

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Medang merupakan sebuah kelurahan Indonesia yang terletak di Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Kelurahan Medang memiliki luas sekitar 470.500 hektar dengan penduduk sebanyak 27.226 jiwa. Sekitar 12.76% penduduk bekerja sebagai pedagang kecil. Sektor ini merupakan sektor dengan jumlah tenaga kerja terbesar ketiga setelah pegawai swasta dan buruh. Pokdarwis Medang, sebuah organisasi yang dibentuk untuk mendukung pengembangan pariwisata melalui pemberdayaan masyarakat, mendukung perkembangan sektor pedagang kecil dengan membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Medang.

Pokdarwis Medang sendiri merupakan sebuah organisasi yang didirikan dari hasil kolaborasi antara masyarakat dan pengurus lembaga Kabupaten Banten pada tahun 2023. Organisasi ini membina berbagai UMKM di bidang kuliner, kerajinan, ataupun jasa. Salah satu UMKM dibawah binaannya adalah Nozlicious, sebuah usaha kuliner yang dibangun pada tahun 2022 oleh Yuni dan Arif. Nozlicious menawarkan berbagai produk berupa makanan ringan dan *dessert*, seperti cilok, asinan kuah lemon, dan *milk cheese*. Yuni dan Arif menjualnya dengan sistem *pre-order*, yang dipromosikan melalui platform WhatsApp dengan menyebarkan pesannya ke grup-grup besar. Selain itu, mereka juga menjual produk dengan sistem *reseller*, dimana pihak ketiga menjualnya kembali di wilayah yang sulit dijangkau Nozlicious dengan harga yang ditentukan sendiri. Nozlicious juga pernah berpartisipasi dalam bazar untuk memperluas jangkauan pasar.

Nozlicious terus melakukan inovasi terhadap produknya, namun UMKM ini tetap mengalami penurunan daya beli. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor antara lain persaingan yang ketat, keterbatasan jangkauan pemasaran, dan kurangnya inovasi pemasaran. Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah

dilakukan, ditemukan bahwa permasalahan yang dihadapi tidak hanya sebatas eksternal, namun juga pada kurangnya identitas visual yang kuat. Nozlicious belum memiliki elemen *branding* yang konsisten, seperti logo, warna, atau elemen visual lainnya. Padahal, *brand identity* merupakan elemen yang penting dan wajib ada karena dapat membantu perusahaan membedakan diri dari pesaing sejenis (Santoso & Istizar, 2020). Selain itu, *brand identity* dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa melalui *value* yang digambarkan (Tanady & Fuad, 2020). Bisnis yang tidak memiliki *brand identity* akan kesulitan membangun pengenalan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, yang dapat berujung pada resiko terjadinya kegagalan bisnis (Shams et al., 2024).

Tanpa adanya *brand identity*, Nozlicious beresiko mengalami kekalahan dalam persaingan dan kesulitan untuk bertahan dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan berita di Suara Merdeka (2024), yang mengungkapkan bahwa banyak UMKM menghadapi kesulitan bersaing di pasar karena hanya menjual dengan mengikuti tren pasar tanpa memiliki identitas merek yang jelas. Selain itu, perusahaan konsultan bisnis Hive Five (2024) mengatakan bahwa tanpa adanya *branding* yang efektif, sebuah usaha akan mengalami kesulitan dalam membangun *brand presence* di ranah digital secara interaktif dan menarik, yang kemudian akan mengurangi jangkauan target pasar secara digital.

Oleh karena itu, diajukan sebuah solusi desain berupa perancangan identitas visual Nozlicious. Perancangan identitas ini akan meliputi pembuatan desain logo, maskot, fotografi, *supergraphic*, kemasan, desain menu, desain *broadcast* Whatsapp, desain *template* Instagram, dan *graphic standard manual*. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* Nozlicious, yang pada akhirnya meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk yang ditawarkannya. Dengan demikian, Nozlicious, sebagai UMKM dibawah binaan Pokdarwis Medang, dapat bersaing dengan kompetitornya dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kelurahan Medang.

## 1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, berikut adalah beberapa permasalahan yang ditemukan:

1. Kelurahan Medang memiliki jumlah pedagang kecil yang besar, namun banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar, salah satunya Nozlicious.
2. Nozlicious belum memiliki identitas visual yang konsisten, seperti logo, warna, serta elemen visual lainnya yang menyebabkan rendahnya *brand awareness* masyarakat terhadap UMKM ini.

Oleh karena itu, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana perancangan identitas visual Nozlicious di Pokdarwis Medang?

## 1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Perancangan Identitas Visual Nozlicious di Pokdarwis Medang dibatasi oleh target sasaran berdasarkan aspek demografis, geografis, dan psikografis. Secara demografis, targetnya berada dalam rentang usia 30–40 tahun, yang terdiri dari laki-laki dan perempuan, dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah (SES B-C). Pemilihan kelompok usia ini didasarkan pada dominasi demografi yang ada di Kelurahan Medang, dimana mayoritas konsumennya adalah ibu rumah tangga dan karyawan swasta yang membeli makanan tidak hanya untuk diri sendiri, tetapi juga untuk keluarga mereka. Selain itu, jenis makanan yang ditawarkan Nozlicious lebih sesuai dengan preferensi kelompok usia ini dibandingkan dengan generasi muda yang cenderung lebih tertarik pada jajanan kekinian.

Secara geografis, Nozlicious menargetkan pasar di Indonesia, khususnya di wilayah Tangerang Selatan yang memiliki kepadatan penduduk tinggi. Sedangkan secara psikografis, Nozlicious menargetkan masyarakat yang cenderung lebih mengutamakan harga yang terjangkau dalam memilih produk makanan, menyukai makanan praktis yang mudah dikonsumsi di rumah, dan makanan tanpa bahan pengawet ataupun pewarna buatan. Gaya hidupnya ditandai dengan kesederhanaan, efisiensi, serta nilai kebersamaan di kehidupan sehari-hari.

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

Maksud dari perancangan identitas visual Nozlicious di Pokdarwis Medang adalah untuk mengoptimalkan potensi ekonomi lokal di Kelurahan Medang dan mendorong partisipasi UMKM dalam pengembangan ekonomi berbasis pariwisata. Sedangkan tujuan utama dari perancangan ini adalah menciptakan identitas visual yang efektif, untuk membangun kesan yang unik dan mudah dikenali, serta memastikan desain dapat diterima dengan baik oleh target pasar. Dengan adanya identitas merek, diharapkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk Nozlicious meningkat, sehingga berdampak pada peningkatan daya beli serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

#### 1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Perancangan Identitas Visual Nozlicious di Pokdarwis Medang memiliki beberapa manfaat ke berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Penulis.

Dengan perancangan identitas visual Nozlicious di Pokdarwis Medang, penulis dapat menggunakan ilmu dan teori desain komunikasi visual yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam lingkungan nyata. Hal ini dapat membantu penulis memahami lebih dalam mengenai strategi *branding*, analisis pasar, dan pengambilan keputusan yang tepat. Selain itu, penulis juga dapat meningkatkan keterampilan *soft skill*, seperti *problem solving*, cara berkomunikasi dengan klien, dan adaptasi terhadap kebutuhan industri kreatif.

2. Bagi Orang Lain.

Melalui perancangan identitas visual, Nozlicious dapat meningkatkan daya tarik dan kredibilitas merek di mata konsumen. Hal ini dikarenakan identitas visual yang kuat membantu membedakan Nozlicious dengan kompetitor sejenisnya. Dengan demikian, Nozlicious dapat bertahan dalam jangka waktu yang lebih panjang dan menjangkau target audiensnya dengan lebih luas, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk Nozlicious. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan perekonomian di Kelurahan Medang.

### 3. Bagi Universitas.

Perancangan identitas visual Nozlicious di Pokdarwis Medang dapat membantu Universitas Multimedia Nusantara memperkuat perannya dalam mendukung pengembangan UMKM lokal. Selain itu, perancangan ini dapat menjadi referensi akademik untuk penelitian desain komunikasi visual dan meningkatkan tingkat kelulusan mahasiswa yang lebih berpengalaman dalam industri kreatif.

## 1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Pelaksanaan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) *Cluster* Proyek Desa berlangsung selama 1 semester dengan durasi 20–21 minggu dan memiliki bobot total 15 SKS. Rincian bobot SKS terdiri atas *Community Outreach Concept* (3 SKS), *Community Outreach Implementation* (5 SKS), *Community Outreach Evaluation* (4 SKS), serta *Community Outreach Report* (3 SKS).

Tabel 1.1 Rincian Bobot SKS MBKM Proyek Desa

<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

Alur pelaksanaannya dimulai dari tahap registrasi melalui *website* kampus Merdeka UMN dan dilanjutkan dengan bimbingan tahap pertama, di mana seluruh aktivitas dan kegiatan proyek desa dijalankan. Selama program MBKM berlangsung, penulis wajib mengisi *daily task* melalui *website* kampus Merdeka UMN setiap hari kerja sebagai bukti aktivitas harian, kecuali pada hari libur. Selain itu, penulis juga mengikuti bimbingan rutin dengan dosen pembimbing (*advisor*). Evaluasi pertama dilakukan setelah memenuhi prasyarat, yaitu menyelesaikan minimal 4 sesi bimbingan, mencapai minimal 200 jam kerja dalam *supervisor daily task*, dan mencapai minimal 50 jam kerja dalam *advisor daily task*. Setelah melewati evaluasi pertama, penulis melanjutkan ke bimbingan tahap kedua sebelum memasuki evaluasi tahap akhir.

Untuk dapat mengikuti sidang evaluasi kedua, penulis harus memenuhi akumulasi jam kerja minimal 640 jam (80 hari) dalam *supervisor daily task* dan 207 jam (70 hari) dalam *advisor daily task*. *Timeline* pelaksanaan program dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2 *Timeline MBKM Cluster Proyek Desa*

No.	Kegiatan	Tanggal	Keterangan
1	Registrasi MBKM Cluster Proyek Desa	1 November 2024 – 21 Januari 2025	Registrasi melalui <i>website</i> kampus Merdeka UMN.
2	Bimbingan Tahap 1 MBKM	3 Februari – 28 Maret 2025	Mengisi <i>supervisor daily task</i> dan <i>advisor daily task</i> , serta melakukan bimbingan 4x.
3	Evaluasi 1 MBKM	24 – 28 Mei 2025	Submit laporan MBKM melalui <i>website</i> kampus Merdeka UMN sesuai dengan syarat yang sudah ditentukan.
4	Bimbingan Tahap 2 MBKM	7 April – 23 Mei 2025	Mengisi <i>supervisor daily task</i> dan <i>advisor daily task</i> , serta telah melakukan bimbingan 8x.
5	Bimbingan Pra Sidang Evaluasi 2 MBKM	13 – 16 Mei 2025	Melakukan bimbingan pra pendaftaran sidang evaluasi 2.
6	Evaluasi 2 MBKM	19 – 23 Mei 2025	Submit laporan MBKM melalui <i>website</i> kampus Merdeka UMN sesuai dengan syarat yang sudah ditentukan.

7	Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 MBKM	4 Juni 2025	Melakukan registrasi sidang evaluasi 2.
8	Sidang Evaluasi 2 MBKM	11 – 12 Juni 2025	Melakukan sidang evaluasi 2 secara individu.
9	Batas Akhir Submisi Laporan Akhir Sidang MBKM	24 – 25 Juni 2025	Mengumpulkan laporan akhir MBKM melalui <i>website</i> kampus Merdeka UMN.

Berdasarkan tabel *timeline* di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan MBKM Cluster Proyek Desa telah dirancang secara terstruktur dan sistematis dalam kurun waktu enam bulan. Setiap tahap memiliki tujuan dan peran yang saling berkesinambungan, mulai dari registrasi, bimbingan, evaluasi, sidang, hingga submisi laporan. Pemenuhan jam kerja melalui *supervisor daily task* dan *advisor daily task* menjadi komponen penting yang harus diperhatikan peserta untuk dapat mengikuti sidang evaluasi.

UMN  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA