

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Kelurahan Medang merupakan wilayah yang terletak di Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Awalnya Kelurahan Medang menjadi bagian dari Desa Bojongsangka di Kecamatan Legok, Medang memperoleh status sebagai desa mandiri pada 1983 dan kemudian ditetapkan sebagai kelurahan pada 2005 seiring dengan perubahan sosial dan ekonomi, seperti berkurangnya jumlah petani, meningkatnya jumlah penduduk, serta tersedianya infrastruktur dan fasilitas umum (Armielia et al., 2024). Berdasarkan Data Monografi Kelurahan Medang pada bulan Desember 2024, wilayah ini memiliki luas sekitar 470.500 hektar dengan jumlah penduduk sebanyak 27.229 jiwa dengan sekitar 7426 kepala keluarga. Sedangkan menurut laman Kabupaten Tangerang (2023), sekitar 12,73% penduduknya bergerak di sektor wirausaha, menjadikannya salah satu sektor utama setelah karyawan swasta dan buruh. Persaingan usaha cukup ketat mengakibatkan keberadaan pengembang perumahan besar dan bisnis kuliner bermodal besar semakin berkembang sehingga Kelurahan Medang membentuk unit khusus guna mendukung UMKM lokal. Pokdarwis Medang, sebagai mitra Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM), berperan dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat serta membantu pertumbuhan UMKM melalui berbagai program pemberdayaan ekonomi dan peningkatan daya saing usaha lokal.

Nasi Pecel Mariz merupakan salah satu UMKM di bawah binaan Pokdarwis Medang. Usaha ini didirikan oleh Ibu Penny dan Bapak Sundaji pada 2020 setelah kehilangan pekerjaan akibat pandemi COVID-19. Nasi pecel sendiri dipilih sebagai menu utama karena merupakan resep warisan keluarga, dengan cita rasa khas Jawa Tengah dan Jawa Timur. Selain nasi pecel, usaha ini juga menawarkan aneka makanan ringan. Penjualan secara *offline* masih tergolong rendah karena lokasi usaha yang berada di dalam lingkungan permukiman, sedangkan penjualan *online*

lebih dominan dengan pemanfaatan *broadcast* melalui *platform* Whatsapp hingga *platform e-commerce* seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood dengan ketersediaan menu yang bergantung pada stok.

Selama menjalankan usaha, Nasi Pecel Mariz menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan tempat hingga kesulitan dalam branding. Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa Nasi Pecel Mariz belum memiliki identitas merek yang kuat. Awalnya, usaha ini menggunakan nama "Nasi Pecel Nasi Rames Bitter Ballen Mariz" untuk memudahkan pencarian di *platform e-commerce*. Namun, penggunaan nama tersebut justru mengurangi konsistensi dan kredibilitas merek, karena pada kenyataannya, mereka tidak lagi menjual nasi rames maupun bitter ballen. Dengan begitu, Nasi Pecel Mariz pun belum memiliki elemen *branding* sebagai identitas visual. Identitas visual, khususnya logo, berperan penting dalam membangun citra dan membedakan UMKM di pasar yang kompetitif. *Branding* yang baik dapat memperkuat kesadaran dan citra merek UMKM (Batubara et al., 2023). Masalah ini semakin krusial dalam pemasaran online, terutama karena e-commerce dan media sosial menjadi platform utama penjualan Nasi Pecel Mariz. Tanpa identitas visual yang jelas, usaha ini sulit menarik perhatian konsumen yang terbiasa dengan *branding* profesional sehingga menghambat perluasan jangkauan pasar (Ciptadi et al., 2025).

Solusi yang diajukan adalah perancangan identitas visual Nasi Pecel Mariz, yang mencakup desain logo, *graphic standard manual*, serta media promosi kolateral. Fokus utama perancangan ini adalah menciptakan logo yang menarik, pemilihan elemen desain sesuai target pasar, juga desain kemasan yang unik dan *eye-catching* untuk menarik pelanggan baru. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* dan memperluas jangkauan pasar Nasi Pecel Mariz. Dengan identitas visual yang kuat, Nasi Pecel Mariz dapat bersaing dengan kompetitor dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di Kelurahan Medang.

## 1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut merupakan masalah yang ditemukan, yaitu:

1. Rendahnya penjualan *offline* dan kesulitan identifikasi *branding* menjadi masalah utama yang dihadapi Nasi Pecel Mariz, menghambat visibilitas dan pengenalan merek di tengah pasar.
2. Kurangnya identitas visual yang konsisten dan kredibel membuat *brand awareness* Nasi Pecel Mariz di kalangan masyarakat masih rendah.

Oleh karena itu, diputuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:  
Bagaimana perancangan identitas visual Nasi Pecel Mariz di Pokdarwis Medang?

## 1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, ditetapkan beberapa batasan masalah perancangan Identitas Visual Nasi Pecel Mariz sebagai berikut:

### A. Objek Perancangan

Objek perancangan ini berfungsi sebagai elemen identitas bagi Nasi Pecel Mariz dalam strategi *branding*. Cakupan perancangan difokuskan pada pengembangan logo serta *graphic standard manual* yang mencakup desain dan sistem identitas visual. Selain itu, juga mencakup media kolateral, seperti kemasan produk, desain menu, materi promosi untuk *broadcast* WhatsApp, desain spanduk atau *banner*, serta *template* desain untuk media sosial Instagram dan *platform e-commerce*. Upaya ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen baru dan memperluas jangkauan pasar Nasi Pecel Mariz.

### B. Khalayak Sasaran

Target yang ditelusuri sebagai segmentasi pembuatan identitas visual Nasi Pecel Mariz merupakan penduduk rumah tangga dan pekerja harian dengan SES B-C berusia 35-45 tahun. Usia tersebut merupakan usia dewasa yang produktif bekerja. Segmentasi ditentukan berdasarkan

observasi dan wawancara yang dilakukan di Nasi Pecel Mariz bahwa rata-rata pelanggan yang datang merupakan penduduk rumah tangga, pekerja harian, mahasiswa yang cenderung membeli produk berbasis rekomendasi mulut ke mulut.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa**

Perancangan identitas visual Nasi Pecel Mariz dalam program MBKM Cluster Proyek Desa bertujuan untuk mendukung potensi ekonomi UMKM, khususnya dalam pengembangan UMKM kuliner di Kelurahan Medang. Identitas visual yang dirancang diharapkan dapat membangun kesan yang unik, mudah dikenali, serta diterima dengan baik oleh target pasar. Dengan desain yang konsisten dan kredibel, Nasi Pecel Mariz dapat meningkatkan daya tarik serta *awareness* konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan daya beli dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Upaya ini juga berkontribusi dalam mendorong partisipasi UMKM dalam pengembangan ekonomi berbasis pariwisata di bawah naungan Pokdarwis Medang.

#### **1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa**

Perancangan identitas visual Nasi Pecel Mariz memberikan berbagai manfaat yang terbagi ke dalam tiga aspek utama, yaitu bagi penulis, orang lain, dan universitas. Berikut adalah manfaat yang dihasilkan dari program ini:

1. Bagi Penulis.

Proyek perancangan identitas visual dalam MBKM Cluster Proyek Desa menjadi kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu desain komunikasi visual ke dalam lingkungan nyata. Penulis dapat memperdalam pemahaman mengenai strategi *branding*, analisis pasar, serta pengambilan keputusan yang tepat. Selain itu, proyek ini juga melatih keterampilan komunikasi dan kolaborasi dengan pemilik usaha, mengembangkan *soft skill* seperti *problem solving*, serta meningkatkan adaptasi terhadap kebutuhan industri kreatif. Melalui pengalaman ini, penulis dapat mengasah keterampilan dalam merancang identitas visual

yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan pasar, sekaligus meningkatkan portofolio profesional yang berguna untuk karier di industri desain.

2. Bagi Orang Lain.

Proyek ini memberikan inspirasi dan wawasan mengenai pentingnya identitas visual dalam meningkatkan daya saing dan *brand awareness* UMKM. Dengan identitas visual yang lebih kuat, UMKM dapat menarik perhatian konsumen, meningkatkan kredibilitas merek, serta memperluas jangkauan pasarnya. Dampak jangka panjangnya diharapkan mampu meningkatkan daya beli masyarakat dan menggerakkan perekonomian lokal, khususnya di Kelurahan Medang. Selain itu, proyek ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha, akademisi, dan desainer dalam memahami proses perancangan identitas visual berbasis riset dan kebutuhan pasar.

3. Bagi Universitas.

Program MBKM Proyek Desa memperkuat kontribusi akademik dalam mendukung pengembangan UMKM lokal dan memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa. Dengan adanya keterlibatan dalam proyek berbasis masyarakat, universitas dapat semakin relevan dalam memberikan solusi nyata bagi dunia industri dan kewirausahaan. Selain itu, keterlibatan universitas dalam proyek ini berpotensi mendorong inovasi kurikulum, memastikan materi perkuliahan tetap relevan dengan kebutuhan industri dan tren terkini dalam desain dan pemasaran. Terakhir, proyek ini secara signifikan memperluas jejaring universitas dengan pelaku UMKM dan komunitas lokal, membuka pintu bagi kolaborasi masa depan, *internship* mahasiswa, dan berbagai inisiatif pengabdian masyarakat lainnya yang berkelanjutan.

## 1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Cluster MBKM Proyek Desa merupakan salah satu program wajib yang harus diambil pada semester ini dengan bobot total 15 SKS. Program ini mencakup

berbagai tahapan, mulai dari pemetaan desa hingga implementasi proyek. Rincian bobot SKS dalam program ini meliputi:

<b>MBKM Proyek Desa (CDKV)</b>	<b>15 SKS</b>
CDKV 1: <i>Community Outreach Concept</i>	3 SKS
CDKV 2: <i>Community Outreach Implementation</i>	5 SKS
CDKV 3: <i>Community Outreach Evaluation</i>	4 SKS
CDKV 4: <i>Community Outreach Report</i>	3 SKS

Cluster MBKM Proyek Desa ini merupakan salah satu paket yang wajib diambil pada semester ini. Proyek berlangsung selama satu semester dengan durasi 20–21 minggu, yang mana penulis perlu memenuhi jam kerja 640 jam atau setara dengan 80 hari kerja dengan pengisian Daily Task pada website Merdeka UMN. Berikut merupakan alur Cluster MBKM Proyek Desa :

Agenda	Tanggal	Keterangan
Sosialisasi Cluster MBKM	1 November 2023	Sosialisasi Cluster MBKM Onsite di Function Hall, Universitas Multimedia Nusantara
KRS	20-21 Januari 2025	Mahasiswa melakukan KRS untuk memilih Cluster MBKM
Periode Registrasi Cluster MBKM	1 November 2024 - 21 Januari 2025	Peserta Cluster MBKM melakukan registrasi pada website merdeka UMN.
Bimbingan - Tahap 1 Cluster MBKM	3 Februari - 28 Maret 2025	Memulai pengisian Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting.
Evaluasi 1 Cluster MBKM	24 - 28 Maret 2025	Mengumpulkan laporan MBKM Proyek Desa Bab 1-Bab 3 pada situs Merdeka UMN.
Bimbingan – Tahap 2 Cluster MBKM	7 April - 23 Mei 2025	Melanjutkan pengisian Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting.

Bimbingan Pra-Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	13 - 16 Mei 2025	Bimbingan wajib pra pendaftaran sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM.
Evaluasi 2 Cluster MBKM	19 - 23 Mei 2025	Mengumpulkan laporan MBKM Proyek Desa pada situs Merdeka UMN.
Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	3 - 6 Juni 2025	Pengecekan laporan oleh Dosen Pembimbing.
Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	4 Juni 2025	<i>Deadline</i> pendaftaran Sidang Evaluasi 2
Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	11-12 Juni 2025	Melakukan sidang evaluasi 2 MBKM Proyek Desa secara individu.
Batas Akhir Submisi Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster MBKM	24-25 Juni 2025	Mengumpulkan laporan <i>final</i> MBKM Proyek Desa pada website kampus Merdeka UMN

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA