

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Desa Medang dibentuk pada tahun 1983 yang berasal dari pemekaran Desa Bojongnangka. Penduduk Kelurahan Medang berjumlah 20 ribu jiwa dengan rata-rata penduduk yang memilih untuk berwirausaha di bidang kuliner (Kabupaten Tangerang, 2023). Jumlah tempat usaha yang cukup banyak dan persaingan yang ketat dengan bisnis kuliner bermodal besar membuat Kelurahan Medang membentuk unit khusus penduduknya dalam pengembangan UMKM Desa yaitu Pokdarwis Medang. Menurut Monica (2024), Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) merupakan suatu kelompok atau organisasi masyarakat yang dibentuk oleh masyarakat Medang yang aktif di bidang wirausaha khususnya kuliner. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2021), UMKM menyumbang kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 persen. Kesempatan ini dapat dimanfaatkan sebagai peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Nasi Uduk Warung Ciyung menjadi salah satu kontributor UMKM yang menawarkan makanan kuliner rumahan nasi uduk gurih dengan berbagai variasi lauk pendamping. Berlokasi di area pemukiman, warung ini memiliki segmentasi target dengan kondisi menengah kebawah di kalangan pekerja malam, sebagai pilihan santapan malam.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, UMKM Nasi Uduk Warung Ciyung termasuk salah satu dari banyak usaha kuliner yang telah beroperasi sejak 2018 tetapi belum memiliki identitas visual. Identitas visual merupakan salah satu strategi dasar yang dapat dilakukan oleh bisnis UMKM agar dapat lebih mudah dikenal dan diingat oleh target konsumen. Menurut Hadinata et al., (2016) menyatakan bahwa identitas visual dapat memudahkan konsumen untuk mengingat sebuah *brand* hanya dengan melihat logo dan warna yang diterapkan pada media yang dipakai. Identitas visual yang kuat dapat membangun kesan dan

mengkomunikasikan pesan konsep yang ingin ditawarkan kepada konsumen (Farih dan Anggalih, 2023).

Pemilik usaha tidak terlalu memperhatikan mengenai pentingnya identitas visual pada warung yang menyebabkan *misunderstand* dari target pembeli yang memiliki persepsi sama dengan toko uduk biasa lainnya. Warung Uduk Ciyung memiliki *brand recall* yang lemah, menyebabkan pelanggan kesulitan mengenali dan mengingat warung yang dibandingkan dengan kompetitor. Hal ini berdampak sulitnya menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama karena tidak adanya komunikasi visual yang dapat mengidentifikasi *brand* tersebut secara langsung. Resiko tersebut dapat berdampak kalahnya persaingan karena tidak memiliki ciri khas dan kelebihan yang ditawarkan dari *brand*. Sejalan dengan studi kasus pada berita luvtrip.id (2025) mengenai studi kasus kopi UMKM yang sulit bersaing dengan kopi *brand* besar karena tidak memiliki identitas visual yang dapat menggambarkan keunikan dari *brand* tersebut.

Masalah dapat diselesaikan melalui solusi yang telah ditemukan yaitu, membuat perancangan identitas visual Nasi Uduk Warung Ciyung sebagai salah satu strategi dasar dalam memberikan ciri khas sehingga menghindari persepsi yang sama dengan toko uduk lainnya. Perancangan identitas mencakup pembuatan desain logo, *graphic standard manual*, desain kemasan, fotografi produk, spanduk, desain menu, desain promosi, dan strategi pemasaran digital. Nasi Uduk Warung Ciyung diharapkan dapat berkembang dan bertumbuh secara berkelanjutan dengan adanya identitas visual yang mencerminkan ciri khas produk yang ingin dijual.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Masalah yang telah dijabarkan dan ditemukan pada latar belakang sebelumnya, penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut,

1. Persaingan kuliner di Kelurahan Medang sangat tinggi, sehingga Nasi Uduk Warung Ciyung sulit dibedakan dari penjual nasi uduk lainnya karena belum menampilkan ciri khas yang menarik.

2. Nasi Uduk Warung Ciyung belum memiliki identitas visual seperti logo, kemasan, dan elemen visual. Pelanggan kesulitan dalam mengingat maupun mengenali *brand* warung uduk tersebut.

Masalah yang telah diidentifikasi oleh penulis dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut,

Bagaimana perancangan identitas visual Nasi Uduk Warung Ciyung di Pokdarwis Medang?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan telah ditetapkan beberapa batasan masalah yang akan ditetapkan oleh penulis untuk perancangan Identitas Visual Nasi Uduk Warung Ciyung sebagai berikut,

A. Objek Perancangan

Objek Perancangan diperlukan sebagai identitas Nasi Uduk Warung Ciyung yang konsisten dan dapat merepresentasikan visual *brand* pada UMKM. Perancangan proyek utama identitas visual dibatasi pada berbagai aspek yakni desain logo, elemen visual, supergrafis, media *collateral*, dan *product photography*, kemasan produk, sebagai salah satu bentuk media yang ditampilkan dalam *Graphic Standard Manual*. Perancangan proyek utama dilengkapi dengan beberapa media *collateral* sebagai pendukung identitas visual pada warung yaitu spanduk, menu, dan *banner*.

B. Khalayak Sasaran

Target yang ditelusuri sebagai segmentasi pembuatan identitas visual Nasi Uduk Warung Ciyung merupakan pekerja malam dengan SES C dengan usia 30-40 tahun. Usia tersebut merupakan usia dewasa yang telah bekerja. Segmentasi ditentukan berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan di Warung Uduk Ciyung bahwa rata-rata pelanggan yang datang merupakan pekerja malam yang mencari asupan setelah bekerja seharian dan membawa makanannya untuk dibawa pulang.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Perancangan identitas visual Nasi Uduk Warung Ciyung dalam program MBKM Cluster Proyek Desa memiliki maksud dan tujuan dalam pengerjaannya, yaitu mendukung potensi ekonomi UMKM dalam pengembangan warung dari bidang kuliner. Tujuan utama dalam perancangan yaitu menciptakan identitas visual yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Dengan demikian, desain yang dihasilkan dapat merepresentasikan identitas dan keunikan Nasi Uduk Warung Ciyung, serta menarik target pasar yang dapat berkontribusi dalam peningkatan penjualan dan daya beli masyarakat. Hal ini juga merupakan syarat kelulusan dalam menyelesaikan program merdeka cluster MBKM Proyek Desa pada semester 6.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Cluster Proyek Desa perancangan identitas visual Nasi Uduk Warung Ciyung di Pokdarwis Medang memiliki beberapa manfaat dengan tujuan bidangnya masing-masing. Manfaat ini dibagi menjadi tiga kelompok utama yaitu penulis orang lain, dan universitas. Berikut merupakan manfaat yang diperoleh dari program ini:

1. Bagi Penulis.

Melalui proyek desa UMKM, penulis berkesempatan untuk mengembangkan kemampuan dalam memahami dan mendalami strategi *branding* serta desain yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Kegiatan yang dilakukan juga melatih kemampuan komunikasi dan kolaborasi penulis dengan para pemilik usaha UMKM, sehingga terciptanya kerja sama yang efektif. Selain itu, penulis dapat meningkatkan keterampilan dalam merancang identitas visual secara nyata yang melalui proses riset dan implementasi langsung di lapangan. Pengalaman tersebut memperkaya pengetahuan penulis dalam mengembangkan proek berbasis riset yang aplikatif dan berdampak.

2. Bagi Orang Lain.

Diharapkan dapat memberikan inspirasi dan motivasi bagi pembaca, khususnya pelaku UMKM lainnya, untuk mengembangkan strategi *branding* yang lebih baik dan relevan dengan pasar. Selain itu, tulisan ini juga memberikan wawasan mengenai pentingnya identitas visual dalam mengembangkan UMKM, terutama dalam meningkatkan daya saing serta memberkuat *brand awareness*. Proyek ini juga dapat menjadi referensi bagi desainer, pelaku usaha, dan akademisi dalam memahami proses perancangan identitas visual yang berbasis riset dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

3. Bagi Universitas.

MBKM Cluster Proyek Desa memiliki tujuan dalam meningkatkan kontribusi dan relevansi universitas terhadap pengembangan UMKM local melalui kegiatan yang berbasis pada kebutuhan masyarakat. Melalui program ini, mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis sebagai bentuk implementasi ilmu desain dalam lingkungan kerja nyata, sehingga dapat mengasah keterampilan sekaligus memahami tantangan di lapangan. Selain itu, program ini juga memperkuat peran akademik dalam memberikan solusi nyata bagi dunia industri dan kewirausahaan, menghubungkan antara teori dan praktik secara lebih efektif.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Cluster MBKM Proyek Desa merupakan salah satu program yang berasal dari Kampus Merdeka yang mencakup empat jenis cluster lainnya seperti Cluster MBKM Kewirausahaan (EDKV), Cluster MBKM Proyek Desa (CDKV), Cluster MBKM Penelitian (RDKV), MBKM Pertukaran Pelajar Inbound dan Outbound yang wajib diikuti oleh mahasiswa semester enam di Desain Komunikasi Visual pada Universitas Multimedia Nusantara. Terdapat 4 mata kuliah pada MBKM Cluster Proyek Desa yang berjumlah 15 SKS yaitu, DDKV 1: *Community Outreach Project Idea*, DDKV 2: *Community Outreach* (tahap 1), DDKV 3: *Socio*

Entrepreneurship Development & Managing, dan DDKV 4: *Community Outreach* (tahap 2). Berikut merupakan tabel rincian bobot SKS MBKM Proyek Desa:

Tabel 1.1 Bobot SKS MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Proyek Desa (CDKV)	
Mata Kuliah CDKV	Total: 15 SKS
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

Sumber: Panduan Cluster MBKM Program Studi Desain Komunikasi Visual (2025)

Masing-masing Cluster MBKM termasuk Proyek Desa wajib mengambil mata kuliah dengan bobot 15 SKS berdasarkan paket yang telah ditentukan sesuai dengan cluster. Bobot tersebut setara dengan 640 jam (80 hari kerja) pada *Supervisor Daily Task* dan 207 jam (70 hari kerja) pada *Advisor Daily Task*. Program Proyek Desa akan dilaksanakan selama 20-21 minggu dalam satu semester dan menjadi salah satu persyaratan kelulusan dalam menyelesaikan MBKM Cluster Proyek Desa.

Alur pertama yang dilakukan di MBKM Cluster Proyek Desa merupakan tahapan 1, dimana mahasiswa akan melakukan bimbingan akademik dengan dosen akademik untuk berdiskusi sebagai penjelasan detail mengenai setiap bagian dari Cluster MBKM yang akan dipilih. Selanjutnya mahasiswa diminta untuk mengisi Pra-KRS pada cluster pilihan yang sudah dibahas oleh dosen akademik. Tahap ke-2 mahasiswa melakukan registrasi Cluster MBKM Proyek Desa pada tahap KRS dan *OneDrive form* pada masa yang bersamaan. Setelah melakukan proses pendaftaran, mahasiswa akan diundang ke dalam *grup* Line Cluster MBKM Proyek Desa melalui *email student* sebagai wadah komunikasi dan penyampaian informasi yang detail dari Dosen Koordinator maupun *Staff* yang bertugas. Tahap berikutnya akan meregistrasi MBKM kedalam *website* Merdeka UMN sebagai pelaksanaan proses yang akan berjalan selama mata kuliah MBKM Proyek Desa. Selama kegiatan proyek berjalan, mahasiswa wajib menuliskan *daily task* yang dipantau

oleh LPPM UMN (*supervisor*) melalui *website* kampus sesuai jam kerja yang telah ditetapkan sebagai bukti aktivitas dilakukannya perancangan desain untuk Proyek Desa yang sedang dilaksanakan pada hari aktif perkuliahan (5 hari), kecuali pada hari libur. *Daily task* dalam bimbingan dosen internal (*Advisor*), bertujuan mencatat perkembangan penulis dalam membuat laporan MBKM Proyek Desa yang dilaksanakan menyesuaikan jam kerja yang telah ditetapkan oleh UMN. Untuk dapat melaksanakan Evaluasi 1 pada periode 24 - 28 Maret 2025, mahasiswa wajib menyelesaikan minimal 4 sesi bimbingan dengan dosen internal, mencapai minimal 200 jam kerja *Supervisor Daily Task*, dan mendapatkan minimal 50 jam kerja dalam *Advisor Daily Task*. Berlanjut pada Evaluasi 2 pada periode 13 - 16 Mei 2025, mahasiswa wajib memenuhi total jam kerja yang telah diberikan yaitu minimal 640 jam (80 hari) pada *supervisor daily task* dan 207 jam (70 hari) untuk *Advisor daily task*. Berikut merupakan penjelasan terkait *Timeline MBKM Cluster* Proyek Desa yang telah dijelaskan secara detail dan terstruktur:

Tabel 1.2 Pelaksanaan Agenda MBKM *Cluster* Proyek Desa

Agenda	Tanggal	Keterangan
Sosialisasi Cluster MBKM	01 November 2023	Mahasiswa menerima informasi mengenai Cluster MBKM Proyek Desa melalui sosialisasi yang diadakan secara luring. Mahasiswa berkumpul untuk menyimak dan mencatat informasi yang telah disampaikan, serta bertanya dan dikirimkan data materi yang telah disosialisasikan.
KRS	20-21 Januari 2025	Mahasiswa memilih Cluster MBKM Proyek Desa

KRS Tambah ganti	30-31 Januari 2025	Tahap mahasiswa dalam mendapatkan kesempatan kedua bagi yang belum mengisi pada periode KRS sebelumnya.
Periode Registrasi Cluster MBKM	01 November 2024 - 21 Januari 2025	Peserta MBKM Proyek Desa mengumpulkan berkas dengan memberikan berkas proposal, LoA (<i>Letter of Acceptance</i>) pada website merdeka UMN.
Bimbingan - Tahap 1 Cluster MBKM	3 Februari - 28 Maret 2025	Memulai proses pengunjungan dan perancangan identitas visual melalui masalah yang ditemukan dengan mengisi <i>Supervisor</i> dan <i>Advisor Daily Task</i> serta <i>Counselling Meeting</i> . Seiring diselipkan bimbingan sejumlah empat kali dalam periode tersebut.
Evaluasi 1 Cluster MBKM	24 - 28 Maret 2025	Mahasiswa mengerjakan laporan individu masing-masing yang dikumpulkan pada situs Merdeka untuk dinilai oleh dosen pembimbing internal maupun eksternal.
Bimbingan – Tahap 2 Cluster MBKM	7 April - 23 Mei 2025	Periode perancangan tahap 2 yang diselingi dengan bimbingan empat kali selama satu periode.

Bimbingan Pra-Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	13 - 16 Mei 2025	Bimbingan yang wajib dilakukan sebelum pendaftaran sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM.
Evaluasi 2 Cluster MBKM	19 - 23 Mei 2025	Penilaian individu Evaluasi 2 Cluster MBKM.
Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	3 - 6 Juni 2025	Dosen Pembimbing melakukan pengecekan terkait laporan dan kelengkapan registrasi evaluasi 2 cluster MBKM.
<i>Deadline</i> Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	4 Juni 2025	Batas akhir melakukan registrasi Sidang Evaluasi 2
Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM Proyek Desa	11 – 12 Juni 2025	Periode sidang evaluasi 2 cluster MBKM yang dilakukan <i>offline</i> atau <i>onsite</i> .
Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir secara Final	24 – 25 Juni 2025	Periode pengumpulan laporan sidang evaluasi 2 yang telah direvisi dan mendapatkan TTD pengesahan.

Batas Akhir Submisi Laporan Akhir secara Final dari Sidang Cluster MBKM	24 – 25 Juni 2025	Peserta melakukan submisi laporan dari website Merdeka masing-masing dan melakukan revisi <i>final</i> .
---	-------------------	--

Dalam agenda yang telah ditentukan, mahasiswa diwajibkan melakukan pendaftaran sidang setelah evaluasi 2 selesai pada waktu dan jadwal yang telah ditentukan. Agenda sidang berada pada tanggal 11-12 Juni 2025 secara luring pada ruang sidang yang telah ditentukan. Saat sidang berakhir, mahasiswa diwajibkan melakukan revisi dari saran dan perbaikan yang diberikan oleh dosen pembimbing dan dosen penguji saat sidang berlangsung, hingga laporan MBKM akan dikumpul secara final pada tanggal 24-25 Juni 2025.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA