

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang *Community and Engagement Program*

Proyek membangun desa merupakan bentuk pembelajaran yang memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat di luar area kampus guna mengidentifikasi dan membantu menyelesaikan permasalahan pada suatu desa. Program ini diharapkan dapat membantu mengembangkan potensi desa melalui solusi yang ditawarkan oleh mahasiswa (Universitas Muhammadiyah Metro, 2023). Program pembangunan desa juga mencakup pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada pada desa tersebut. UMKM memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian Indonesia karena mampu menciptakan lapangan kerja baru, menyerap tenaga kerja, serta membantu menurunkan tingkat pengangguran. Selain itu, UMKM juga berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia (Rahmadani et al., 2023).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang berkembang pesat di Indonesia. Namun, di era digital yang terus berkembang, para pelaku UMKM dihadapkan dengan tantangan yang memaksa mereka untuk mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pasar yang cepat. Tidak sedikit dari UMKM yang menghadapi masalah seperti keterbatasan akses terhadap internet dan teknologi, infrastruktur yang belum merata, serta rendahnya literasi digital (Sitompul et al., 2025). Kondisi tersebut juga berdampak pada aspek komunikasi visual dan strategi promosi yang belum optimal. Permasalahan ini dialami oleh UMKM DBumbu di Kecamatan Pamulang, serta UMKM di daerah sekitar seperti NaS Parfum dan Dapur Azriel juga turut mengalami masalah serupa.

DBumbu merupakan UMKM yang bergerak di bidang penjualan bumbu-bumbu dapur, rempah-rempah, dan bahan makanan kering yang didirikan oleh Guruh Mahendra sejak tahun 2019 di Griya Asri Pamulang, Tangerang Selatan. UMKM DBumbu memiliki beberapa keunggulan dalam menawarkan produk-

produknya, seperti memberikan informasi terkait manfaat dan khasiat dari setiap bumbu dapur yang dijual, harga yang relatif terjangkau, serta ukuran kemasan produk yang bervariasi. Namun, berdasarkan wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM DBumbu, yaitu Guruh Mahendra pada 9 Februari 2026, didapati bahwa desain media *collateral* DBumbu masih belum optimal dan konsisten dalam penggunaan prinsip desain. Pemilik UMKM DBumbu juga mengakui masih kurang memahami dengan jelas mengenai penggunaan teknologi dan *platform* desain untuk membuat setiap media *collateral*.

Media *collateral* merupakan salah satu elemen penting dalam kegiatan pemasaran yang berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai suatu merek kepada konsumen. Menurut Rajagukguk (2022), media *collateral* dapat membantu membangun identitas merek yang lebih konsisten dan profesional sehingga mampu meningkatkan citra merek, kesadaran merek, serta mendukung kegiatan pemasaran serta penjualan. Oleh karena itu, perancangan media *collateral* perlu memperhatikan berbagai aspek desain komunikasi visual, seperti keterbacaan, kejelasan hierarki, serta efektivitas elemen visual yang digunakan. Apabila aspek-aspek tersebut tidak dirancang dengan baik, maka informasi yang disampaikan berpotensi tidak tersampaikan secara optimal kepada konsumen.

UMKM DBumbu telah memanfaatkan beberapa bentuk media *collateral* sebagai sarana promosi, seperti kartu nama, spanduk, serta brosur. Namun, berdasarkan hasil pengamatan penulis, desain media *collateral* yang digunakan sebelumnya masih memiliki beberapa kekurangan dalam menyampaikan informasi secara efektif. Masalah ini terlihat pada aspek keterbacaan yang kurang optimal karena penggunaan warna yang kurang kontras, hierarki yang belum tersusun secara jelas, serta penggunaan kode QR yang berlebihan sehingga sulit untuk dipindai. Kondisi ini menunjukkan bahwa media *collateral* eksisting DBumbu belum mampu menjalankan fungsinya sebagai media komunikasi visual yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang media *collateral* yang diharapkan mampu meningkatkan citra merek, kesadaran merek, membangun kepercayaan konsumen, serta memperkuat daya saing UMKM DBumbu.

1.2 Batasan Masalah *Community and Engagement Program*

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka penulis dapat menentukan batasan masalah dalam merancang media *collateral* untuk memperkuat kesadaran merek UMKM DBumbu di Kecamatan Pamulang sebagai berikut:

1. Demografis
 - a. Usia: 20-35 tahun
 - b. Jenis Kelamin: Laki-Laki dan Perempuan
 - c. Pekerjaan: Karyawan, Wirausaha
 - d. Kelas Ekonomi: Menengah (SES B)
2. Geografis
 - a. Kota/Kabupaten: Tangerang Selatan
 - b. Provinsi: Banten
3. Psikografis
 - a. Sikap: *Family-oriented*, ramah, suka bersosialisasi
 - b. Gaya Hidup: Peduli dengan kesehatan, pengguna media sosial aktif
4. Behavioral
 - a. Loyalitas: Tingkat loyalitas tinggi, banyak dari pelanggan melakukan pembelian ulang
 - b. Keputusan Pembelian: Melalui komunitas, pengalaman pembelian sebelumnya, dan merupakan kebutuhan bisnis (*Food & Beverages*) F&B

1.3 Rumusan Masalah *Community and Engagement Program*

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut.

1. Belum optimalnya pengaplikasian media *collateral* sebagai sarana komunikasi dan promosi pada UMKM DBumbu.
2. Kurangnya penerapan konsistensi visual pada media pendukung sehingga belum mampu membangun citra merek yang kuat.
3. Kurangnya efektivitas media *collateral* dalam menyampaikan informasi produk dan mampu menarik perhatian konsumen.

Maka dari itu, pertanyaan penelitian untuk perancangan ini adalah sebagai berikut.

Bagaimana melakukan perancangan desain media *collateral* untuk UMKM DBumbu?

1.4 Maksud dan Tujuan *Community and Engagement Program*

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan *Community and Engagement Program* ini adalah merancang dan menerapkan media *collateral* yang efektif guna membangun citra merek yang kuat. Melalui pengaplikasian desain visual yang konsisten dan terarah pada media *collateral*, diharapkan perancangan ini dapat membangun citra merek, kesadaran merek, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperkuat daya saing UMKM di era digital. Program ini diharapkan dapat membantu UMKM DBumbu, NaS Parfum, dan Dapur Azriel dalam memiliki media *collateral* yang efektif, konsisten, dan profesional sebagai media pendukung strategi komunikasi visual.

1.5 Manfaat Melaksanakan *Community and Engagement Program*

Dengan dilaksanakannya *Community and Engagement Program* ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, masyarakat, dan universitas sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Melalui *Community and Engagement Program*, penulis mendapatkan pengalaman langsung di lapangan dalam penerapan dan implementasi ilmu desain komunikasi visual untuk membantu pengembangan desain visual UMKM. Selain itu, penulis juga dapat mendalami *hard skills* dan *soft skills* dengan bekerja sama dalam tim, komunikasi, dan berpikir kreatif dalam menciptakan desain media *collateral* yang efektif dan berguna bagi UMKM.

2. Bagi Masyarakat

Melalui *Community and Engagement Program*, pemilik UMKM DBumbu, NaS Parfum, dan Dapur Azriel mendapatkan hasil desain media *collateral* yang lebih efektif, konsisten, dan profesional untuk memperkuat

citra merek dan meningkatkan kesadaran merek. Dengan adanya perancangan ulang desain media *collateral*, penulis berharap UMKM DBumbu, NaS Parfum, dan Dapur Azriel dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi, dan dikenal oleh masyarakat luas.

3. Bagi Universitas

Melalui *Community and Engagement Program*, penulis harap laporan ini dapat menjadi referensi dan berperan dalam pengembangan ilmu desain komunikasi visual bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara di kemudian hari.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan *Community and Engagement Program*

PRO-STEP (*Professional Skill Enhancement Program*) adalah suatu program baru dari Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Program Kampus Merdeka ini sejalan dengan kebijakan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang bertujuan untuk mendorong pengembangan kompetensi mahasiswa. PRO-STEP terdiri dari 4 program, salah satu program yang dilaksanakan adalah *Community and Engagement Program*. *Community and Engagement Program* bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa semester 6 melalui pengabdian dan pengalaman langsung di desa atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa tertentu. Program ini memiliki bobot sebesar 20 SKS, atau setara dengan 640 jam kerja dengan mengisi *Supervisor Daily Task* dan 207 jam kerja dengan mengisi *Advisor Daily Task* selama 1 semester atau 18-20 minggu. Alur pelaksanaan program ini terdiri dari 4 tahap sebagai berikut.

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

Tabel 1.1 Skema Alur PRO-STEP *Community and Engagement Program*

SKEMA ALUR PRO-STEP PRODI DKV	
TAHAP 1: PRE-ACTIVITIES PRO-STEP PROGRAM	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa WAJIB melakukan bimbingan akademik dengan dosen PA (Pembimbing Akademik) untuk berdiskusi menentukan Program PRO-STEP yang akan ditempuh. • Mengisi PRA-KRS (Pre-Enrollment) sesuai kalender akademik UMN dan memilih Program PRO-STEP sesuai hasil bimbingan akademik. • WAJIB mengikuti Sosialisasi / Briefing PRO-STEP yang dilaksanakan oleh Prodi DKV.
TAHAP 2: REGISTRASI PRO-STEP PROGRAM	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa melakukan Registrasi Program PRO-STEP melalui OneDrive Form yang dikirimkan ke student email mahasiswa. • Pilihan Program PRO-STEP saat PRA-KRS dan OneDrive Form dan pada saat pengisian KRS WAJIB sama.
TAHAP 3: PELAKSANAAN PRO-STEP PROGRAM	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa bergabung ke dalam grup LINE Program PRO-STEP untuk memudahkan proses koordinasi dalam pelaksanaan Program PRO-STEP. • Link Group LINE akan dikirimkan melalui email student. • Mahasiswa melakukan Registrasi PRO-STEP ke dalam website PRO-STEP (akan dipandu dengan buku panduan User Guide Website PRO-STEP untuk Mahasiswa). • Mahasiswa melaksanakan proses pelaksanaan PRO-STEP (registrasi > bimbingan > Evaluasi 1, Evaluasi 2, dan Sidang Evaluasi PRO-STEP).

TAHAP 4: PASCA PRO-STEP PROGRAM	<ul style="list-style-type: none"> • Pengumuman hasil akhir (lulus atau tidak lulus) PRO-STEP. • Melanjutkan ke tahap selanjutnya (TA/Magang).
--	--

Prosedur pendaftaran PRO-STEP (*Professional Skill Enhancement Program*) dimulai dari tahap sosialisasi PRO-STEP hingga Sidang Evaluasi PRO-STEP *Community and Engagement Program*. Pada tahap terakhir, mahasiswa peserta PRO-STEP mengumpulkan hasil laporan akhir PRO-STEP untuk Sidang Evaluasi melalui *website* PRO-STEP. Dengan demikian, mahasiswa dapat mencapai satu semester penuh pada semester 6. Berikut adalah skema prosedur PRO-STEP *Community and Engagement Program*.

Tabel 1.2 Skema Prosedur PRO-STEP *Community and Engagement Program*

AGENDA	WEEK	TANGGAL	KETERANGAN
Sosialisasi Cluster PRO-STEP		10 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi Cluster PRO-STEP (Onsite – Lecturer Theater).
Periode Registrasi PRO-STEP		10 November 2025 – 1 Desember 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Periode registrasi Cluster PRO-STEP melalui <i>website</i> merdeka. • Submit LoA (Letter of Acceptance) Cluster PRO-STEP untuk mendapatkan PRO-STEP 02. • LoA dapat diunduh link: bit.ly/PRO-STEP_GSL25-26> pilih folder PRO-STEP anda > Folder 01. LoA (Letter of Acceptance). • Tanpa PRO-STEP 02, anda tidak akan terdata sebagai Peserta PRO-STEP dan tidak

			dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya.
Pengumuman Hasil Seleksi PRO-STEP Tahap 1		8 Desember 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Pengumuman hasil seleksi Diterima/Revisi.
Submit Revisi Proposal PRO-STEP		12 Desember 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Submit Revisi Proposal PRO-STEP melalui OneDrive Form, maksimal 17.00.
Pengumuman Final Penerimaan PRO-STEP		16 Desember 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Keputusan Final Penerimaan PRO-STEP Diterima/Ditolak.
KRS		19 Januari 2026 – 23 Januari 2026	<ul style="list-style-type: none"> • My.umn.ac.id
KRS Tambah Ganti		28 Januari 2026 – 29 Januari 2026	<ul style="list-style-type: none"> • My.umn.ac.id
START	1	2 Februari 2026	
Periode Bimbingan Tahap 1	1 - 5	2 Februari 2026 – 6 Maret 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Periode bimbingan PRO-STEP (Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting).

N U S A N T A R A

Evaluasi 1 Cluster PRO-STEP	6	9 Maret 2026 – 13 Maret 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Periode Penilaian Evaluasi 1 PRO-STEP, dilakukan secara individu. • Mahasiswa Peserta PRO-STEP memenuhi prasyarat menempuh Evaluasi 1. • Mahasiswa Peserta PRO-STEP submit laporan evaluasi 1 melalui website PRO-STEP, menggunakan menu “upload file”. • Mahasiswa Peserta PRO-STEP WAJIB menginfokan Dospem Internal dan Eksternal untuk menginput nilai Evaluasi 1 ke dalam website PRO-STEP. • Mahasiswa tetap dapat menginput daily task (supervisor dan advisor daily task) selama periode Evaluasi 1 PRO-STEP.
Periode Bimbingan Tahap 2	7 - 8	16 Maret 2026 – 27 Maret 2026	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Periode UTS Genap (Perkuliahan reguler, non PRO-STEP).
Periode Bimbingan Tahap 2	9 - 13	13 April 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Periode bimbingan Cluster PRO-STEP (Mengisi Supervisor dan Advisor Daily

		– 24 Mei 2026	Task serta Counselling Meeting).
Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP	14	25 Mei 2026 – 29 Mei 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Periode Penilaian Evaluasi 2 dilakukan secara individu. Mahasiswa Peserta PRO-STEP telah memenuhi prasyarat menempuh Evaluasi 2. • Mahasiswa Peserta PRO-STEP submit laporan Evaluasi 2 melalui website PRO-STEP, menggunakan menu “upload file”. • Mahasiswa Peserta PRO-STEP WAJIB menginfokan Dospem Internal dan Eksternal untuk menginput nilai Evaluasi 2 ke dalam website PRO-STEP.
Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP		1 Juni 2026 – 2 Juni 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Dosen Pembimbing Internal melakukan pengecekan terkait kerangka, konten, judul dan kelengkapan dokumen Laporan Sidang PRO-STEP sebelum mahasiswa bimbingannya melakukan registrasi Sidang Evaluasi 2. • Pastikan Laporan Sidang Evaluasi 2 PRO-STEP sudah sesuai template, dan peserta sudah memenuhi prasyarat baik akademis dan administratif untuk melakukan registrasi sidang.

N U S A N T A R A

Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP		3 Juni 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Batas Akhir Registrasi Sidang Evaluasi 2, pukul 17.00
Sidang Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP		4 Juni 2026 – 5 Juni 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Periode Sidang Evaluasi 2 (offline/onsite). • Jadwal sidang akan diumumkan melalui email student dan blast LINE Group. • Detail dan tata cara sidang akan dijelaskan dalam bab selanjutnya pada buku panduan.
UAS (Ujian Akhir Semester)	UAS	2 Juni 2026 – 13 Juni 2026	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Periode Pengumpulan Laporan Sidang Evaluasi 2 yang sudah di revisi dan mendapatkan TTD Pengesahan dari Dewan Sidang. • Tata cara revisi dan TTD lembar pengesahan menyesuaikan arahan Dewan Sidang. • Atur timeline revisi sebaik mungkin.

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

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

Prosedur PRO-STEP (*Professional Skill Enhancement Program*) ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penulis dalam melaksanakan PRO-STEP *Community and Engagemen Program* sesuai kurun waktu yang telah ditetapkan. Prosedur ini membantu penulis untuk dapat mengatur waktu pelaksanaan dengan bijak untuk menyelesaikan setiap proyek desain dan laporan PRO-STEP ini dalam waktu 6 bulan. Penyusunan *timeline* pelaksanaan PRO-STEP ini telah disesuaikan dengan *timeline* yang diberikan pada buku panduan melalui *link folder onedrive*.

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