baik.
3. Bagi Universitas.
Meningkatkan nama baik dan reputasi kampus, serta menjalani hubungan yang harmonis dengan warga sekitar.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Prosedur pelaksanaan dimulai dari tahapan Sosialisasi Cluster MBKM yang diadakan pada tanggal 13 November 2023. Sosialisasi ini menuntun mahasiswa dalam memilih cluster MBKM. Lalu, terdapat tahapan submisi dan pengisian *One Drive* dimulai tanggal 14 November 2023 hingga 27 November 2023. Setelah

melakukan submisi dan pengisian *One Drive*, mahasiswa akan menunggu proses seleksi dan pengumumannya pada tanggal 6 Desember 2023. Jika pada proses seleksi diterima, maka mahasiswa akan langsung diarahkan untuk masuk ke grup line *Cluster MBKM* yang didaftarkan.

Setelah memasuki grup line ini, mahasiswa akan diarahkan untuk melakukan registrasi pada *website* merdeka untuk mendapatkan *Cover Letter* dan Kartu Identitas Mahasiswa. Jika sudah menuntaskan registrasi, mahasiswa dapat mulai mengisi *daily task* yang sudah disediakan di *website* merdeka. Namun, sebelum mengisi terdapat *briefing* MBKM pada tanggal 22 Januari 2024 yang bertujuan untuk memberi tahu apa saja yang harus dilakukan dan dikumpulkan pada *daily task* dan juga sistem evaluasi dan sidang yang akan dilaksanakan.

Pada tanggal 29 Januari 2024 mahasiswa diwajibkan untuk mulai mengisi *daily task* bagian *supervisor* untuk memenuhi 800 jam kerja atau setara dengan 20-21 minggu dalam 1 semester *Cluster Proyek Desa*. Mahasiswa juga mengisi *daily task* bagian *advisor* serta melakukan bimbingan minimal 8x untuk mengisi 207 jam kerja *Cluster Proyek Desa*.

Pada tanggal 5 Februari 2024 diadakan acara serah terima oleh LPPM UMN di setiap desa, sebagai tanda resmi untuk mahasiswa UMN dapat memulai riset dan pengambilan data di masing-masing desa.

Terdapat 2 evaluasi di setiap *cluster* dan juga sidang evaluasi yang menjadi acuan untuk mahasiswa dapat menyelesaikan tugasnya. Evaluasi 1 diadakan pada tanggal 18-22 Maret 2024 dan evaluasi 2 pada tanggal 27-31 Mei 2024. Pendaftaran sidang dilaksanakan pada tanggal 7 Juni 2024 dan Sidang Proyek Desa diadakan pada tanggal 12-14 Juni 2024 yang disusul dengan submisi laporan final MBKM pada tanggal 18-21 Juni 2024.