

## BAB I

### PENDAHULUAN

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

Merdeka Belajar Kampus Merdeka atau sekarang dikenal dengan PRO-STEP adalah program yang diinisiasikan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Program ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan kompetensi dan meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa yang dibutuhkan dalam dunia kerja (Adrevi, 2025). Salah satu program PRO-STEP adalah *Community and Engagement Program*, yang bertujuan memberikan pengalaman secara langsung untuk mengidentifikasi, merencanakan, dan memberikan solusi atas permasalahan nyata yang dihadapi masyarakat pedesaan (Yanuarsari, 2021). Dalam implementasinya, bentuk pemecahan masalah yang dilakukan adalah pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan unit usaha produktif milik perorangan atau badan usaha kecil yang berperan penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia (Munthe, 2023). Untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis, UMKM membutuhkan kemasan yang baik karena keputusan konsumen sangat dipengaruhi daya tarik visual kemasan. Oleh sebab itu, DKV menjadi penting bagi UMKM untuk memperluas pemasaran, dan meningkatkan daya saing pasar yang kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa DKV dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UMKM.

UMKM Kerupuk RHR Snack merupakan usaha yang dikelola oleh Nurhaeti dan keluarganya sejak tahun 2015. Walaupun sempat mengalami kebangkrutan, UMKM ini bangkit kembali setelah mendaftar secara resmi sebagai UMKM dan mendapatkan pendampingan dari kementerian serta dinas. Seiring meningkatnya popularitas dan perluasan target pasar hingga ke bazar internasional, UMKM Kerupuk RHR Snack melakukan inovasi dengan mengembangkan varian lain seperti kerupuk udang rebom, ikan cakalang, ikan tenggiri, ikan tuna, dan masih banyak lagi. Setelah melakukan wawancara dengan Nurhaeti selaku pemilik UMKM Kerupuk RHR Snack, didapatkan informasi bahwa UMKM ini memiliki

hampir 40 *reseller* yang berperan besar dalam perkembangan usaha. Produk ini juga sudah memasuki distribusi ritel, seperti PT Amigo, AJ Krisna Jogja, Sentra Oleh-Oleh Gerelengkong Tangsel, Bandara, Alfamart, Indomaret, dan Family Mart.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, UMKM Kerupuk RHR Snack menghadapi permasalahan pada identitas visual yang diterapkan pada kemasan produk. Kemasan yang digunakan saat ini memiliki daya tarik visual kurang optimal dan belum mencerminkan citra brand karena kurang konsisten dalam menggunakan elemen visual, tata letak informasi kurang terstruktur, dan tidak selaras antar desain kemasan varian rasa. Padahal, kemasan mampu meningkatkan daya tarik produk dan memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli (Setiawardhani, 2025). Selain itu, kemasan yang tidak konsisten dapat membingungkan konsumen, menurunkan kepercayaan dan penjualan, yang harusnya mampu membangun loyalitas pelanggan.

Sejak awal, UMKM ini didirikan untuk meningkatkan perekonomian keluarga, sehingga pemilik usaha lebih fokus pada produksi dan penjualan produk konvensional, dibandingkan pengembangan visual kemasan. Walaupun produk UMKM Kerupuk RHR Snack telah dikenal oleh masyarakat sekitar, tampilan kemasan yang kurang konsisten dan belum optimal secara visual berpotensi mengurangi daya tarik produk di tengah persaingan pasar. Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang kemasan yang berfokus pada penyusunan layout dan elemen visual yang lebih konsisten untuk meningkatkan daya tarik produk. Hal ini menjadi penting karena kemasan yang mampu memperkuat citra merek dan membangun persepsi positif terhadap produk dapat memengaruhi pilihan pembelian (Setiawardhani, 2025). Dalam hal ini, ilmu Desain Komunikasi Visual berperan penting untuk membantu konsumen mengenali dan memahami karakter suatu produk lewat kemasan. Selain untuk keperluan estetika, desain juga berfungsi sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan pesan, karakter, serta identitas suatu produk kepada konsumen (Mamis, 2023).

## 1.2 Batasan Masalah Community and Engagement Program

Ruang lingkup batasan masalah dalam perancangan kemasan ini difokuskan pada penyusunan layout dan elemen visual kemasan UMKM Kerupuk RHR Snack. Desain yang digunakan selama ini sudah cukup fungsional, namun secara visual belum konsisten dan belum mencerminkan citra *brand*. Oleh sebab itu, diperlukan perancangan ulang kemasan dengan memerhatikan konsistensi penggunaan logo, palet warna, tipografi, gaya layout, fotografi, supergrafis, dan informasi produk. Hasil akhir dari perancangan ini dibatasi pada pengembangan desain kemasan *standing pouch* untuk tujuh varian rasa. Sementara itu, kemasan plastik PP dengan stiker digunakan untuk satu varian rasa produk sebagai pendukung identitas visual. Fokus utama perancangan ini adalah untuk meningkatkan daya tarik visual kemasan tanpa menghilangkan fungsi kemasan. Pembatasan ini dilakukan agar proses perancangan lebih terfokus terhadap kebutuhan utama UMKM. Perancangan desain kemasan ditargetkan kepada laki-laki dan perempuan usia 25-35 tahun, dengan status pekerja ibu rumah tangga, pekerja kantoran, ataupun pekerja lepas. Secara geografis lebih difokuskan di Jabodetabek dan Yogyakarta.

## 1.3 Rumusan Masalah Community and Engagement Program

Berdasarkan latar belakang UMKM, rumusan masalah dalam laporan ini adalah “Bagaimana perancangan ulang kemasan UMKM Kerupuk RHR Snack”.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Community and Engagement Program

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maksud dan tujuan dari pelaksanaan program PRO-STEP *Community and Engagement Program* adalah:

1. Merancang desain kemasan UMKM Kerupuk RHR Snack yang mampu meningkatkan daya tarik visual produk, tanpa menghilangkan fungsi kemasan yang telah efektif digunakan sebelumnya.
2. Penyusunan layout dan elemen visual pada kemasan dengan memperhatikan konsistensi logo, warna, tipografi, supergrafis, dan fotografi, agar memudahkan produk dikenali oleh konsumen.

## 1.5 Manfaat Melaksanakan *Community and Engagement Program*

Dengan melaksanakan *PRO-STEP Community and Engagement Program* ini, manfaat yang dapat dirasakan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Penulis

Penulis dapat mengaplikasikan ilmu desain komunikasi visual secara langsung pada permasalahan nyata yang terjadi di lapangan. Penulis mengembangkan keterampilan dalam perancangan desain kemasan dan desain media kolateral. Penulis juga meningkatkan kemampuan pemecahan masalah dan kerja sama dalam tim, mulai dari menganalisis kebutuhan klien, menyusun konsep kreatif, dan menghasilkan solusi desain yang efektif untuk UMKM.

### 2. Bagi Orang Lain

Bagi UMKM Kerupuk RHR Snack sebagai mitra, program *PRO-STEP Community and Engagement Program* ini memberikan manfaat berupa *branding* yang lebih terstruktur dan terarah, agar dapat memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan keberlanjutan bisnis. Bagi peneliti lainnya, perancangan ini dapat menjadi referensi atau sumber dalam penelitian di masa mendatang, khususnya perancangan yang berkaitan dengan desain kemasan.

### 3. Bagi Universitas

Hasil dari program *PRO-STEP Community and Engagement Program* dapat menjadi penerapan ilmu, sumber referensi, kolaborasi, dan pembelajaran untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, program ini juga dapat memperkuat hubungan antara institusi pendidikan dengan pelaku UMKM dalam mendukung UMKM lokal dan industri kreatif.

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

*PROSTEP Community and Engagement Program* adalah program pembelajaran yang dilaksanakan oleh mahasiswa semester 6 dengan bobot 15 SKS

atau setara dengan 640 jam kerja. Rangkaian program diawali dengan sosialisasi, pendaftaran, dan seleksi mahasiswa. Pendaftaran dilakukan dengan mengajukan skema dan menentukan UMKM yang akan menjadi mitra. Setelah mendapatkan persetujuan dengan UMKM, mahasiswa melaksanakan tahap observasi, pengumpulan data, serta analisis permasalahan UMKM sebagai dasar perancangan. Proses ini berlanjut pada tahap perumusan ide konsep dan pengembangan desain sembari rutin dikonsultasikan dengan klien UMKM dan dosen pembimbing. Bimbingan wajib dilakukan sebanyak delapan kali dan mengikuti Evaluasi 1 dan 2 sebagai penilaian hasil perancangan desain. Program ditutup dengan submisi laporan akhir sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik dan administratif.

Tabel 1 Tabel Timeline PRO-STEP Proyek Desa Semester Ganjil/2026

Kegiatan	Timeline PRO-STEP Proyek Desa Semester Ganjil/2026																			
	Feb				Mar				Apr				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Periode Bimbingan Tahap 1	■	■	■	■																
Evaluasi 1 Cluster PRO-STEP					■															
Periode Bimbingan Tahap 2						■	■	■	■	■	■	■								
Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP														■						
Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang															■	■				
Registrasi Sidang dan Sidang PRO-STEP																	■			
Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir PRO-STEP																			■	

Tahapan PROSTEP *Community and Engagement Program* dilakukan sesuai jadwal dan secara sistematis untuk memastikan solusi desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan UMKM. Melalui rangkaian kegiatan ini, diharapkan perancangan yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi UMKM.