

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang *Community and Engagement Program*

*Community and Engagement Program* adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat di luar kampus, secara langsung bersama-sama masyarakat mengidentifikasi potensi dan menangani masalah (Universitas Multimedia Nusantara, 2023). *Community and Engagement Program* mendorong mahasiswa mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki untuk membantu meningkatkan kapabilitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menggerakkan roda perekonomian Indonesia serta mendistribusikan hasil-hasil pembangunan ekonomi (Sudartono et al., 2022, h.20). Hadirnya UMKM membuka peluang kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi warga yang menjadi salah satu penggerak utama perekonomian desa.

Pandemi Covid-19 menimbulkan permasalahan perekonomian pada dunia internasional termasuk di Indonesia, terutama bagi UMKM yang melakukan penjualan secara *offline*. Dikutip dari Kementerian Koperasi dan UMKM, Rosita (2020) mengatakan bahwa UMKM paling terdampak dari pandemi Covid-19 adalah mereka yang bergerak di bidang jasa dan produksi, terutama sektor makanan dan minuman. Hal ini memicu banyak UMKM mengalami penurunan penjualan, kekurangan modal, hingga bangkrut. Melati (2022) mengatakan bahwa pasca pandemi Covid-19, UMKM perlahan mulai bangkit dan peningkatan jumlah UMKM bertransformasi digital merupakan fondasi bagi Indonesia untuk mengoptimalkan potensi ekonomi digitalnya. Sadar akan potensi tersebut, UMKM Dbumbu, Dapur Azriel, dan NaS Parfum telah melakukan penjualan secara *online* melalui beberapa platform digital seperti aplikasi *mobile*, *website* dan media sosial.

Dbumbu merupakan UMKM di Kecamatan Pamulang dengan fokus pada bidang *Food and Beverage* (F&B), khususnya pada produk bumbu dapur dan rempah-rempah. Dbumbu ditujukan untuk pelaku usaha kuliner seperti warung makan, restoran dan usaha *catering*, dengan kelas ekonomi menengah. Dapur Azriel juga merupakan UMKM dengan fokus pada bidang *Food and Beverage* (F&B) yaitu dimsum, sedangkan NaS Parfum merupakan UMKM yang berfokus pada bidang kosmetik terutama parfum. Pemilik Dbumbu, Guruh mengatakan saat sesi wawancara pada 9 Februari 2026, bahwa identitas visual Dbumbu masih kurang menonjol, elemen visual belum mampu menggambarkan identitas Dbumbu secara optimal, baik pada desain kemasan, *stand*, ataupun desain promosi untuk media sosial. Hal tersebut membuat merek terlihat sama dengan usaha lain dan pembeli merasa kesulitan untuk membedakan produk karena tidak ada pembeda yang jelas. Permasalahan tersebut juga berpengaruh pada keputusan pembeli, karena citra merek Dbumbu yang terlihat kurang menarik dan lemah secara keseluruhan. Citra merek atau *brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek yang kurang positif berpotensi menurunkan minat membeli konsumen (Regita et al., 2023).

Permasalahan serupa juga ditemukan pada UMKM Dapur Azriel dan NaS Parfum. Pemilik Dapur Azriel, Badru mengatakan saat sesi wawancara pada 12 Februari 2026, bahwa identitas visual UMKM masih lemah karena menggunakan elemen dari Canva, kondisi tersebut membuat identitas visual Dapur Azriel rentan terhadap kesamaan dengan kompetitor, bahkan ditemukan merek lain dengan logo serupa, begitu juga pada desain kemasan, media promosi, dan *stand*. Sementara itu, Nano & Putri selaku pemilik UMKM NaS Parfum mengatakan saat sesi wawancara pada 14 Februari 2026, bahwa elemen identitas visual merek seperti supergrafis belum lengkap sehingga desain kemasan dan *booth* saat ini masih monoton dengan usaha serupa, hal itu membuat pemilik ingin pengembangan desain dengan tampilan bersih, rapi dan tidak berlebihan. Maka dari itu, diperlukan perancangan identitas visual yang kuat pada ketiga UMKM, dengan harapan identitas visual dapat menjadi langkah untuk meningkatkan *brand awareness* di kalangan masyarakat.

## 1.2 Batasan Masalah *Community and Engagement Program*

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menentukan batasan masalah dalam perancangan identitas visual yang efektif bagi UMKM Dbumbu, Dapur Azriel dan NaS Parfum dengan segmentasi sebagai berikut.

1. Demografis
  - a. Usia: 20-30 tahun
  - b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
  - c. Pekerjaan: Karyawan, Wirausaha
  - d. Kelas Ekonomi: Menengah (SES B)
  - e. Status: Menikah & Belum Menikah
  - f. Agama: Universal
  - g. Suku: Universal
2. Geografis
  - a. Kota/Kabupaten: Tangerang Selatan
  - b. Provinsi: Banten
3. Psikografis
  - a. Sikap: *friendly*, ramah, suka bersosialisasi, sederhana.
  - b. Gaya Hidup: Peduli dengan kesehatan, pengguna sosial media aktif, mengutamakan kepraktisan.
4. Perilaku
  - a. Loyalitas: Tingkat loyalitas tinggi, banyak dari pelanggan melakukan pembeli ulang.
  - b. Keputusan Pembelian: Melalui komunitas, pengalaman pembelian sebelumnya, kualitas produk.

Melalui penjabaran batasan masalah tersebut, diketahui bahwa UMKM Dbumbu, Dapur Azriel, serta NaS Parfum ditujukan kepada semua jenis kelamin berusia 20-30 tahun dengan fokus pada daerah Tangerang Selatan dan memiliki status ekonomi menengah (SES B). Selain itu, target memiliki karakteristik ramah, suka bersosialisasi, sederhana, peduli dengan kesehatan, sederhana, pengguna sosial media aktif, mengutamakan kepraktisan, serta memiliki tingkat loyalitas

tinggi pada suatu merek yang ditunjukkan melalui pembelian ulang produk, namun aspek ini juga dipengaruhi oleh pengalaman pembelian sebelumnya dan kualitas produk.

### **1.3 Rumusan Masalah *Community and Engagement Program***

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut.

1. *Branding* pada identitas visual dan *stand* promosi pada UMKM Dbumbu kurang maksimal.
2. Dibutuhkan *rebranding* terutama pada identitas visual dan *stand* pada UMKM Dapur Azriel.
3. Kurang lengkapnya identitas visual, khususnya pada elemen supergrafis dalam *branding* UMKM NaS Parfum.

Maka dari itu pertanyaan penelitian dari perancangan ini adalah bagaimana melakukan perancangan identitas visual yang sesuai dengan citra merek UMKM Dbumbu, Dapur Azriel dan NaS Parfum?

### **1.4 Maksud dan Tujuan *Community and Engagement Program***

Penulis mengambil PROSTEP *Community and Engagement Program* dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dengan merancang identitas visual yang kuat dan konsisten sehingga UMKM Dbumbu, Dapur Azriel dan NaS Parfum mampu bertahan di tengah persaingan ketat antar pasar.

### **1.5 Manfaat Melaksanakan *Community and Engagement Program***

Dengan solusi desain yang telah disampaikan penulis, perancangan karya ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

1. Bagi Penulis.

Melalui perancangan ini, penulis mendapatkan pengalaman serta pemahaman bagaimana menyelesaikan permasalahan desain dengan menerapkan kemampuan dan ilmu desain komunikasi visual guna meningkatkan citra merek serta daya saing UMKM.

## 2. Bagi Orang Lain.

Melalui proyek ini, UMKM Dbumbu, Dapur Azriel dan NaS Parfum memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten sehingga UMKM dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Proyek ini juga diharapkan mampu meningkatkan pemahaman seputar desain bagi orang awam.

## 3. Bagi Universitas.

Melalui hasil perancangan, diharapkan karya dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pada bidang Desain Komunikasi Visual dan mampu menjadi referensi yang bermutu bagi mahasiswa, baik saat melaksanakan PROSTEP *Community and Engagement Program* maupun mengerjakan perancangan dengan topik identitas visual.

### 1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan *Community and Engagement Program*

*Professional Skill Enhancement Program* (PROSTEP) merupakan gubahan terbaru dari Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka yaitu program kurikulum yang sejalan dengan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan sebagai salah satu program pengembangan kompetensi. PROSTEP *Community and Engagement Program* merupakan salah satu program dari empat program yang ditawarkan dimana program ini mengikutsertakan mahasiswa semester 6 sebagai salah satu bentuk pengabdian terhadap desa atau UMKM di lingkungan sekitar. Pelaksanaan PROSTEP *Community and Engagement Program* ini berbobot 20 SKS, atau setara dengan 640 jam kerja untuk *Supervisor daily task* dan 207 jam kerja untuk *Advisor daily task*, setara dengan 18-20 minggu dalam 1 semester. Program ini memiliki alur pengerjaan yang terbagi menjadi empat tahapan sebagai berikut.

Tabel 1.1 Skema alur PROSTEP *Community and Engagement Program*

SKEMA ALUR PRO-STEP PRODI DKV	
<b>TAHAP 1: PRE- ACTIVITIES PRO-STEP PROGRAM</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mahasiswa WAJIB melakukan bimbingan akademik dengan dosen PA (pembimbing akademik) untuk berdiskusi menentukan Program PRO-STEP yang akan ditempuh.</li><li>- Mengisi PRA-KRS (Pre-Enrolment) sesuai kalender akademik UMN dan memilih Program PRO-STEP sesuai hasil bimbingan akademik.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- WAJIB mengikuti Sosialisasi / Briefing PRO-STEP yang dilaksanakan oleh Prodi DKV</li> </ul>
<b>TAHAP 2: REGISTRASI PRO-STEP PROGRAM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa melakukan Registrasi Program PRO-STEP melalui OneDrive Form yang dikirimkan ke student email mahasiswa.</li> <li>- Pilihan Program PRO-STEP saat PRA-KRS dan OneDrive Form dan pada saat pengisian KRS WAJIB sama</li> </ul>
<b>TAHAP 3: PELAKSANAAN PRO-STEP PROGRAM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa bergabung kedalam grup line Program PRO-STEP untuk memudahkan proses koordinasi dalam pelaksanaan Program PRO-STEP</li> <li>- Link Group Line akan dikirimkan melalui email student.</li> <li>- Mahasiswa melakukan Registrasi PRO-STEP kedalam website PRO-STEP (akan dipandu dengan buku panduan User Guide Website PRO-STEP untuk Mahasiswa)</li> <li>- Mahasiswa melaksanakan proses pelaksanaan PRO-STEP (registrasi &gt; bimbingan &gt; Evaluasi 1, Evaluasi 2, dan Sidang Evaluasi PRO-STEP)</li> </ul>
<b>TAHAP 4: PASCA PRO-STEP PROGRAM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengumuman hasil akhir (lulus atau tidak lulus) PRO-STEP</li> <li>- Melanjutkan ke tahap selanjutnya (TA/Magang)</li> </ul>

Program ini juga memiliki prosedur alur pendaftaran yang dimulai dari tahap sosialisasi PROSTEP sampai dengan sidang evaluasi 2 PROSTEP *Community and Engagement Program* dan diakhiri dengan submisi laporan akhir sidang evaluasi 2 ke dalam *website* PROSTEP.

Tabel 1.2 Prosedur alur PROSTEP *Community and Engagement Program*

AGENDA	WEEK	TANGGAL	KETERANGAN
Sosialisasi Cluster PRO-STEP		10 November 2025	Sosialisasi Cluster PRO-STEP (Onsite – Lecturer Theater)
Periode Registrasi PRO-STEP		10 November 2025 – 1 Desember 2025	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periode registrasi Cluster PRO-STEP melalui website merdeka.</li> <li>2. Submit LoA (Letter of Acceptance) Cluster PRO-STEP untuk mendapatkan PRO-STEP 02.</li> <li>3. LoA dapat diunduh link: <a href="http://bit.ly/PRO-STEP_GSL25-26">bit.ly/PRO-STEP_GSL25-26</a></li> </ol>

			<p>pilih folder PRO-STEP anda &gt; Folder 01. LoA (Letter of Acceptance).</p> <p>4. Tanpa PRO-STEP 02 anda tidak akan terdata sebagai Peserta PRO-STEP dan tidak dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya.</p>
Pengumuman Hasil Seleksi PRO-STEP Tahap 1		8 Desember 2025	Pengumuman hasil seleksi Diterima/Revisi
Submit Revisi Proposal PRO-STEP		12 Desember 2025	Submit Revisi Proposal PRO-STEP melalui OneDrive Form, maksimal 17.00
Pengumuman Final Penerimaan PRO-STEP		16 Desember 2025	Keputusan Final Penerimaan PRO-STEP Diterima/Ditolak
KRS		19 Januari 2026 – 23 Januari 2026	My.umn.ac.id
KRS Tambah Ganti		28 Januari 2026 – 29 Januari 2026	My.umn.ac.id
START	1	2 Februari 2026	
Periode Bimbingan Tahap 1	1 - 5	2 Februari 2026 – 6 Maret 2026	Periode bimbingan PRO-STEP (Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting).
Evaluasi 1 Cluster PRO-STEP	6	9 Maret 2026 – 13 Maret 2026	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periode Penilaian Evaluasi 1 PRO-STEP, dilakukan secara individu.</li> <li>2. Mahasiswa Peserta PRO-STEP memenuhi prasyarat menempuh Evaluasi 1.</li> <li>3. Mahasiswa Peserta PRO-STEP submit laporan evaluasi 1 melalui website PRO-STEP, menggunakan menu “upload file”.</li> </ol>

			<p>4. Mahasiswa Peserta PRO-STEP WAJIB menginfokan Dospem Internal dan Eksternal untuk menginput nilai Evaluasi 1 ke dalam website PRO-STEP.</p> <p>5. Mahasiswa tetap dapat menginput daily task (supervisor dan advisor daily task) selama periode Evaluasi 1 PRO-STEP.</p>
Periode Bimbingan Tahap 2	7 - 8	16 Maret 2026 – 27 Maret 2026	Periode bimbingan Cluster PRO-STEP (Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting).
UTS (Ujian Tengah Semester)	UTS	30 Maret 2026 – 11 April 2026	Periode UTS Genap (Perkuliahan reguler, non PRO-STEP)
Periode Bimbingan Tahap 2	9 - 13	13 April 2026 – 22 Mei 2026	Periode bimbingan Cluster PRO-STEP (Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting).
Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP	14	18 Mei 2026 – 29 Mei 2026	<p>1. Periode Penilaian Evaluasi 2 dilakukan secara individu. Mahasiswa Peserta PRO-STEP telah memenuhi prasyarat menempuh Evaluasi 2.</p> <p>2. Mahasiswa Peserta PRO-STEP submit laporan Evaluasi 2 melalui website PRO-STEP, menggunakan menu “upload file”.</p> <p>3. Mahasiswa Peserta PRO-STEP WAJIB menginfokan Dospem Internal dan Eksternal untuk menginput nilai Evaluasi 2 ke dalam website PRO-STEP.</p>
Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang Evaluasi 2		25 Mei 2026 – 26 Mei 2026	1. Dosen Pembimbing Internal melakukan pengecekan terkait kerangka, konten, judul dan kelengkapan dokumen Laporan Sidang PRO-STEP sebelum

Cluster PRO-STEP			<p>mahasiswa bimbingannya melakukan registrasi Sidang Evaluasi 2.</p> <p>2. Pastikan Laporan Sidang Evaluasi 2 PRO-STEP sudah sesuai template, dan peserta sudah memenuhi prasyarat baik akademis dan administratif untuk melakukan registrasi sidang.</p>
Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP		28 Mei 2026	Batas Akhir Registrasi Sidang Evaluasi 2, pukul 17.00
Sidang Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP		2 Juni 2026 – 3 Juni 2026	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periode Sidang Evaluasi 2 (offline/onsite).</li> <li>2. Jadwal sidang akan diumumkan melalui email student dan blast Line Group.</li> <li>3. Detail dan tata cara sidang akan dijelaskan dalam bab selanjutnya pada buku ini.</li> </ol>
UAS (Ujian Akhir Semester)	UAS	2 Juni 2026 – 13 Juni 2026	Periode UAS Genap (perkuliahan regular non PRO-STEP)
Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster PRO-STEP, Submit ke dalam Website PRO-STEP		9 Juni 2026 – 10 Juni 2026	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periode Pengumpulan Laporan Sidang Evaluasi 2 yang sudah di revisi dan mendapatkan TTD Pengesahan dari Dewan Sidang.</li> <li>2. Tata cara revisi dan TTD lembar pengesahana menyesuaikan arahan Dewan Sidang.</li> <li>3. Atur timeline revisi sebaik mungkin.</li> </ol>

<p>Batas Akhir Submit Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster PRO-STEP</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peserta mengecek deadline/batas akhir submisi laporan dari website PRO-STEP masing-masing.</li> <li>2. Tenggat waktu revisi dan pengesahan s/d submisi HANYA 2 MINGGU setelah tanggal Sidang Evaluasi 2</li> <li>3. Contoh: Sidang Tanggal 10 Juli – Maka Batas Akhir Submisi ke website Merdeka adalah tanggal 24 Juli, jam 17.00.</li> <li>4. Jika terjadi kekurangan kelengkapan Laporan Final, maka Koordinator/Admin FSD akan menghubungi mahasiswa melewati dosen pembimbing intenal Cluster dan melalui email student mahasiswa.</li> </ol>
---	--

Berdasarkan tabel waktu dan prosedur pelaksanaan *Community and Engagement Program*, dapat diketahui bahwa setiap tahapan kegiatan dirancang secara sistematis untuk memastikan proses dapat berjalan secara optimal. Keterangan pembagian waktu dan jadwal pada setiap kegiatan memungkinkan mahasiswa dalam mempersiapkan, melaksanakan, hingga mengevaluasi kegiatan secara terstruktur. Dengan perencanaan dan pembagian waktu yang diberikan, diharapkan seluruh rangkaian dapat berjalan secara efektif. Selain itu, mahasiswa dapat merasakan dan mendapatkan pembelajaran mengenai pengabdian kepada masyarakat secara optimal, sehingga mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi UMKM sasaran.

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