

BAB II

GAMBARAN UMUM BISNIS

2.1 Profil dan Sejarah Personal Branding Nuvare

Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis yang berada di bawah naungan Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Inkubator ini berfokus pada pengembangan kewirausahaan dan startup berbasis teknologi. Sejak berdiri pada tahun 2013, Skystar Ventures telah menjadi wadah bagi mahasiswa dan masyarakat umum untuk mengembangkan ide bisnis menjadi usaha yang berdaya saing. Melalui berbagai fasilitas seperti ruang kerja bersama, program pembinaan, serta pendampingan langsung dari para mentor profesional, Skystar Ventures membantu mahasiswa memahami proses membangun bisnis dari tahap awal hingga tahap pengembangan. Selain itu, Skystar Ventures juga aktif menjalin kerja sama dengan berbagai mitra industri untuk memperluas jaringan, membuka akses pasar, dan menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif. Hingga saat ini, Skystar Ventures telah melahirkan banyak tim startup mahasiswa yang bergerak di bidang inovasi digital, kreatif, dan sosial, yang memberi kontribusi nyata bagi perkembangan ekosistem kewirausahaan di Indonesia.

Dalam lingkungan yang mendorong kreativitas dan inovasi tersebut, penulis mengembangkan sebuah personal branding bernama *Nuvare*. Nuvare hadir sebagai identitas kreatif yang bergerak di bidang jasa desain, meliputi desain grafis, UI/UX, branding, dan berbagai kebutuhan visual seperti poster, media promosi, dan konten digital. Nama “Nuvare” diambil dari gabungan kata *nova* yang berarti bintang baru dan *rare* yang berarti langka. Makna tersebut menggambarkan semangat untuk menciptakan karya desain yang berbeda, orisinal, dan memiliki nilai estetika yang kuat. Secara filosofi, Nuvare mencerminkan keinginan untuk terus tumbuh dan beradaptasi di dunia desain yang terus berubah. Identitas ini dibangun dengan pendekatan profesional namun tetap menonjolkan sisi emosional dan personal dalam setiap karyanya. Nuvare ingin menunjukkan bahwa setiap karya desain

bukan hanya sekadar bentuk visual, melainkan juga sarana untuk menyampaikan pesan dan emosi yang hidup.

Selama menjalani magang di Skystar Ventures, Nuvare menjadi bentuk representasi kemampuan dan karakter penulis dalam bidang desain. Berbagai proyek seperti pembuatan konten visual, desain media sosial, hingga pengembangan identitas merek menjadi pengalaman yang memperkuat arah dan ciri khas Nuvare sebagai brand pribadi. Melalui dukungan mentor dan lingkungan kerja yang kolaboratif di Skystar Ventures, Nuvare berkembang menjadi identitas yang tidak hanya menampilkan kemampuan teknis desain, tetapi juga visi kreatif yang matang dan siap bersaing di industri kreatif digital.

2.1.1 Profil Nuvare

Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis yang berada di bawah naungan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dengan tujuan utama mencetak generasi wirausaha muda yang inovatif dan berdaya saing global. Visi Skystar Ventures adalah membangun ekosistem kewirausahaan yang mampu melahirkan startup berkelanjutan, sedangkan misinya berfokus pada pemberian dukungan berupa fasilitas ruang kerja, program peatihan , bimbingan mentor, serta akses jejaring industri. Logo Skystar Ventures yang menggambarkan bentuk bintang melambangkan semangat pertumbuhan, kolaborasi dan arah menuju pencapaian yang lebih tinggi. Bidang usaha yang dikembangkan berorientasi pada pengembangan startup berbasis teknologi, digital, dan inovasi kreatif, sehingga mahasiswa maupun peserta program dapat mengubah ide menjadidi model bisnis nyata yang siap bersaing di pasar. Dengan dukungan tersebut, Skystar Ventures berperan penting dalam menumbuhkan budaya kewirausahaan di lingkungan kampus sekaligus mendorong lahirnya perusahaan rintisan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

2.1.2 Sejarah Nuvare

Program Selfpreneur merupakan salah satu program pengembangan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures Universitas

Multimedia Nusantara (UMN). Program ini dirancang untuk mendorong mahasiswa agar mampu mengembangkan ide bisnis mandiri dengan pendampingan langsung dari mentor profesional. Melalui program ini, mahasiswa diajak memahami proses membangun bisnis dari tahap perencanaan, pengembangan konsep, validasi pasar, hingga penyusunan strategi promosi dan pitching. Selfpreneur menjadi wadah yang memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk mengasah kemampuan berpikir kreatif, berinovasi, serta mempraktikkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dalam konteks nyata.

Dari program Selfpreneur inilah lahir sebuah brand bernama Nuvare, yang dikembangkan oleh penulis sebagai identitas usaha di bidang desain kreatif. Nuvare berdiri di bawah bimbingan dan pembinaan Skystar Ventures sebagai salah satu inkubator bisnis kampus. Skystar Ventures sendiri memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan, mentoring, serta ruang untuk mengembangkan ide agar dapat berkembang menjadi bisnis yang profesional dan berkelanjutan.

Nuvare berfokus pada penyediaan jasa desain yang luas, mencakup desain grafis, UI/UX, branding, serta berbagai kebutuhan media visual seperti poster, banner, dan konten digital. Brand ini dibentuk sebagai wadah bagi individu maupun bisnis yang membutuhkan solusi visual yang kreatif dan berkarakter. Nama “Nuvare” berasal dari gabungan dua kata, “*nova*” yang berarti bintang baru dan “*rare*” yang berarti langka, melambangkan semangat untuk menghadirkan desain yang unik, berbeda, dan memiliki nilai emosional.

Secara filosofi, Nuvare dibangun dengan keyakinan bahwa desain bukan hanya tentang tampilan visual, tetapi juga tentang makna dan cerita yang disampaikan di baliknya. Nuvare ingin menunjukkan bahwa setiap karya yang dihasilkan memiliki kedalaman emosi dan kehidupan di dalamnya. Dengan prinsip tersebut, Nuvare berkomitmen menghadirkan karya yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga memiliki kekuatan pesan dan dampak bagi audiens.

Keberadaan Nuvare di bawah naungan Skystar Ventures memberikan kesempatan untuk berkembang dalam lingkungan yang profesional dan kolaboratif. Melalui dukungan mentor, pelatihan, serta jejaring industri yang luas, Nuvare dapat memantapkan arah bisnisnya sebagai penyedia layanan desain kreatif yang kompeten dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Dengan fondasi tersebut, Nuvare tidak hanya menjadi proyek dalam program Selfpreneur, tetapi juga menjadi langkah awal menuju terbentuknya brand desain yang memiliki nilai dan identitas yang kuat di dunia industri kreatif.

2.2 Identitas Nuvare

Nuvare Design merupakan identitas usaha yang dibangun sebagai representasi dari gaya berpikir dan karakter desain yang profesional, sederhana, namun memiliki makna mendalam. Logo Nuvare menggunakan tipografi sans-serif modern dengan bentuk huruf tegas dan jarak antarhuruf yang renggang, mencerminkan kejelasan, kestabilan, serta kesan elegan yang ingin ditampilkan oleh brand ini. Pemilihan warna hitam pada logo melambangkan profesionalisme, ketegasan, dan kepercayaan diri, sedangkan latar berwarna netral menggambarkan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi terhadap berbagai gaya visual. Secara keseluruhan, identitas visual ini menonjolkan kesan minimalis dan modern, sejalan dengan nilai utama yang diusung Nuvare, yaitu desain yang bersih, kuat, dan bermakna.

Nuvare Design berfokus pada penyediaan layanan desain yang mencakup berbagai bidang kreatif, antara lain desain grafis, UI/UX, branding, serta media promosi digital. Setiap proyek yang dikerjakan tidak hanya menonjolkan aspek estetika, tetapi juga mengutamakan pemahaman terhadap kebutuhan klien serta pesan yang ingin disampaikan melalui visual. Brand ini dibangun dengan keyakinan bahwa desain adalah bahasa komunikasi yang dapat membentuk persepsi, menyampaikan emosi, dan menumbuhkan nilai pada sebuah merek atau produk. Filosofi utama Nuvare dirangkum dalam tagline "*Design that bleeds, Brand that breathes.*" Kalimat ini mencerminkan keyakinan bahwa setiap desain lahir dari proses yang mendalam, penuh emosi, dan memiliki kehidupan di

dalamnya. “*Design that bleeds*” menggambarkan dedikasi dan ketulusan dalam proses kreatif, sedangkan “*Brand that breathes*” menandakan bahwa hasil desain yang baik akan membuat sebuah merek terasa hidup dan memiliki jiwa. Filosofi ini menjadi dasar bagi setiap karya yang dihasilkan *Nuvare* bahwa desain bukan hanya tentang tampilan, tetapi juga tentang perasaan, pesan, dan makna yang ingin disampaikan kepada audiens.



Gambar 2.1 Logo Dokumentasi Pribadi

2.2.1 Portofolio Nuvare

Portofolio ini berfungsi sebagai media dokumentasi sekaligus personal branding yang merepresentasikan identitas profesional sebagai seorang desainer. Setiap karya yang ditampilkan berasal dari pengalaman magang, organisasi kampus, maupun proyek pribadi. Dengan adanya portofolio ini, penulis dapat menunjukkan variasi keterampilan desain mulai dari social media handling, UI/UX, fotografi, poster, brand redesign, hingga motion graphics.

2.2.2 Social Media Handling -PT Satsindo

Salah satu proyek yang ditampilkan adalah pengalaman mengelola media sosial untuk PT Satsindo pada periode 2024–2025. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab membuat konten berupa poster dan banner digital yang digunakan untuk promosi perusahaan. Tantangan utama dari proyek ini adalah menjaga konsistensi visual agar sesuai dengan identitas perusahaan, sekaligus memastikan desain mudah dipahami audiens di platform digital. Hasil karya yang ditampilkan pada portofolio menunjukkan pemahaman dalam menggabungkan elemen visual dengan strategi komunikasi pemasaran.



Gambar 2.2 Gambar Design Portofolio PT Satsindo

2.2.3 Instagram Feeds – Ramen

Dalam proyek social media handling untuk brand ramen, penulis membuat serangkaian desain promosi dengan tujuan menarik perhatian audiens di media sosial. Setiap desain menonjolkan varian menu, mulai dari *Special Ramen*, *Shoyu Ramen*, *Chashu Ramen*, *Spicy Ramen*, *Ramen Packet*, hingga *Spicy Mala Ramen*. Desain menggunakan warna merah dominan sebagai simbol kehangatan dan nafsu makan, dipadukan dengan tipografi tegas yang memudahkan pesan untuk dibaca cepat oleh pengguna media sosial. Selain menampilkan foto makanan dengan kualitas tinggi,

elemen visual seperti diskon dan label “NEW” ditambahkan untuk menekankan nilai promosi. Melalui karya ini, penulis menunjukkan kemampuan membuat konten visual yang bukan hanya menarik, tetapi juga mendukung strategi pemasaran digital.



Gambar 2.3 Gambar Design Portofolio Ramen

2.2.4 Instagram Feeds – Sandwich

Untuk proyek desain sosial media sandwich, penulis mengembangkan visual yang lebih segar dengan dominasi warna oranye cerah, menonjolkan kesan energik dan modern. Setiap desain menampilkan produk dengan gaya fotografi *close-up* agar tekstur dan kelezatan sandwich terlihat jelas. Beberapa desain seperti *Panini Sandwich*, *Tasty Sandwich*, *Mexican Sandwich*, hingga *Rimberio Sandwich* menonjolkan variasi produk yang ditawarkan brand. Elemen tipografi dibuat besar dan kontras untuk menarik perhatian dalam hitungan detik saat pengguna melakukan

scrolling. Selain itu, komposisi visual diatur agar setiap postingan bisa berdiri sendiri namun tetap konsisten sebagai satu kesatuan kampanye. Proyek ini membuktikan bahwa penulis tidak hanya mampu mengolah desain secara estetis, tetapi juga memahami aspek komunikasi visual yang efektif untuk media sosial.



Gambar 2.4 Gambar Design Portofolio Sandwich

2.2.5 Robocamp UMN

Proyek lain yang menjadi bagian penting portofolio adalah keterlibatan sebagai Koordinator Dokumentasi dan Desain Visual dalam acara Robocamp UMN. Dalam proyek ini, penulis membuat berbagai kebutuhan visual mulai dari poster, logo, banner, hingga lanyard untuk panitia dan peserta. Karya desain logo Robocamp menampilkan simbol gear dan elemen robotik sebagai representasi tema teknologi. Sementara itu, poster dan banner menggunakan tipografi tegas dengan warna kontras untuk

menekankan suasana kompetisi. Melalui proyek ini, penulis belajar bagaimana mengelola identitas visual sebuah acara sekaligus menjaga konsistensi desain di berbagai media.



Gambar 2.5 Gambar Design Robocamp UMN

2.2.6 UI/UX Design – *Cycle Up*

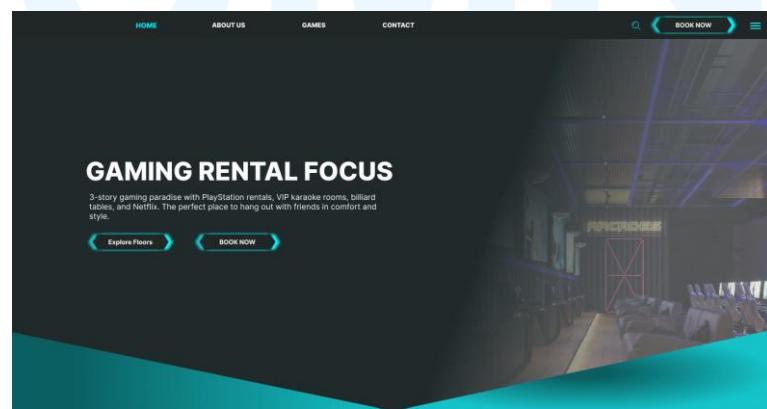
Pada bidang UI/UX, penulis menampilkan karya aplikasi “Cycle Up” yang dirancang sebagai platform untuk mendorong masyarakat bersepeda dan berjalan kaki guna mengurangi polusi udara. Proyek ini melibatkan pembuatan *design system*, alur aplikasi, hingga prototipe tampilan antarmuka. Dalam desainnya, penulis menekankan kesederhanaan dan kemudahan navigasi agar aplikasi dapat digunakan dengan nyaman oleh berbagai kalangan. Melalui proyek ini, penulis menunjukkan kemampuan mengintegrasikan desain estetis dengan fungsi praktis.



Gambar 2.6 Gambar Design UI UX *Cycle Up*

2.2.7 UI/UX Design – *GAMING RENTAL*

Pada bidang UI/UX, penulis menampilkan karya aplikasi “Cycle Up” yang dirancang sebagai platform untuk mendorong masyarakat bersepeda dan berjalan kaki guna mengurangi polusi udara. Proyek ini melibatkan pembuatan *design system*, alur aplikasi, hingga prototipe tampilan antarmuka. Dalam desainnya, penulis menekankan kesederhanaan dan kemudahan navigasi agar aplikasi dapat digunakan dengan nyaman oleh berbagai kalangan. Melalui proyek ini, penulis menunjukkan kemampuan mengintegrasikan desain estetis dengan fungsi praktis.



Gambar 2.7 Gambar Design UI UX *GAMING RENTAL*

2.2.8 Brand Redesign – *Demie Bakmie*

Proyek brand redesign Demie Bakmie menampilkan eksplorasi identitas visual untuk sebuah brand kuliner. Penulis membuat logo baru dengan tipografi yang lebih modern dan elemen grafis yang mencerminkan kesan ramah serta dekat dengan target pasar anak muda. Selain itu, pemilihan warna hangat digunakan untuk menonjolkan suasana akrab dan menyenangkan. Redesign ini bertujuan memberikan tampilan segar yang tetap mempertahankan identitas utama brand, tetapi lebih sesuai dengan tren visual saat ini.



Gambar 2.8 Brand Redesign – Demie Bakmie



Gambar 2.9 Brand Redesign – Demie Bakmie

2.2.9 Brand Redesign – *Ranch Market*

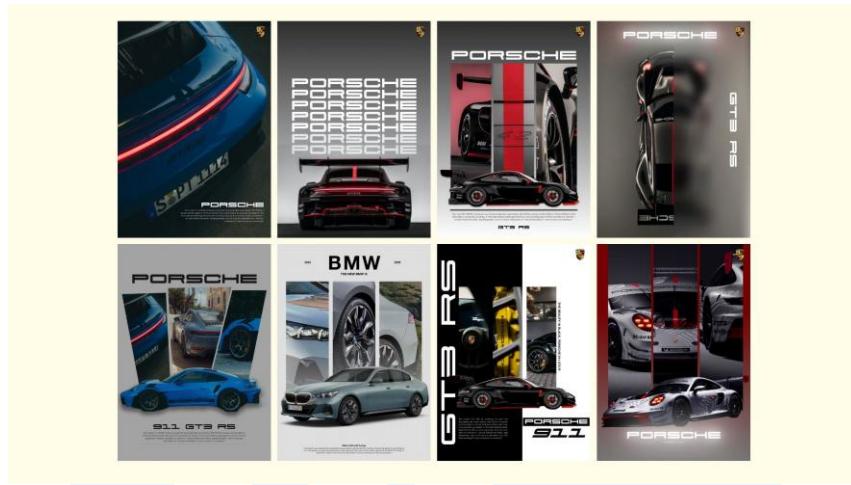
Selain Demie Bakmie, penulis juga melakukan brand redesign untuk Ranch Market. Dalam proyek ini, fokus desain diarahkan pada penyegaran logo agar lebih minimalis dan mudah diaplikasikan pada berbagai media. Elemen warna alami digunakan untuk menegaskan citra pasar modern yang sehat dan ramah lingkungan. Melalui proyek ini, penulis belajar bagaimana memperkuat pesan merek melalui identitas visual yang sederhana, konsisten, dan relevan dengan audiens.



Gambar 2.10 Brand Redesign – *Ranch Market*

2.2.1 Poster Design

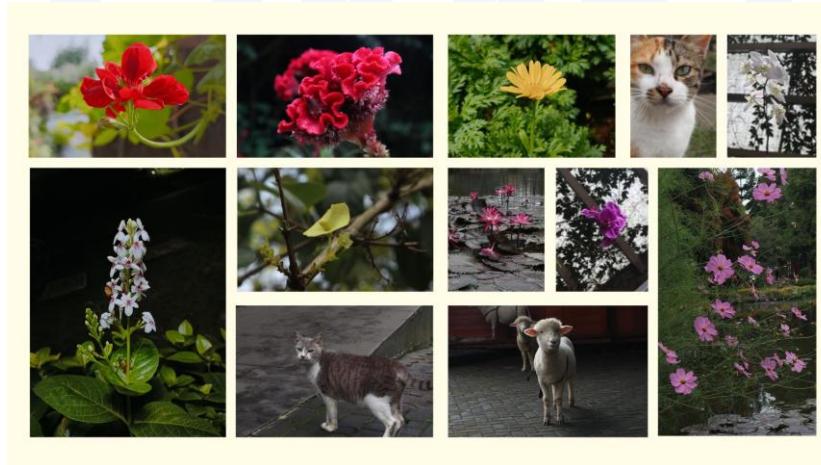
Portofolio juga memuat berbagai karya poster yang dibuat untuk keperluan akademik maupun proyek pribadi. Poster tersebut menunjukkan kemampuan eksplorasi tipografi, ilustrasi, serta komposisi warna yang beragam. Beberapa poster berfokus pada tema promosi acara, sementara yang lain mengusung konsep kreatif sebagai eksperimen visual. Melalui karya poster, penulis berlatih menyampaikan pesan secara singkat namun kuat melalui media cetak maupun digital.



Gambar 2.11 Poster Design

2.2.2 Photography

Selain karya desain, portofolio juga menampilkan hasil fotografi dan dokumentasi acara kampus. Karya fotografi memperlihatkan kemampuan dalam menangkap momen dengan komposisi visual yang baik, sedangkan dokumentasi kampus seperti kegiatan Robocamp UMN menunjukkan keterampilan dalam mendukung kebutuhan publikasi acara. Bagian ini melengkapi portofolio dengan menunjukkan kemampuan di bidang visual yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada desain grafis.



Gambar 2.12 Photography



Gambar 2.13 Photography

2.3 Strategi Nuvare

Dalam proses pengembangannya, Nuvare Design memiliki beberapa strategi yang dijalankan untuk membangun identitas dan menjaga kualitas setiap karyanya. Strategi utama yang diterapkan berfokus pada keseimbangan antara tampilan visual dan makna di balik desain. Setiap hasil karya tidak hanya ditujukan agar menarik secara estetis, tetapi juga mampu menyampaikan pesan yang sesuai dengan tujuan komunikasi klien. Dengan pendekatan ini, Nuvare berusaha menciptakan desain yang tidak hanya enak dilihat, tetapi juga bermakna dan relevan bagi audiens yang dituju.

Sebelum memulai sebuah proyek, Nuvare selalu melakukan riset kecil untuk memahami kebutuhan dan karakter merek yang akan dikerjakan. Proses ini mencakup pengamatan terhadap gaya visual yang sesuai, target pasar, hingga tone komunikasi yang digunakan. Langkah ini menjadi dasar agar hasil desain tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memiliki arah yang jelas dan tepat sasaran. Pendekatan berbasis empati ini membantu Nuvare untuk memahami bagaimana audiens berinteraksi dengan sebuah merek, sehingga hasil akhirnya dapat terasa lebih hidup dan dekat secara emosional.

Dalam pengelolaan identitasnya, Nuvare juga menerapkan konsistensi visual di setiap media yang digunakan, terutama pada platform digital seperti Instagram, Behance, dan portofolio daring. Semua unggahan dirancang dengan gaya visual

yang senada bersih, tegas, dan terorganisir. Hal ini bertujuan untuk membangun citra profesional sekaligus memudahkan audiens mengenali karakter visual Nuvare. Konsistensi ini menjadi bagian penting dari strategi branding, karena memperkuat kesan bahwa Nuvare adalah brand yang memiliki arah desain yang jelas dan identitas yang kuat.

Selain menjaga kualitas karya, Nuvare juga aktif membangun kehadiran digital melalui strategi pemasaran berbasis konten. Setiap unggahan dibuat bukan sekadar untuk menampilkan hasil desain, tetapi juga untuk membagikan proses berpikir di baliknya. Pendekatan ini digunakan untuk menunjukkan bahwa setiap karya memiliki alasan visual dan konsep yang dipertimbangkan dengan matang. Melalui cara tersebut, Nuvare tidak hanya dikenal dari hasil akhirnya, tetapi juga dari proses dan cara berpikir desain yang dimiliki.

