

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan sebuah program dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) untuk memberikan pengalaman lapangan relevan bagi mahasiswa sesuai dengan bidang studi mereka. Tujuan MBKM adalah mempersiapkan mahasiswa memasuki dunia kerja. Kebijakan MBKM sudah disesuaikan dengan Peraturan Mendikbud No. 3 Tahun 2020 berupa memberikan hak kepada mahasiswa untuk belajar di luar program studinya selama 1 semester. Saat ini Universitas Multimedia Nusantara menerapkan empat cluster MBKM yang terdiri dari proyek desa, penelitian, wirausaha, dan pertukaran pelajar. MBKM proyek desa berfokus untuk membantu mengidentifikasi masalah yang dihadapi UMKM serta membuat solusi untuk masalah tersebut.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan usaha produktif milik perorangan maupun suatu badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Kategori UMKM dibagi menjadi tiga, yaitu mikro, kecil, dan menengah. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, memperlihatkan bahwa UMKM telah menyumbang lebih dari 60% ke produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, serta menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di sektor ekonomi. UMKM telah menjadi solusi bagi masyarakat menengah ke bawah, namun masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam pengelolaan bisnis, salah satunya adalah UMKM pisang coklat lumer yang berada di pinggir jalan Desa Curug Sangereng, Kecamatan Kelapa Dua.

Pisang coklat lumer merupakan sebuah UMKM di pinggir jalan Desa Curug Sangereng yang dijalankan oleh Nila Sari beserta suaminya dari pukul 15.00 sore sampai dengan 23.00 malam. Ide usaha ini berawal dari Nila yang melihat tren pisang goreng yang beredar pasca pandemi, lalu menginovasi dengan kreasi

berbagai topping rasa. Untuk harga setiap varian rasa topping produk di sama ratakan sebesar Rp 15.000,00 dengan isi 8-9 pisang, sehingga bisa dibilang cukup terjangkau. Terdapat enam macam varian topping yang ditawarkan yaitu, original gula aren, coklat keju, tiramisu keju, green tea keju, taro keju, dan stroberi keju.

Hingga saat ini, usaha pisang coklat lumer masih dijalankan menggunakan gerobak, sehingga tampilan spanduk pada gerobak menjadi satu-satunya elemen visual yang merepresentasikan usaha tersebut. Nila menyebutkan bahwa pada saat itu ia menggunakan jasa desainer untuk spanduk gerobak dengan budget seadanya, sehingga tampilan visual spanduk gerobak masih terlalu berantakan secara penempatan setiap elemennya, dan hanya menampilkan informasi varian serta harganya saja, tidak ada foto produk yang ditampilkan. UMKM ini masih belum memiliki nama brand yang pasti dan logo yang mencerminkan identitas brand.

Menurut Rahayu (2013), identitas visual merupakan sebuah pesan pertama yang dilihat oleh audiens dan menjadi sebuah randa pembeda antara suatu produk atau jasa dari suatu usaha yang bergerak di bidang yang sama. Tanpa identitas visual yang jelas, UMKM Pisang Coklat Lumer akan mengalami kesulitan untuk membedakan diri dari kompetitor dan membangun loyalitas pelanggan. Identitas visual yang dimaksud berupa kombinasi antara logo, nama merek, kemasan, warna, dan elemen visual lainnya yang dapat menyampaikan citra usaha (Morioka, 2004,18).

Perancangan identitas visual yang kuat dan konsisten menjadi solusi utama bagi UMKM Pisang Coklat Lumer supaya bisa lebih dikenal dan bisa bersaing di tengah pasar. Identitas visual akan dirancang dari awal, mulai dari elemen logo, pemilihan warna, dan tipografi yang mencerminkan karakter dan nilai unik usaha. Pembuatan foto produk yang berkualitas juga dapat memperkuat branding di media sosial. Dengan identitas visual yang lebih kuat, UMKM tidak hanya meningkatkan visibilitasnya, tapi juga membangun kepercayaan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

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

1. Jangkauan UMKM Pisang Coklat Lumer masih cukup sempit karena hanya dikenal oleh warga dalam desa.
2. UMKM Pisang Coklat Lumer masih belum memiliki identitas visual yang jelas sehingga menghambat persaingan di tengah pasar kuliner.

Dari permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, penulis menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan identitas visual UMKM Pisang Coklat Lumer Desa Curug Sangereng?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Dalam perancangan laporan Cluster MBKM Proyek Desa untuk UMKM Pisang Coklat Lumer terdapat batasan yang ditetapkan agar dapat lebih terarah dan efektif, sebagai berikut:

1.3.1 Demografis

- Usia:
 - Primer: 17-25 tahun
 - Sekunder: 35 - 55 tahun
- Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki - laki
- Pendidikan: Sekolah Dasar (SD) - Sarjana
- Pekerjaan: Semua pekerjaan
- Kelas Ekonomi: SES B - C (Berdasarkan data penghasilan website Curug Sangereng)
- Agama: Semua Agama
- Suku: Semua Suku
- Bahasa yang Digunakan: Bahasa Indonesia

1.3.2 Geografis

- Negara: Indonesia
- Iklim: Tropis

- Provinsi: Banten
- Kecamatan: Kelapa Dua
- Desa: Curug Sangereng

1.3.3 Psikografis

- Masyarakat yang gemar makanan manis
- Masyarakat yang menyukai makanan praktis cepat saji
- Masyarakat yang ingin mencari jajanan terjangkau

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dan Tujuan dari MBKM Cluster Proyek Desa ini adalah sebagai berikut:

Merancang identitas visual UMKM Pisang Coklat Lumer Desa Curug Sangereng

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Melalui pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa, terdapat beberapa manfaat yang dirasakan bagi sejumlah pihak

1. Bagi Penulis.

1. Meningkatkan kemampuan dalam meneliti, menganalisis, dan menulis karya ilmiah
2. Mendapatkan kesempatan untuk menerapkan serta mengaplikasikan teori desain secara nyata di lapangan
3. Meningkatkan kemampuan kerja sama dalam sebuah tim
4. Meningkatkan kemampuan mengidentifikasi serta mencari solusi untuk masalah desain di desa
5. Menumbuhkan rasa empati dan kepekaan terhadap permasalahan sosial

2. Bagi Orang Lain.

1. Membantu memecahkan masalah desain pemilik UMKM
2. Meningkatkan penjualan UMKM melalui solusi desain yang ditawarkan

3. Membantu meningkatkan wawasan pembaca terkait bagaimana desain diimplementasikan dalam masalah sosial

3. Bagi Universitas.

1. Meningkatkan reputasi Universitas Multimedia Nusantara sebagai institusi yang berkontribusi nyata bagi masyarakat
2. Membantu memberikan referensi dan gambaran umum terhadap para calon mahasiswa baru yang ingin mengambil Cluster Proyek Desa

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Mahasiswa DKV UMN semester enam wajib memilih salah satu dari empat cluster MBKM, termasuk Cluster Proyek Desa. Program ini berlangsung satu semester (20-21 minggu) dengan beban 20 SKS atau 800 jam kerja. Sebelum pendaftaran dibuka, sosialisasi dan pembekalan dilakukan pada 1 November 2024, diikuti registrasi pada 4 November - 6 Desember 2024. Hasil seleksi diumumkan pada 23 Desember 2024, briefing awal pada 22 Januari 2025, dan program resmi dimulai pada 3 Februari 2025. Evaluasi dilakukan secara berkala, dengan sidang akhir pada 11-12 Juni 2025.

Mahasiswa bekerja dalam kelompok berisi empat orang, terdiri dari dua peminatan, yaitu dua orang Interactive Design dan dua orang lainnya Brand Design. Mereka dibimbing oleh dosen internal serta mentor dari UMKM mitra. Selama program, mahasiswa rutin mengunjungi UMKM untuk mengumpulkan data dan merancang solusi desain. Setiap kelompok juga wajib menjalani delapan kali bimbingan dengan dosen untuk memastikan proyek berjalan sesuai tujuan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A