

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang *Community and Engagement Program*

Community and Engagement merupakan salah satu bagian dari *Professional Skill Enhancement Program* (PROSTEP). Program ini bertujuan untuk menguji pengalaman mahasiswa selama belajar di kampus dengan terlibat langsung dan membantu Masyarakat sekitar dalam menangani masalah yang ada. Harapannya, program ini dapat mengembangkan potensi suatu daerah dengan penemuan solusi yang efektif secara desain komunikasi visual.

Program PROSTEP *Community Engagement* memiliki tujuan untuk mengembangkan UMKM lokal dalam segi desain komunikasi visualnya. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, baik yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam undang-undang (DinKop Bojonegoro, 2020). Sejumlah UMKM di Tangerang dinaungi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan, yang sudah berdiri sejak 2009. Kecamatan Pamulang yang berada di bawah Tangerang Selatan memiliki banyak UMKM aktif yang berpotensi, tiga diantaranya adalah Nas Parfum, Yochi Snack, dan Mamaw Kokikita.

NaS Parfum merupakan UMKM yang berfokus di bidang kosmetika, khususnya parfum lokal yang berbasis *natural fragrance*, dan identik dengan budaya Nusantara. Brand ini hadir berkat adanya peningkatan minat konsumen terhadap *natural fragrance* dan awareness akan *sustainable packaging*. NaS Parfum banyak terinspirasi dari daerah-daerah di Nusantara, yang selaras dengan nama varian produknya, diantaranya Root of Java, Serenity of Bali, dan Memboemi, yang mampu menggabungkan antara unsur budaya, bahan alami lokal, dan *storytelling* yang kuat. Meski begitu, NaS Parfum masih dihadapi beberapa tantangan, salah satunya yaitu ingin menghadirkan pengalaman aroma kepada konsumen dalam penjualan online dan ingin menjangkau lebih banyak konsumen, sehingga

membutuhkan pembaharuan desain kemasan, konten media sosial, dan desain booth untuk event pameran.

Yochi snack merupakan UMKM di bidang kuliner yang menjual camilan sehat berbahan dasar sayuran, yang mendorong anak-anak supaya mau makan sayur. Ide bisnis ini tergolong masih jarang, dan merupakan satu-satunya di wilayah Pamulang. Variannya berupa stik bayam dan stik wortel. Brand ini berfokus pada penjualannya di kanal offline, dan telah dijual di beberapa gerai oleh-oleh ternama. Tantangan yang dialami brand ini yaitu terdapat pada desain kemasannya, identitas visual yang belum kuat, dan pengelolaan media social yang belum optimal, serta pengelolaan distribusi melalui kedua platform, online dan offline secara optimal.

Mamaw Kokikita merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner, khususnya makanan tradisional. Produk utamanya adalah pop rengginang, menghadirkan rengginang yang berbeda dari biasanya dengan versi bite size yang lebih praktis. Produk ini juga memiliki berbagai varian rasa, seperti original, rumput laut, keju asin, balado jeruk, dan pedas. Penjualannya menggunakan kedua platform baik online dan offline, dengan menitipkan ke toko-toko retail terdekat. Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi brand ini adalah desain kemasan yang kurang menarik dan kurang menonjol jika diletakkan di rak bersama dengan produk lain, sehingga brand ini membutuhkan perancangan ulang desain kemasan, penguatan identitas visual, dan strategi promosi yang efektif.

Berdasarkan uraian tersebut, beberapa UMKM di Pamulang memiliki potensi yang besar, namun mengalami beberapa tantangan dalam aspek desain komunikasi visual. Oleh sebab itu, melalui program PROSTEP Community & Engagement ini diharapkan dapat dihasilkan solusi desain yang mampu membantu NaS Parfum, Yochi Snack, dan Mamaw Kokikita dalam meningkatkan kualitas visual brand, memperluas jangkauan konsumen, serta memperkuat daya saing produk di pasar belakang.

1.2 Batasan Masalah *Community and Engagement Program*

Berdasarkan latar belakang di atas, Batasan masalah dalam perancangan ulang desain yang efektif bagi UMKM NaS Parfum dan Mamaw Kokikita mengacu pada segmentasi sebagai berikut.

1.2.1 NaS Parfum

a. Demografis

- Usia: 18-40 tahun
- Pekerjaan: Mahasiswa/i, ibu rumah tangga, karyawan
- Kelamin: Unisex
- tingkat ekonomi: SES A
- Agama: Semua Agama
- Bahasa: Bahasa Indonesia

b. Geografis

- Desa: Pamulang
- Kabupaten: Tangerang Selatan
- Provinsi: Banten

c. Psikografis

- Menyukai *storytelling* dibalik produk, terutama nilai sejarah
- Tertarik dan ingin mendukung produk lokal
- Menyukai aroma khas Nusantara

1.2.2 Mamaw Kokikita

a. Demografis

- Usia: 10-30 tahun
- Kelamin: Unisex
- Tingkat ekonomi: SES B
- Agama: Semua Agama

- Bahasa: Bahasa Indonesia

b. Geografis

- Desa: Pamulang
- Kabupaten: Tangerang Selatan
- Provinsi: Banten

c. Psikografis

- Mencari makanan ringan yang praktis dan murah
- Ingin mendukung produk lokal
- Penikmat makanan tradisional

1.3 Rumusan Masalah *Community and Engagement Program*

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan Batasan masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana cara merancang ulang packaging NaS Parfum dan Mamaw Kokikita?”

1.4 Maksud dan Tujuan *Community and Engagement Program*

Community & Engagement Program diselenggarakan dengan maksud untuk mendorong para mahasiswa untuk turun langsung ke masyarakat, khususnya Masyarakat sekitar Pamulang untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dan mengembangkan potensi desa dengan memanfaatkan ilmu yang diperoleh selama ini. Tujuan dari diadakannya *Community & Engagement Program* yaitu untuk menguji sekaligus meningkatkan kemampuan desain komunikasi visual yang dimiliki melalui re-design media pada UMKM binaan.

1.5 Manfaat Melaksanakan *Community and Engagement Program*

Menjelaskan tujuan yang lebih meluas dari adanya hasil *Community Engagement Program*. Manfaat bisa berdampak

1. Bagi Penulis.

Proses perancangan ini memberi kesempatan bagi penulis untuk mendapatkan pengetahuan baru dan mengembangkan keterampilan dalam menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Selain itu, penulis

juga dapat memahami konsep strategi desain yang efektif untuk merancang identitas visual bagi UMKM di Pamulang

2. Bagi Orang Lain.

Program ini menghasilkan luaran berupa identitas visual, desain kemasan baru, dan strategi media promosi berupa konten media social yang harapannya dapat lebih efektif dan menjangkau Masyarakat yang lebih luas dan meningkatkan citra produk. Melalui pengembangan tersebut, harapannya UMKM NaS Parfum, Yochi Snack, dan Mamaw Kokikita dapat dikenal lebih banyak orang dan sehingga memperkuat daya saing dan meningkatkan value serta daya jual produk-produknya.

3. Bagi Universitas.

Pelaksanaan *Community & Engagement Program* ini harapannya dapat memberikan kontribusi dalam pengabdian terhadap masyarakat sebagai implementasi dari PROSTEP. Hasil karya yang menjadi luaran dari program ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan topik yang serupa. Selain itu, program ini juga dapat memperkuat hubungan kerjasama yang baik antara kampus dengan masyarakat beserta pelaku UMKM.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan *Community and Engagement Program*

Community & Engagement Program melibatkan mahasiswa semester 6 untuk memberikan kontribusi pada desa di sekitar Tangerang Selatan. Program ini memiliki bobot 15 SKS, yang memiliki jangka waktu sebanyak 640 jam kerja untuk Supervisor daily task dan 207 jam kerja untuk Advisor daily task, yang dilaksanakan dalam 20 minggu selama 1 semester. PROSTEP *Community & Engagement Program* terdiri atas beberapa tahapan, yang dipaparkan pada tabel di bawah ini.

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 Tabel Timeline Kegiatan PROSTEP Community & Engagement Program

Tahapan	Agenda	Tanggal Pelaksanaan
Tahap 1	Sosialisasi PROSTEP	10 November 2025
(Pre-Activities PROSTEP Program)	KRS	11-12 Agustus 2025
	KRS Tambah Ganti	20-21 Agustus 2025
Tahap 2 (Registrasi PROSTEP Program)	Periode Registrasi PROSTEP	10 November - 1 Desember 2025
	Pengumuman hasil seleksi tahap 1	8 Desember 2025
	Submit/revisi proposal PROSTEP	12 Desember 2025
	Pengumuman Final Penerimaan PROSTEP	16 Desember 2025
Tahap 3 (Pelaksanaan PROSTEP Program)	Bimbingan Tahap 1 PROSTEP	2 Februari - 6 Maret 2026
	Evaluasi 1 PROSTEP	9-13 Maret 2026
	UTS (Ujian Tengah Semester)	30 Maret - 11 April 2026
	Bimbingan Tahap 2 PROSTEP	16 Maret - 22 Mei 2026
	Evaluasi 2 PROSTEP	18 - 29 Mei 2026
	Pengecekan Kelengkapan Dokumen & Laporan Sidang Evaluasi PROSTEP	25 - 26 Mei 2026
	UAS (Ujian Akhir Semester)	2-13 Juni 2026
	Deadline Registrasi Sidang Evaluasi PROSTEP	28 Mei 2026
	Sidang Evaluasi 2 PROSTEP	2- 3 Juni 2026

	Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang PROSTEP	9 -10 Juni 2026
	Batas Akhir Submisi Laporan Akhir (Final) Sidang PROSTEP	1 minggu setelah sidang
Tahap 4 (Pasca PROSTEP Program)	Pengumuman Hasil Evaluasi Akhir	1 minggu setelah sidang

Sumber: Buku Panduan PROSTEP (2025)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA